

Nuevos marcos legales frente a la desinformación y las Fake News

161

Gonzalo Javier García

gonzalojgarciaunr@gmail.com - Universidad Nacional de Rosario

Nuevos marcos legales frente a la desinformación y las Fake News

Sumario:

Las noticias falsas, conocidas como fake news, no son un fenómeno nuevo, pero la era digital ha amplificado su impacto, colocándolas en el centro del debate público. La desinformación en plataformas digitales preocupa a nivel global por su capacidad de influir en la opinión pública, polarizar sociedades y afectar elecciones. En respuesta, varios países han desarrollado regulaciones para mitigar sus efectos negativos, desde normativas sobre transparencia publicitaria hasta leyes específicas contra las fake news.

Las medidas varían: algunos países exigen la eliminación rápida de contenido falso en redes sociales, mientras que otros promueven la alfabetización mediática para que los ciudadanos desarrollen pensamiento crítico. Sin embargo, el combate a la desinformación sigue siendo complejo, exigiendo la participación activa de la ciudadanía y la cooperación internacional.

El desarrollo de tecnologías que detecten automáticamente información falsa, junto con el intercambio de buenas prácticas entre países, son claves para avanzar. Al mismo tiempo, es crucial equilibrar la lucha contra la desinformación con la protección de la libertad de expresión para evitar censura excesiva. Este trabajo analiza cómo operan las noticias falsas, cómo se propagan y las acciones que distintos países han implementado para contrarrestarlas.

Descriptores:

desinformación, fake news, regulaciones legislativas, redes sociales, libertad de expresión

New legal frameworks against disinformation and fake news

Summary:

Fake news, known as fake news, is not a new phenomenon, but the digital age has amplified its impact, placing it at the center of public debate. Disinformation on digital platforms is of global concern due to its ability to influence public opinion, polarize societies and affect elections. In response, several countries have developed regulations to mitigate its negative effects, from regulations on advertising transparency to specific laws against fake news.

Measures vary: some countries require the rapid removal of false content on social networks, while others promote media literacy so that citizens develop critical thinking. However, the fight against disinformation remains complex, requiring the active participation of citizens and international cooperation. The development of technologies that automatically detect false information, along with the exchange of good practices between countries, are key to moving forward. At the same time, it is crucial to balance the fight against disinformation with the protection of freedom of expression to avoid excessive censorship.

This work analyzes how fake news operates, how it spreads, and the actions that different countries have implemented to counteract it.

Describers:

disinformation, fake news, legislative regulations, social networks, freedom of expression.

¿De qué hablamos cuando nos referimos a desinformación y fake news?

En una nota publicada por el diario Rosario/12 en septiembre del 2024, Cecilia Vazquez, integrante del equipo de chequeado.com, un reconocido portal argentino que se dedica a verificar distintos tipos de informaciones, resaltó que la desinformación “es un contenido en el que se inventan hechos que no sucedieron, o se publican fuera de contexto o se los tergiversa para cambiarles el sentido” (García, 2024). Esta puede presentarse en distintos formatos, por ejemplo: audios, videos, imagen, texto, y circular en redes sociales, medios de comunicación, sistemas de mensajería, entre otros.

En la misma nota, la especialista explicó que lo correcto es hablar en general de desinformación y no directamente de fake news porque la información falsa muchas veces no surge en formato de una noticia, sino directamente en un contenido falso que se viraliza. En cambio, las noticias falsas o fake news representan sólo unos de los tantos tipos de desinformaciones que existen, aunque claro está el más conocido a nivel popular.

Su existencia es casi tan antigua como la humanidad misma, ya que podemos encontrar infinitos casos a lo largo de la historia. Aquí van tres ejemplos rápidos. Se suele personificar a Napoleón como una persona de baja estatura pero en realidad medía 1,68 mts, es decir, igualaba la media de una persona para la época. Los toros no odian verdaderamente el color rojo ya que se ha certificado que no pueden reconocer colores, es el movimiento y la provocación de los toreros lo que puede estimular la reacción, en lugar del color de la capa que utilizan. En varios cuadros se muestran la multitud concentrada en la plaza frente al Cabildo, el 25 de mayo de 1810, sosteniendo paraguas, algo que es casi imposible ya que eran un artículo de lujo para la época importados desde Inglaterra, por lo que de haber habido realmente entre la multitud deberían ser muchos menos de los representados.

¿Entonces por qué son creíbles? Porque básicamente se presentan de manera concreta con una serie impresionante de argumentos precisos, cuyo objetivo es el de desterrar cualquier manto de duda sobre su veracidad. Por eso mismo, se dice que se construyen bajo la misma lógica de las noticias reales y su objetivo principal es la desinformación.

El ministro de propaganda y pieza clave del movimiento fascista alemán, Joseph Goebbels, esbozó una máxima que da a pensar en cómo funciona la lógica detrás de una información falsa: “Miente, miente, miente que algo quedará, cuanto más grande sea una mentira más gente la creará”. Por ende, se puede observar que la construcción y la repetición de una mentira por parte de muchos la transforman en una verdad, en algunos casos casi incuestionable.

Pero no pasa meramente por difundir informaciones que no tienen un correlato con la realidad, sino que detrás de ese acto existe otra cosa: una motivación de generar un efecto en el otro.

Profundizando en la categoría de noticias falsas, la clave para entender cómo operan radica en su estructuración: se construyen a partir de contenidos pseudo periodísticos, lo que les permite hacer pasar informaciones inexactas o directamente falsas como si fueran verdaderas.

Por otro lado, muchos autores destacan que la falta de una definición consensuada ha provocado que algunos utilicen el término para referirse al contenido publicado por proveedores de noticias establecidos con los que no están de acuerdo. Es así que en la actualidad el término fake news puede referirse a distintos tipos de información falsa, como puede ser el contenido fabricado (es decir totalmente falso), el contenido manipulado (distorsión de información como titulares sensacionalistas comúnmente conocidos como “clickbait”), contenido impostor (cuando suplantación de fuentes genuinas), contenido engañoso, contenido de conexión falso (contenido objetivo que se comparte con información contextual falsa, por ejemplo, cuando el título de un artículo

no refleja el contenido) y contenidos vinculados a la sátira y la parodia (generalmente no se clasifican como noticias falsas, estas pueden involuntariamente engañar a los lectores) (Weidenslauffer y Roberts, 2022).

El Comité Digital, Cultura, Medios y Deporte de la Cámara de los Comunes del Parlamento Británico, en su informe interino sobre desinformación y fake news del 2017, recomienda al Gobierno inglés rechazar el término de noticias falsas. A cambio, propone adoptar una definición de los conceptos “información errónea” (misinformation) y “desinformación” (disinformation). De esta manera, concluye, con una definición compartida y directrices claras a seguir por las empresas, organizaciones y el Gobierno, habrá una coherencia compartida de significado en todas las plataformas, que se puede utilizar como base de la regulación y la aplicación de esta.

La inclusión de Internet en la vida cotidiana ha permitido que los mecanismos de desinformación se expandan a niveles impen-sados, con una rapidez sin precedentes. Sin embargo, es erróneo creer que estas noticias fabrican opiniones; en realidad, tienden a reforzar creencias preexistentes.

Ernesto Calvo y Natalia Aruguete, en su libro titulado “Fake news, trolls y otros encantos” definen que “la política de las fake news deben ser entendida no sólo como un acto de transmisión de información falsa, sino además, como un acto performativo” (Calvo y Aruguete, 2020: 18.)

Con frecuencia compartimos publicaciones en redes sociales porque queremos mostrar nuestra línea editorial, nuestros pensamientos y nuestras convicciones. Nos ponemos contentos cuando otro usuario nos corresponde con una reacción positiva, porque nos sentimos acompañados en ese camino y enarbolamos un acto de comunión colectiva.

El Director de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Quilmes, Leonardo Murolo, destaca que “la cantidad de usuarios que se informan mediante redes

sociales, principalmente Facebook y Twitter, pone en relieve el problema de la credibilidad de la información que por allí circula” (Murolo, 2019:66). Es por eso, que la información falsa no solamente se posiciona como una narrativa de las redes sociales similares a otras que buscan entretener o ironizar, sino que se asientan en un régimen de verosimilitud que busca posicionar intereses específicos de determinados sectores de poder ante temas de interés general.

Sin embargo, Calvo y Aruguete argumentan que las fake news en realidad, en la mayoría de los casos, no están diseñadas para convencer a alguien sino como una manera de ataque a un rival. “Buscan mirar a la cara al oponente y escupir información que lo indigne lo agravie y lo rebaje. No importa si esas fake news son desmentidas en algunos minutos, horas o días más tarde. De hecho, su intención no es durar sino lastimar. No conforman una estrategia informativa sino un acto de bullying destinado a activar, movilizar y confrontar”. (Calvo y Aruguete, 2020:52).

Si nos metemos de lleno en el ecosistema de la desinformación, podemos encontrar diferencias sustanciales en distintos términos. La desinformación incluye desde discursos políticos hasta los memes que circulan en cualquier red social, donde podemos identificar fake news o malas informaciones.

De las fake news podemos destacar, como se explicó anteriormente, que el foco está puesto en su intencionalidad para generar desinformación, en muchas ocasiones centradas en grupos de personas para infringir un daño. En cambio, las malas informaciones (que en inglés recibe el nombre de “bad information” pero que no tenemos una traducción al español que represente realmente el significado del término) pueden ser informaciones (titulares de noticias, resúmenes, publicaciones de redes sociales) que intentan resumir un contenido o acontecimiento en el tiempo promedio de lectura de un usuario de redes sociales, y que en ese proceso se termina cambiando la información pero sin la verdadera intención de generar desinformación.

Las redes sociales se manejan con la lógica de la inmediatez, por eso la información se fragmenta para poder llamar la atención del usuario. Eso implica muchas veces que, en el afán de explicar todo en un titular que sea corto, atractivo y llamativo, se termine desvirtuando la realidad. Se busca generar un clickbait para conseguir más visitas, pero no siempre la intencionalidad está puesta en la desinformación, sino que esta termina siendo una consecuencia de implementación de una estrategia de comunicación.

Un estudio realizado por el Massachusetts Institute of Technology (MIT) publicado en 2018, asegura que las noticias falsas tienen un 70% más de probabilidades de ser compartidas y de convertirse en fenómenos virales que la información real. El estudio está centrado en X (en ese momento denominado aún como Twitter), pero probablemente sea una lógica que mantiene su correlato en cualquier otra red social (Vosoughi ; Roy; y Aral, 2018).

Las situaciones de crisis, como por ejemplo la pandemia o una guerra, es cuando el tráfico de información crece de manera exponencial y las personas consumen desde el lugar que pueden, muchas veces no diferenciando la fuente o el medio de donde están recibiendo esa información. En la actualidad, son las redes sociales (sobre todo X) la fuente de información más rápida al alcance de la mano y es por eso que las noticias falsas pueden colarse con más rapidez con una estrategia casi camaleónica .

Otro hallazgo de este estudio muestra que la difusión de información sin evidencia no se debe esencialmente a bots programados sino que son seres humanos quienes aceleran esa difusión de noticias falsas. Los investigadores explicaron que cuando eliminaron los bots de los datos recolectados, las diferencias entre la difusión de noticias falsas y verdaderas se mantuvieron casi igual (Vosoughi ; Roy; y Aral, 2018).

Cuando se combinan contextos de crisis con una plataforma donde miles de usuarios pueden compartir información, y además hay influencers con una base de seguidores consolidada, la

difusión de información falsa se acelera. Si lo que alguien lee confirma sus creencias, se siente validado y contribuye a la propagación de esa idea al compartirla.

Parisier introduce a la conversación el concepto de filtro “burbuja”. Explica que la pantalla de nuestros dispositivos se ha convertido en “una especie de espejo unidireccional que refleja tus propios intereses” (Parisier, 2017:3). En este punto es muy interesante retomar esta idea y su reflexión de como se pensaba que internet iba a democratizar el mundo y como este iba a quitarle poder a las elites y constituiría un espacio libre fuera de la lógica de mercado.

Para el autor, la burbuja de filtros introduce una dinámica a la que no estábamos acostumbrados, y la implementación de estos filtros conforman verdaderamente máquinas de predicción que altera nuestra manera de encontrar ideas e información. Esto se respalda en la invisibilidad de estos mecanismos y funcionan con un manto de neutralidad que en realidad no lo tienen.

Es así que la desinformación en general, y las noticias falsas en particular, tienen en la actualidad su espacio predilecto en las redes sociales, ya que bajo la lógica del algoritmo particular de cada una, le muestran al usuario contenidos directamente relacionados con sus preferencias e intereses, generando un embudo difícil del cual escapar.

Principales legislaciones a nivel mundial

Entre 2016 y 2022 se promulgaron o modificaron 91 leyes en todo el mundo para incluir disposiciones relativas a la información falsa o engañosa, según un [estudio](#) del Centro para la Asistencia Internacional a los Medios de Comunicación.

Teniendo en cuenta la situación, la Organización de los Estados Americanos (OEA) publicó en 2017 un documento titulado “Declaración Conjunta Sobre Libertad De Expresión Y “Noticias Falsas” (“Fake News”), Desinformación Y Propaganda” en donde

reconocieron que existe una creciente difusión de desinformación en medios tradicionales. El documento señala que esas estrategias están diseñadas para confundir al público, interfiriendo en su derecho a saber, buscar, recibir y transmitir información, lo cual está protegido por las garantías legales internacionales de libertad de expresión y opinión.

Por esa razón, se destacaron principios orientadores en donde se destaca que los Estados únicamente podrán establecer restricciones al derecho de libertad de expresión en conformidad con el test previsto en el derecho internacional para tales restricciones, que exige que estén estipuladas en la ley, alcancen uno de los intereses legítimos reconocidos por el derecho internacional y resulten necesarias para proteger ese interés.

A su vez, se permiten restricciones para prohibir la apología del odio que incite a la violencia, discriminación u hostilidad, aunque aclara que los intermediarios no son responsables por contenidos de terceros a menos que intervengan en los mismos o se nieguen a cumplir una orden legal de remoción de contenido, emitida por un órgano independiente y autorizado.

Por otro lado, el bloqueo estatal de sitios web, IP, puertos o protocolos lo refiere como una medida extrema, justificable sólo si es legal, necesaria, proporcional y ejecutable en el caso que no existan medidas menos invasivas, mientras que las interferencias a emisoras de otras jurisdicciones solo son legítimas si un tribunal o un órgano autorizado determina una violación grave, en el caso que todas las instancias previas para resolver el problema hayan resultado ineficaces.

Pone el foco en la importancia de la responsabilidad de los actores estatales y en que estos no deberían efectuar, avalar, fomentar ni difundir de otro modo declaraciones que saben o deberían saber razonablemente que son falsas o que muestran un menosprecio manifiesto por la información verificable. En consonancia los incita a difundir información confiable y fidedigna, incluido en temas de interés público.

En cuanto a los medios de comunicación y a los periodistas destaca la importancia de que estos apoyen sistemas efectivos de autorregulación, a nivel de sectores de medios específicos (como órganos profesionales) o en el plano de los medios individuales (ombudsmen o editores públicos), que incluyen estándares para propiciar la veracidad de las noticias, entre otras cosas, contemplando el derecho de rectificación y/o réplica en el caso de hechos incorrectos en los medios.

Asimismo, establece que los medios de comunicación deberían evaluar la posibilidad de ofrecer una cobertura crítica de la desinformación y la propaganda como parte de sus servicios de noticias, lo cual sería congruente con su rol de vigilancia en la sociedad, sobre todo en períodos electorales y en debates sobre temas de interés público.

Aproximaciones en América

En Estados Unidos existe presión por parte de políticos y miembros de organismos electorales para que el país haga ilegal la difusión de información electoral falsa. En algunos estados ya existe legislación centrada en regular las plataformas y moderar publicaciones engañosas.

La Sección 230 del Artículo 47 de la Ley de Decencia en las Comunicaciones, promulgada en 1996 como parte de la Ley de Telecomunicaciones, aborda principalmente la responsabilidad legal de las plataformas en línea, como sitios web, foros y redes sociales, por contenidos generados por terceros. La ley permite que dichas plataformas no sean consideradas responsables por contenidos ilegales publicados por los usuarios, y su interpretación fue confirmada luego de un fallo de la Corte Suprema en mayo de 2023.

Durante la presidencia de Joe Biden, el Congreso no impulsó regulaciones significativas sobre las grandes tecnológicas estadounidenses. Sin embargo, aprobó un ultimátum para que

ByteDance, la empresa china propietaria de TikTok, transfiera la plataforma a inversionistas estadounidenses antes del 19 de enero de 2025, bajo amenaza de prohibición. La medida fue impugnada legalmente por TikTok, mientras que Donald Trump pidió más tiempo antes de adoptar una decisión tan radical, por lo que la fecha fue aplazada.

En los últimos años se han aprobado propuestas para regular plataformas con foco en la moderación de contenidos en los estados de Texas, Florida, Nueva York y California. En Texas, la ley prohíbe a las plataformas eliminar contenido publicado por los usuarios. En Florida, existe una ley que prohíbe al gobierno exigir a las plataformas que eliminen contenido. El Estado también prohíbe la moderación del contenido publicado por los medios de comunicación.

En México, el artículo 405 del Código Penal prevé una multa de entre 50 y 200 días y una pena de prisión de entre dos y seis años para los funcionarios electorales que difundan contenidos falsos sobre el proceso electoral o sus resultados. La misma regla se aplica a los candidatos en época electoral en el país. En marzo de 2023, la Universidad Autónoma de México (UNAM) publicó un Decálogo de Derechos Digitales, pidiendo la regulación de las plataformas digitales, incluida la lucha contra la desinformación. El documento ha sido debatido en el Parlamento, pero sin resultados concretos todavía.

En América Latina, la iniciativa similar más cercana a ser aprobada es un proyecto de ley de 2020 en Brasil, conocido como Proyecto de Ley de Fake News. Después de más de tres años de discusiones y cambios, hubo bastantes especulaciones de que el proyecto podría ser votado y aprobado en el Congreso entre abril y agosto del 2023, pero esto no sucedió.

El proyecto preserva tres pilares importantes: libertad de expresión, mecanismos de transparencia de los servicios de las plataformas digitales y modificación del régimen de responsabilidad de las plataformas. La falta de consenso, sin embargo, sobre qué

organismo sería responsable de vigilar y controlar la aplicación de las medidas previstas en la ley impidió su aprobación hasta el momento.

En el caso de Argentina, por el momento no posee una ley federal contra la desinformación. Sin embargo, cabe señalar que en 2020, la Defensoría Pública de Servicios de Comunicación Audiovisual creó “Nodio: Observatorio de Desinformación y Violencia Simbólica en Medios y Plataformas Digitales”, que se encarga de “proteger a la ciudadanía de información falsa, noticias maliciosas y engañosas.”

Esta puesta en marcha generó una polémica en muchos sectores políticos, por lo que se aclaró que el Observatorio sólo realizaría estudios o análisis sobre desinformación y no sería responsable de limitar la circulación de información falsa o imponer sanciones.

A su vez, se propusieron dos proyectos de ley para combatir la desinformación. El primero, la Ley 1453-S-2020 proponía una modificación del Código Penal, incluyendo una pena de prisión para quienes difundan noticias falsas “con el objetivo de sembrar pánico, desacreditar a las autoridades oficiales o causar desorden o disturbios”. El segundo, el Proyecto de Ley 848-S-2020 buscaba regular la publicación de contenidos ilegales en plataformas de redes sociales, responsabilizando a los proveedores.

En Uruguay, el artículo 19 de la ley de prensa establece sanciones para los medios de comunicación que publiquen información falsa que conduzca a cambios en el orden público o cause daños económicos y reputacionales al Estado. Además, el artículo 22 de la ley también establece que las empresas de medios serán consideradas civilmente responsables de los delitos cometidos por los medios de su propiedad.

En 2005, Venezuela reformó el código penal del país y entre las inclusiones hechas prevé castigos para quien cause pánico en la sociedad mediante la difusión de información falsa a través de medios impresos, radio, televisión, teléfono y electrónicos. La

pena es de dos a cinco años de prisión y puede aumentar en un tercio si el delito es cometido por un funcionario público que se aprovecha del anonimato o utiliza el nombre de un tercero.

El uso de esta ley para censurar y castigar a periodistas es fuertemente criticado a nivel internacional. Pese a no hacer referencia directa a la desinformación, el país aún cuenta con dos leyes que regulan el discurso en plataformas digitales: la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos (conocida comúnmente como Ley Resorte) y la Ley Contra el Odio, por la Convivencia Pacífica y la Tolerancia.

En agosto de 2023, la plataforma chilena de fact-checking Fast-check señaló que existen 12 proyectos de ley que buscan legislar la difusión de información falsa en Internet. Por ejemplo, una de las propuestas actualmente en estudio busca tipificar como delito la difusión de contenidos falsos con el objetivo de causar pánico y alarma entre la población, modificando el Código Penal para añadir este delito con una pena mínima de prisión. En 2024, el gobierno chileno ha intentado crear una comisión especial para discutir la desinformación, afirmando que este fenómeno necesita ser debatido porque afecta los procesos democráticos. Sin embargo, fue declarado inconstitucional por el Senado.

El enfoque europeo

La Unión Europea cuenta con un marco legal amplio desde la sanción de la Ley de Servicios Digitales (DSA), la cual entró en vigor en la Unión Europea en noviembre de 2022, y se aplicó plenamente a partir del 17 de febrero de 2024. Esta tiene al menos cuatro pilares centrales: establece que el discurso de odio debe ser eliminado rápidamente; requiere que las grandes tecnológicas tengan políticas capaces de prevenir la difusión de publicaciones falsas; exige que estas empresas sean transparentes sobre sus modelos de segmentación de usuarios y moderación de contenidos; y determina que dan a los usuarios más control sobre

sus datos y privacidad. Las grandes tecnológicas que no cumplan con la legislación de la Unión Europea pueden ser multadas, la cual puede alcanzar el 6% de los ingresos globales de la empresa. En caso de reincidencia, las empresas pueden ser prohibidas en los países de la Unión Europea.

En 2018, Francia aprobó una ley contra “la manipulación de información” en períodos electorales, conocida como “ley de las fake news”. La legislación multa con un año de prisión y 75.000 euros a aquel que la viole y, entre otros aspectos, permite a los partidos, apelar a un juez para que detenga la difusión de “información falsa” durante los tres meses anteriores a los comicios y al Consejo Superior Audiovisual francés suspender canales de televisión “controlados por un Estado extranjero o bajo la influencia” de ese Estado si “difunden deliberadamente información falsa que pueda afectar la sinceridad de la votación”.

Esta legislación provocó críticas entre organizaciones de periodistas (como lo son Reporteros Sin Fronteras o el Sindicato Nacional de Periodistas en Francia), que consideraron “básica y limitada” su definición de “noticias falsas” y tacharon la norma de “ineficaz” y “peligrosa”.

Desde principios de 2018 en Alemania está en vigor la ley denominada NetzDG, que tiene como objetivo combatir más eficazmente los delitos de odio, las noticias criminales falsas y otros contenidos delictivos en las plataformas de redes sociales. Regula las plataformas de redes sociales que cuentan con más de 2 millones de usuarios, obligándolas a, eliminar o bloquear contenidos claramente ilícitos, en un plazo de hasta siete días después de recibir la denuncia.

La ley también exige que las plataformas presenten, cada seis meses, un informe detallando las medidas adoptadas para abordar las denuncias de delitos de odio y otros contenidos ilegales. Las multas para las plataformas que no cumplan la ley pueden alcanzar los 50 millones de euros.

El Reino Unido tiene una serie de leyes que castigan la difusión

de información falsa. Por ejemplo, la Ley de Comunicaciones Maliciosas establece que la pena por difundir información falsa puede ser de hasta dos años de prisión y una multa.

La Ley de Comunicaciones del Reino Unido también contiene algunas secciones sobre desinformación. El artículo 127 establece que una persona comete delito si envía, a través de una red pública de comunicaciones electrónicas, un mensaje que sabe que es falso. La pena es de hasta seis meses de prisión y multa.

También hay propuestas que podrían tener un impacto en la difusión de información falsa en línea, como lo es el proyecto de ley de seguridad en línea se presentó al Parlamento en marzo de 2022. El proyecto de ley tiene como objetivo regular el funcionamiento de las empresas de Internet mediante la eliminación de material ilegal en línea.

En 2021, Portugal sancionó la Carta portuguesa de Derechos Humanos en la era digital. La ley fue creada con el objetivo de posibilitar la inclusión social en el entorno digital y tiene un artículo que trata específicamente la desinformación, el cual describe que el Estado debe velar por el cumplimiento del Plan de Acción Europeo contra la Desinformación para proteger a la sociedad contra cualquiera que reproduzca o difunda narrativas consideradas falsas.

Esta legislación también garantiza el derecho de las personas a presentar denuncias sobre entidades que difundan desinformación. Las gestiones deben realizarse ante la Autoridad Reguladora de las Comunicaciones Sociales del país. Además, al ser parte de la Unión Europea, el país también es uno de los cubiertos por la Ley de Servicios Digitales (DSA).

Desde 2016, en Rusia se viene planificando una legislación para combatir la desinformación, cuando se modificó la “Ley sobre la información, las tecnologías de la información y la protección de la información” y el Código de infracciones administrativas. Uno de los apartados establece que los motores de búsqueda con más de 1 millón de usuarios diarios serían res-

ponsables de la veracidad del contenido informativo, considerado esencial para el público.

Asimismo, el presidente ruso Vladimir Putin firmó, en 2019, una ley que castiga a quienes crean y distribuyen noticias falsas. Las sanciones incluyen multas para individuos y empresas, y el bloqueo de plataformas en las que se publicaron noticias falsas si no se eliminan inmediatamente después de una solicitud de las fuerzas del orden. En marzo de 2022, ya en relación con la invasión de Ucrania, se crearon nuevas enmiendas a las leyes existentes. En el Código Penal ruso, por ejemplo, se convierte en delito difundir “información deliberadamente falsa” sobre las fuerzas armadas rusas y el ejercicio de sus poderes por parte de organismos estatales fuera del territorio de Rusia.

En 2022, Turquía aprobó una legislación que permite al Gobierno perseguir la difusión de “noticias falsas” en Internet. La norma no fue bien recibida, especialmente su artículo 29 que castiga con entre uno y tres años de cárcel a quienes difundan información considerada falsa por las autoridades turcas.

Esta regulación fue criticada por partidos de la oposición y organismos como la Unión Europea y la Organización de Naciones Unidas, que mostraron preocupación por la introducción de penas de prisión severas y en su redacción, destacando que no queda bien definido el concepto de desinformación, lo que podría transformarse en una herramienta de persecución política.

Regulaciones en Asia

Varios países del continente asiático han implementado legislaciones o han intentado aplicarlas. Durante el 2018, Filipinas también intentó establecer una regulación contra la desinformación, aunque fracasó (a medias) en el proceso. El presidente del Comité de Información Pública y Medios de Comunicación del Senado presentó un proyecto de ley para responsabilizar a los funcionarios gubernamentales de difundir información falsa. De

aprobarse, la legislación sanciona con penas de prisión y multas de hasta 32 mil euros a aquellos que difundieran desinformación en Internet y redes sociales.

Sin embargo, la norma fue impugnada por inconstitucional y periodistas filipinos se mostraron en contra del proyecto legislativo alegando que las definiciones de términos como “desinformación” eran demasiado amplias y que la criminalización llevaría a la censura.

La organización Human Rights Watch también rechazó la norma al considerar que restringiría excesivamente la libertad de expresión. En 2019, el Senado de Filipinas comunicó que el proyecto de ley debía ser revisado para respetar la Constitución. No obstante, en una modificación del Código Penal, se incluyeron penas de hasta 3.200 euros para quienes publiquen “noticias falsas que puedan poner en peligro el orden público o causar daño a los intereses o al crédito del Estado”.

En 2023, India aprobó enmiendas a las Normas de Tecnología de la Información del país. En el nuevo texto, los servicios intermediarios de Internet (plataformas) deberán publicar en sus sitios web reglas que detallen los tipos de contenidos que los usuarios no deben publicar, incluida información falsa o engañosa que pueda percibirse como verdadera. Las enmiendas también establecen que la decisión sobre si la información es falsa o no la tomará la unidad de verificación de hechos de la oficina de prensa del gobierno u otras agencias autorizadas.

En China, el artículo 12 de la Ley de Ciberseguridad del país, aprobada en 2016, establece que ningún individuo u organización puede utilizar Internet para fabricar o difundir información falsa que perturbe el orden económico y social. Sin embargo, el texto no prevé sanciones en caso de incumplimiento.

Japón tiene una Ley de Radiodifusión, creada en 1950 y revisada en 2014, que establece en el artículo 4 que las emisoras no deben distorsionar los hechos en la cobertura de noticias al editar programas de radiodifusión nacionales e internacionales.

Además, el Código Penal japonés prevé sanciones por difamación utilizando información falsa: cualquiera que difame a otra persona haciendo acusaciones en público, independientemente de si dichos hechos son verdaderos o falsos, será castigado con prisión o prisión sin trabajo por no más de 3 años o una multa que no exceda los 500.000 yenes.

Otros países que tomaron medidas

Distintos países de Oceanía tuvieron distintas iniciativas y proyectos de ley que buscan regular los efectos de la desinformación. Por ejemplo, Australia tiene un proyecto de ley que aborda el tema. En junio de 2023, el gobierno presentó este proyecto que busca enmendar la legislación actual sobre comunicaciones. Otorga al regulador independiente, la Autoridad Australiana de Comunicaciones y Medios (ACMA), nuevos poderes como recopilar información de los proveedores de plataformas o exigirles que entreguen registros sobre asuntos relacionados con la desinformación.

El proyecto de ley estuvo abierto a consulta pública hasta septiembre de ese año y las sugerencias se encuentran online. Cabe recordar, que este país también promulgó en 2018 la Ley de Modificación de la Legislación de Seguridad Nacional (Espionaje e Interferencia Extranjera), que modificó el artículo 137 del Código Penal para incluir el delito agravado de proporcionar información falsa o engañosa. El delito se castiga con hasta cinco años de prisión.

En África también hay casos que muestran distintas aplicaciones regulatorias en torno a la materia. Es para destacar el caso de Sudáfrica, que en 2020 utilizó la Ley de Gestión de Desastres como base para crear una serie de directrices para combatir la pandemia de Covid-19. Entre las normas establecidas por el gobierno, hay un artículo que prevé castigos para quien publique declaraciones engañosas sobre el Covid-19 en cualquier medio, incluidas las redes sociales.

La pena es multa y prisión de hasta seis meses. Además, el Código Electoral del país también tiene secciones que tratan de la desinformación. El artículo 89 de la ley establece que ninguna persona podrá publicar información falsa con la intención de perturbar o impedir elecciones, crear un entorno hostil para influir en los resultados de una elección o influir en la realización o el resultado de una elección.

Asimismo, otro país del continente que tiene una legislación en esta materia es Marruecos, contenida en su Ley de Prensa, la cual castiga a quienes difunden desinformación. El artículo 72 prevé sanciones para quien publique, difunda o transmita de mala fe noticias falsas, acusaciones o hechos inexactos. La pena es una multa de hasta 200.000 dirhams marroquíes (casi unos 20 mil dólares), aumentada hasta 500.000 si la información afecta a la disciplina o la moral de las fuerzas armadas del país.

Egipto aprobó la Ley N° 180 en 2018, que regula la prensa y los medios de comunicación en el país. En el artículo 19 establece que los periódicos, medios de comunicación o sitios web no podrán publicar o difundir noticias falsas o cualquier cosa que llame o incite a la infracción de la ley, la violencia o el odio, o que implique discriminación entre ciudadanos, incite al racismo o incluya la difamación de personas. También establece que la legislación debe ser observada por cualquier sitio web personal, blog o cuenta que tenga más de 5.000 seguidores. Además, la ley establece que la Junta de Gobernadores puede suspender o bloquear el sitio web, blog o cuenta del infractor.

En Sudán, el Código Penal y la Ley de Delitos Cibernéticos, aprobado en 2020, tipifican como delito la difusión de información falsa con la intención de amenazar el orden público o dañar la imagen del Estado. Cualquier persona declarada culpable en virtud del artículo 66 del Código Penal puede ser condenada a hasta seis meses de prisión y multada. La pena puede ser de hasta cuatro años de prisión y azotes, situación que puso en alerta a distintos organismos de control de la libertad de expresión.

¿Qué papel juegan los intermediarios?

Como bien se señaló anteriormente, en la actualidad, las redes sociales cumplen un papel fundamental en el esquema de comunicación mundial. Y por obvias razones ya explicadas, son el ambiente perfecto para que la desinformación pueda circular.

¿Qué papel están cumpliendo actualmente los intermediarios para evitar convertirse en motores de desinformación? ¿De qué manera reconfiguran sus estrategias de navegación y de experiencia de usuario para construirse como un lugar limpio de noticias falsas? A continuación, se detallan algunas de las acciones que han implementado en los últimos años en este sentido.

Empecemos por la red más antigua de las que continúan vigentes: Facebook de la empresa Meta. Hasta hace poco, esta plataforma tenía asociaciones con más de 80 organizaciones de verificación de hechos certificadas por la International Fact-Checking Network. Cuando se identifica un contenido como falso, se reduce su distribución y se notifica a los usuarios que intentan compartirlo.

Asimismo, había implementado etiquetas informativas, a partir de la pandemia de COVID-19, en publicaciones relacionadas con el virus, redirigiendo a los usuarios a fuentes de información confiables como la Organización Mundial de la Salud (OMS).

Instagram, también propiedad de Meta, utilizaba desde hace un tiempo etiquetas de advertencia en publicaciones que contienen información no verificada y bloquea hashtags que se pueden utilizar para difundir desinformación. En temas como COVID-19, Instagram dirigía a los usuarios a información verificada de organizaciones de salud oficiales cuando buscan términos relacionados.

Meta ha implementado estrategias en todas sus plataformas, incluida WhatsApp, donde ha limitado la cantidad de veces que un mensaje puede ser reenviado, para frenar la propagación de fake news. Sumado a esto, durante la pandemia, este dispositivo

lanzó un centro de información en colaboración con la OMS y otras organizaciones para proporcionar datos precisos y consejos directamente dentro de la aplicación.

Sin embargo, con la reciente asunción de Donald Trump como Presidente de Estados Unidos, Meta cambió sus principales políticas respecto a la desinformación, eliminando funciones de moderación en temas sensibles como la inmigración y género, y eliminó su Programa de Diversidad, Equidad, e Inclusión.

Asimismo, reemplazó a sus sistemas basados en verificadores de datos (fact-checkers) por un sistema de “Notas Comunitarias” similar al de la plataforma X. Cabe aclarar que en el anterior modelo los verificadores le informaban a la plataforma, luego de una investigación detallada, si una información viral era considerada falsa, parcialmente falsa, o verdadera. Al cambiar esos sistemas, que seguían un reglamento ético acordado internacionalmente, por notas de los usuarios (los cuales no tienen porque tener compromisos éticos o recursos para realizar ese trabajo con eficiencia), representan un riesgo a que el nivel de desinformación fuera mucho más alto. Sumado a esto, modificó los sistemas de implementación de sus propias políticas para evitar la remoción automática de contenidos. Ahora solamente se va a eliminar un contenido cuando reciba suficientes denuncias, lo que favorece la reproducción del mismo.

Becerra y Aruguete, en una nota publicada en Infobae, afirman que el sistema propuesto anteriormente por Meta no era infalible, porque los sesgos existen, incluso entre los chequeadores profesionales. “Sin embargo, sustituir este trabajo especializado por las Notas de la comunidad no garantiza un debate más democrático en línea ni eliminará dichos sesgos. Por el contrario, podría favorecer una mayor concentración del dominio sobre los contenidos, beneficiando a estrategias comunicacionales y troll-centers con mayor poder político, financiero y mediático para hacer un control poblacional de usuarios” (Becerra y Aruguete, 2025).

Está claro que el paquete de medidas impulsadas por Meta busca acercar posiciones y limar asperezas con Trump, quién en el pasado ha acusado a la compañía de censura y sesgo ideológico. Tras el ataque al Capitolio en 2021, las plataformas digitales fueron señaladas como espacios que permitieron la difusión de desinformación favorable a Trump, lo que llevó a la expulsión del mandatario republicano de las principales redes durante los años siguientes. Asimismo, Meta enfrenta un juicio impulsado por la Comisión Federal de Comercio (FTC), quien acusa a la compañía de monopolizar el mercado tras adquirir Instagram y WhatsApp. El acercamiento del CEO de Meta, Mark Zuckerberg, a Trump podría ser una estrategia para obtener apoyo político y evitar restricciones normativas a su expansión.

Los cambios puestos en marcha no solo reducen la capacidad de enfrentar la desinformación sistemática, sino que también aumenta el riesgo para grupos y personas en situación de vulnerabilidad, quienes son las más expuestas al acoso, la discriminación y los discursos de odio que se difunden. En este sentido, tal como afirma Vladimir Cortés Roshdestvensky (2025), la actual amenaza para la democracia global no proviene de esfuerzos regulatorios estatales, sino de permitir que las grandes tecnológicas operen sin supervisión efectiva, determinando las reglas del discurso público global de manera unilateral. “El anuncio de Zuckerberg no es un manifiesto por la libertad de expresión; es una declaración de resistencia corporativa al control democrático” (Cortés Roshdestvensky, 2025).

En el caso de “X” (hasta hace poco más de dos años Twitter), se habían puesto en marcha en algunos países etiquetas de advertencia y eliminación de tweets. De esta forma añadía etiquetas de advertencia a tweets que contienen información engañosa o falsa sobre temas sensibles, como las elecciones y la pandemia. En algunos casos, eliminaba directamente los tweets que violan sus políticas. Además, ha anexado información adicional en tweets de temas relacionados con el COVID-19 y las elecciones,

proporcionando enlaces a páginas con información verificada y contextos adicionales para ayudar a los usuarios a entender mejor la situación. Con la compra de la plataforma por parte del empresario Elon Musk, estos controles perdieron rigurosidad, y en algunos casos directamente dejaron de funcionar, bajo la excusa de convertirse en un espacio libre de censura.

TikTok ha implementado la verificación de datos y eliminación de contenidos que la plataforma certifica que son totalmente falsos. También implementa etiquetas de advertencia en videos que contienen información no verificada. Desde el año 2020, también ha lanzado campañas para educar a los usuarios sobre cómo identificar noticias falsas y verificar la información antes de compartirla.

Google también ha tomado cartas en el asunto, y ha impulsado diversas estrategias en la mayoría de sus aplicaciones. Tanto en su motor de búsqueda, como en su plataforma audiovisual y de anuncios, ha buscado garantizar acciones que sean efectivas para evitar corrientes de desinformación.

Google Search, el motor de búsqueda más famoso del mundo, utiliza algoritmos avanzados para priorizar contenido de alta calidad y fuentes confiables en los resultados de búsqueda. Estos algoritmos evalúan la autoridad y la relevancia de las páginas web para minimizar la aparición de fake news. Además, muestra etiquetas de verificación de hechos en los resultados de búsqueda. Estas etiquetas provienen de organizaciones de verificación de hechos que revisan la veracidad del contenido. Los usuarios pueden ver un resumen de la verificación junto con enlaces a las fuentes verificadas.

En YouTube se han implementado paneles de información que aparecen debajo de los videos y en los resultados de búsqueda, ofreciendo enlaces a fuentes autorizadas sobre temas controvertidos, como vacunas y elecciones. También, desmonetiza videos que difunden desinformación grave para evitar que los creadores obtengan ingresos de contenidos falsos.

Google ha lanzado la Google News Initiative para fortalecer el periodismo de calidad y combatir la desinformación. Esto incluye subvenciones a medios de comunicación y la promoción de buenas prácticas en el periodismo digital. Google News tiene una sección dedicada a la verificación de hechos, donde se agrupan noticias verificadas por distintas organizaciones, lo que facilita a los usuarios encontrar información precisa y contrastada.

En cuanto a su plataforma de anuncios, Google Ads, se han implementado políticas estrictas para evitar que los mismos propaguen desinformación. Los anuncios que contengan información falsa o engañosa son rechazados, y las cuentas que violan repetidamente estas políticas pueden ser suspendidas. A partir del 2022, Google requiere que los anunciantes verifiquen su identidad y proporcionen información adicional para garantizar la transparencia del anunciante.

En Google Assistant se priorizan respuestas de fuentes verificadas y confiables para proporcionar información precisa a los usuarios. Utiliza datos de fuentes autorizadas como la OMS para consultas sobre temas críticos como la salud. Por último, ofrece una herramienta llamada “Fact-Check Explorer” que permite a los usuarios buscar verificaciones de hechos realizadas por organizaciones de verificación de todo el mundo, y facilita el acceso a información verificada sobre una amplia gama de temas.

Estos casos concretos demuestran cómo Google está utilizando una combinación de tecnología avanzada, colaboración con organizaciones de verificación de hechos y políticas estrictas para combatir la desinformación en sus plataformas.

Las iniciativas tomadas por los distintos intermediarios resultan interesantes para comprender la complejidad del fenómeno de la desinformación en general y sobre todo en el mundo digital. Si bien varias de estas herramientas funcionan como una red que busca frenar la publicación y circulación de noticias falsas, no

alcanzan para poder hacerlo del todo, pero envían un mensaje al usuario sobre el compromiso de construir un espacio seguro y lo más transparente posible. En cambio, otros intermediarios (como Meta y X) revelan una visión alarmantemente sesgada y hegemónica de la libertad de expresión, amenazando no solo los procesos democráticos sino también la seguridad misma de individuos y comunidades. La eliminación de controles sobre los contenidos de X impulsada por la dirección de Elon Musk, provocó una fuga masiva de usuarios, en parte reemplazados por cuentas automatizadas que la propia empresa valida si pagan por la verificación. Este escenario refleja un riesgo similar para Facebook e Instagram, donde la falta de moderación efectiva podría generar el éxodo de usuarios hacia otras plataformas. Paradójicamente, en lugar de fomentar el debate público, como plantea Meta con sus nuevas reformas, esta decisión podría terminar restringiéndolo.

Conclusiones

La desinformación es un fenómeno complejo que plantea serios desafíos en la sociedad contemporánea, donde la sobrecarga de información puede eclipsar la objetividad frente a determinada situación o hecho. En muchas ocasiones, proliferan más las creencias arraigadas por sobre los datos con fuentes fidedignas, lo que genera que la información entre todo el tiempo en un estado de desconfianza constante.

Si bien las noticias falsas no convencen por sí solas sobre una posición determinada, es verdad que su funcionamiento contribuyen notablemente al fortalecimiento de posturas previas y conllevan a una radicalización del pensamiento, donde todo funciona en clave de blanco o negro, dejando por fuera cualquier intensión de mediación.

Dicho esto, se podría establecer que la desinformación no es una estrategia novedosa o que se ha incorporado en los últimos

años, sino que todo lo contrario: cambian los mecanismos de circulación y de afianzamiento de las mismas, pero no así, sus lógicas.

Es verdad que en la actualidad las redes sociales terminan cumpliendo un rol fundamental, ya sea en su carácter de intermediario, como también, en su virtud por fomentar filtros burbujas en los cuales nuestra manera de encontrar ideas e información está diseñada previamente.

Es así, que una vez inmersos en el mundo de las redes sociales, la desinformación es un peligro constante, ya que el mismo algoritmo nos muestra contenidos en base a nuestros consumos previos y temas de interés.

Los intermediarios también tienen un rango de responsabilidad y pueden impulsar distintas herramientas para contribuir en esta “batalla” contra la desinformación. Algunas ya se están poniendo en práctica, pero está muy claro que no alcanzan y que el algoritmo tiene una batalla constante para distinguir entre contenidos.

Las empresas que controlan las redes sociales influyen en la visibilidad de los contenidos, favoreciendo ciertos mensajes, cuentas y usuarios en detrimento de otros. Su programación algorítmica responde a intereses corporativos que, lejos de garantizar un espacio equitativo para todas las voces, esta moderación implícita termina beneficiando a quienes promueven esas expresiones.

Por eso, esta mediación con la desinformación se ha convertido en uno de los pilares centrales en lo que respecta a posibles legislaciones en el ámbito de la comunicación. Como se ha desarrollado a lo largo de este documento, son muchos los países que han abordado el tema desde distintas concepciones y grados de intervención. Están aquellos que han introducido modificaciones en legislaciones anteriores en el afán de poder tratar el tema de una manera más liviana, mientras que hay otros que directamente han diseñado regulaciones específicas que buscan tener este tema bajo reglas claras.

Este abanico de enfoques pone de manifiesto la complejidad del problema y la dificultad inherente en encontrar un método que sea efectivo y respetuoso con los principios democráticos. De cualquier manera, aquí podemos llegar a un nudo gordiano, un problema que realmente no tiene una respuesta consensuada: ¿Sirve realmente regular? ¿Si lo hacemos no estamos poniendo en jaque el derecho a la libertad de expresión y a una mala utilización de la legislación para fomentar la censura? Pero si no hay un marco legal, ¿Puede que le estemos abriendo la puerta al juego de la desinformación y que este se convierta en una táctica lícita para el manejo en torno a los ánimos sociales, políticos, culturales, y económicos de una sociedad?

Las diferentes aproximaciones legislativas a nivel mundial reflejan un esfuerzo por encontrar este equilibrio, aunque sin una solución universalmente aceptada. La verdadera cuestión radica en determinar si es posible regular la información sin comprometer los derechos fundamentales, mientras se busca impedir que la desinformación se convierta en una herramienta de manipulación efectiva.

Simultáneamente, es esencial fomentar una cultura de responsabilidad individual, donde cada persona se comprometa a verificar la veracidad de la información antes de compartirla. Para eso es necesario tratar el tema en todos los niveles educativos, como así también potenciar acciones en adultos y adultos mayores.

En resumen, la lucha contra la desinformación requiere una estrategia multifacética que involucre tanto la intervención regulatoria como la responsabilidad individual en la búsqueda y difusión de información veraz. Las regulaciones deben ser diseñadas con cuidado, asegurando que protejan a la sociedad de la desinformación sin infringir los derechos fundamentales.

Solo a través de un enfoque integrado que combine la acción de gobiernos, medios tradicionales, intermediarios, y la participación activa de la ciudadanía se podrá enfrentar eficazmente el desafío de la desinformación en la era digital.

Bibliografía

- Aruguete, Natalia (2021)
Capítulo Infodemia: fake news, trolls y sobreinformación en *La comunicación política en tiempos de reset*. 79-88. Editorial Teseo: Buenos Aires. Argentina. Disponible en: <https://www4.hcdn.gob.ar/icap/material/PolarizacionAruguete2.pdf>
- Becerra, Martín (2023). *Los intermediarios y su incidencia sobre derechos de la ciudadanía en Internet*, para la asignatura “Regulaciones y Derecho en Comunicación” de la Especialización en Comunicación Digital Interactiva de la Universidad Nacional de Rosario..
- Becerra, Martín (2021), Regulación de plataformas digitales: dos casos de análisis con Google y Facebook como protagonistas, en *Revista Argentina de Regulación y Derecho de las Telecomunicaciones* n°2, IJ Editores, disponible en: <https://ijeditores.com/pop.php?option=articulo&Hash=873ace2990f601b06a2f6b67935fcddc>
- Becerra, Martín y Aruguete, Natalia (2025) Giro trumpista de Meta: ¿más o menos poder para los usuarios? en *Infobae*, publicado el 14/1/2025, disponible en: <https://www.infobae.com/opinion/2025/01/14/giro-trumpista-de-meta-mas-o-menos-poder-para-los-usuarios/>
- Calvo, Ernesto y Aruguete, Natalia (2020). *Fake news, trolls y otros encantos*. Buenos Aires: Siglo veintiuno editores.
- Comisión Interamericana de DDHH (2013). *Libertad de expresión en Internet, Relatoría Especial para la Libertad de Expresión*. Disponible en: http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/informes/2014_04_08_Internet_WEB.pdf
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos. Relatoría Especial para la Libertad de Expresión (2017). *Declaración Conjunta Sobre Libertad de Expresión y “Noticias Falsas” (“Fake News”), Desinformación y Propaganda*. Disponible en: <https://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=1056&IID=2>

- Cortés Roshdestvensky, Vladimir (2025). La falsa narrativa de censura: Meta y su resistencia a la regulación democrática en *Ciper Chile*, publicado el 9/1/2025, disponible en: <https://www.ciperchile.cl/2025/01/09/la-falsa-narrativa-de-censura-meta-y-su-resistencia-a-la-regulacion-democratica/>
- Duchiadé, André (2023) Nuevo mapa destaca leyes contra la desinformación en América Latina y más allá en *Lat Am Journalism Review*, disponible en: <https://latamjournalismreview.org/es/articles/nuevo-mapa-destaca-leyes-contrala-desinformacion-en-america-latina-y-mas-alla/>
- Flax, Rocío (2022) *Iniciativas contra las fake news en Argentina: un estado del área*. Disponible en: <https://bit.ly/IniciativasContraLasFakeNewsEnArgentina>
- García, Gonzalo J. (2024) Nuevos retos para verificar contenidos en Diario *Rosario 12*, publicado el 9/8/2024, disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/765762-nuevos-retos-para-verificar-contenidos>
- Guide of the Committee to Protect Journalists (2022): <https://cpj.org/wp-content/uploads/2022/07/Guide-to-Understanding-the-Laws-Relating-to-Fake-News-in-Russia.pdf>
- Kaplan, Anna (2022) *Requires social media networks to provide and maintain mechanisms for reporting hateful conduct on their platform*, disponible en: <https://www.nysenate.gov/legislation/bills/2021/S4511>
- Lim, Gabrielle y Bradshaw, Samantha (2023) *Chilling Legislation: Tracking the Impact of “Fake News” Laws on Press Freedom Internationally*. Disponible en: <https://www.cima.ned.org/publication/chilling-legislation/>
- LOI n° 2018-1202 du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information, disponible en: <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000037847559>
- Loreti, Damián y Luis Lozano (2014), *El derecho a comunicar. Los conflictos en torno a la*

libertad de expresión en las sociedades contemporáneas, Siglo XXI, Buenos Aires. Capítulo 2.

- Londeix, Gustavo (2020) *La noticia que asombró al mundo: la Luna está habitada por seres humanos*, disponible en: https://www.clarin.com/viste/noticia-asombro-mundo-luna-habitada-seres-humanos_0_65H9qDEmj.html
- Marés, Chico (2023) *Das fakes à regulação das redes: as metamorfoses do pl 2.630 em três anos*, disponible en: <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2023/04/10/metamorfoses-pl-2630-desinformacao>
- Morozov, Eugeni (2013) Regular la batalla por la información, en *El País*, publicado el 30/9/2013, disponible en: http://elpais.com/elpais/2013/09/10/opinion/1378809537_719906.html
- Murolo, Leonardo (2019) *La posverdad es mentira. Un aporte conceptual sobre fake news y periodismo*. Barcelona: Gedisa. "NODIO, el Observatorio de la desinformación y violencia simbólica" (2020) en portal de la Defensoría del público, disponible en: <https://defensadelpublico.gob.ar/llego-nodio-el-observatorio-de-la-desinformacion-y-la-violencia-simbolica/>
- Pariser, Eli (2017), *Introducción en El filtro burbuja. Cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos*, Taurus: Buenos Aires, p. 11-29.
- Proyecto de ley (S-1453/2020), disponible en: <https://drive.google.com/file/d/1s7r3D1cEaQ-Zu4Lr2gXXAVWVq7al7oR0/view?usp=sharing>
- Proyecto de ley (848-S-2020), disponible en: <https://www.senado.gob.ar/parlamentario/comisiones/verExp/848.20/S/PL>
- Ramirez, Mario (2024) De leyes contra la desinformación que censuran hasta un posible golpe de Estado en Alemania: el peligro de no combatir los bulos en *Cadena Ser*. Disponible en: <https://cadenaser.com/nacional/2024/05/03/de-leyes-contrala-desinformacion-que-censuran-hasta-un->

posible-golpe-de-estad
o-en-alemania-el-peligro-de-no-
combatir-los-bulos-cadena-ser/

- Slipczuk, Martín (2023) Desinformación: los riesgos de las leyes anti “fake news” en el portal *Chequeado*, disponible en: <https://chequeado.com/nota/desinformacion-los-riesgos-de-las-leyes-anti-fake-news/>
- Valbuena Larrota, Sindy (2025). Meta redefine la libertad de expresión, un cambio que podría transformar redes sociales en la era Trump en *Infobae*, publicado el 10/1/2025, disponible en <https://www.infobae.com/tecnologia/2025/01/10/meta-redefine-la-libertad-de-expresion-un-cambio-que-podria-transformar-redes-sociales-en-la-era-trump/>
- Vosoughi, Soroush; Roy, Deb; Aral, Sinan (2018) *The Spread of True and False News Online*. Massachusetts Institute of Technology (MIT), disponible en: <https://www.science.org/doi/10.1126/science.aap9559>
- Weidenslaufer, Christine Weidenslaufer y Roberts, Raimundo (2022) *Regulación de las fake news en el derecho*

comparado, disponible en: <https://drive.google.com/file/d/1xaCrINcrC9D3OzlsY1gJNCLRApj36tDR/view>

- Zukerfeld, Mariano y Bernadette Califano (2019), Discutiendo la neutralidad de la red: de los discursos dominantes a las prácticas en contextos periféricos en *COMMONS, Ciencias Sociales y Comunicación, Vol 8, n° 1*, 5-43, disponible en: <https://revistas.uca.es/index.php/cayp/article/view/5032/552>

Datos del autor:

Apellido y Nombre:
García, Gonzalo Javier

Pertenencia: Facultad de
Ciencia Política y Relaciones
Internacionales - Universidad
Nacional de Rosario (UNR)
Procedencia y/o afiliación
Institucional: docente de la
Licenciatura en Comunicación
Social y del Profesorado en
Comunicación Educativa
Área de investigación: políticas
y derechos a la comunicación
Dirección electrónica :
gonzalojgarciaunr@gmail.com

ORCID : <https://orcid.org/0009-0006-4403-1521>

Recibido: 9/10/2024

Aceptado: 24/2/2025