Directrices para la Regulación de Plataformas de Redes Sociales

cgi.br

Directrices para la Regulación de Plataformas de Redes Sociales

cgi.br

Núcleo de Información y Coordinación del Punto BR

DIRECTOR PRESIDENTE: Demi Getschko
DIRECTOR DE ASESORÍA A LAS ACTIVIDADES DEL CGI.br: Hartmut Richard Glaser
DIRECTOR DE SERVICIOS Y TECNOLOGÍA: Frederico Neves
DIRECTOR DE PROYECTOS ESPECIALES Y DE DESARROLLO: Milton Kaoru Kashiwakura
DIRECTOR ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO: Ricardo Narchi

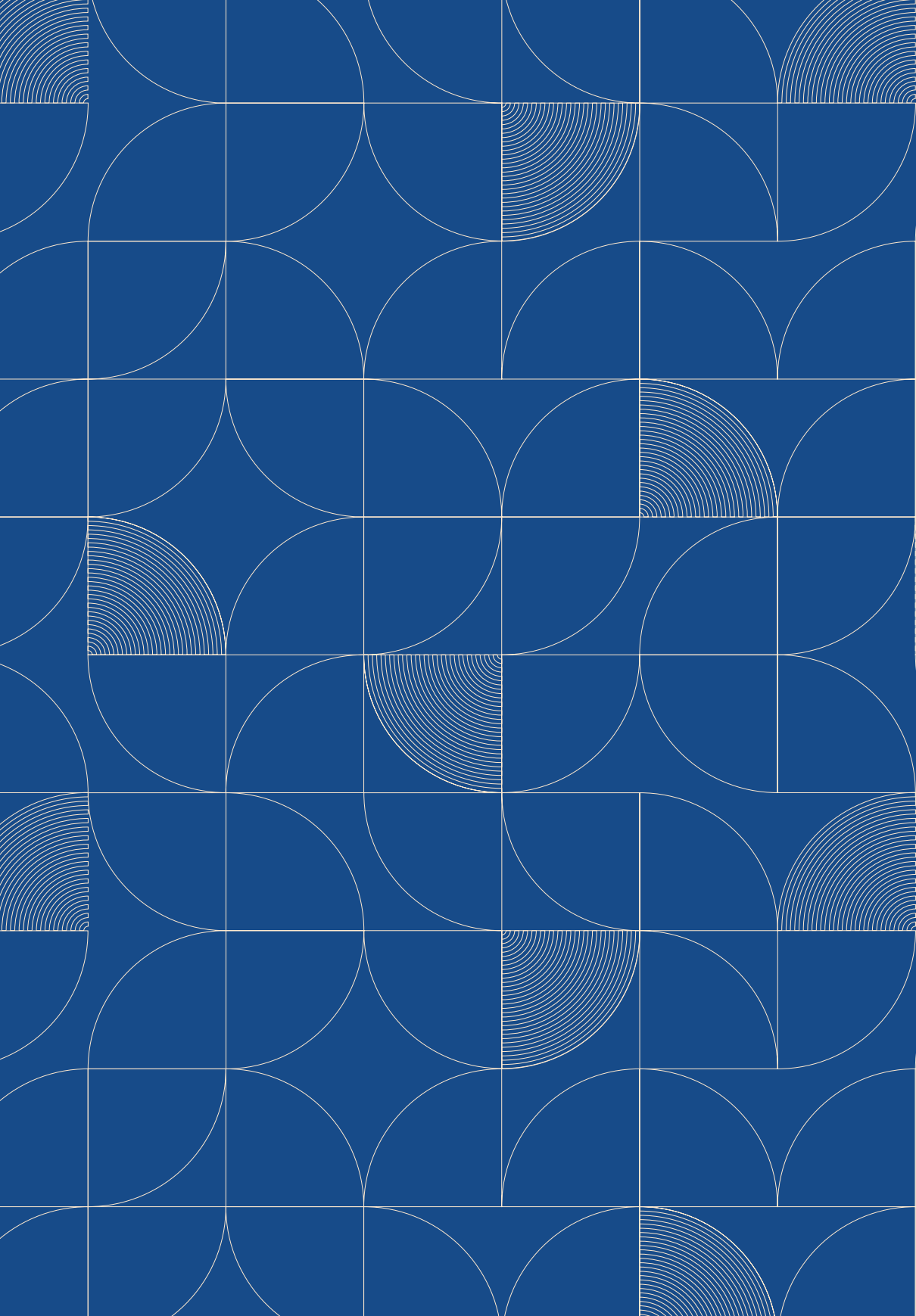
Créditos de la publicación

COORDINACIÓN EDITORIAL: Comité Gestor de Internet en Brasil – CGI.br
INVESTIGACIÓN Y REDACCIÓN DEL INFORME: Juliana Oms (Asesora de Políticas Públicas Digitales del CGI.br), Juliano Cappi (Gerente de Políticas Públicas Digitales del CGI.br), Laurianne-Marie Schippers (Asesora del CGI.br), Francisco Britto (Consultoría Nuvem) y Helena Maluf (Consultoría Nuvem)
REVISIÓN DE CONTENIDO: Nathália Corvello (Redactora Técnica del CGI.br), Juliana Oms (Asesora de Políticas Públicas Digitales del CGI.br), Laurianne-Marie Schippers (Asesora del CGI.br) y Érica Santos Soares de Freitas (revisión externa)
DISEÑO GRÁFICO Y DIAGRAMACIÓN: Grappa

Comité Gestor de Internet (CGI.br)

REPRESENTANTES DEL SECTOR GUBERNAMENTAL: Alexandre Freire, Cláudio Furtado, Cristiane Rauen, Débora Peres Menezes, Hermano Barros Tercius, José Roberto de Moraes Rêgo Jr, Luanna Roncaratti, Pedro Helena Pontual Machado y Renata Mielli
REPRESENTANTES DEL SECTOR EMPRESARIAL: Cristiano Flores, Henrique Faulhaber, Marcos Ferrari y Nivaldo Cleto
REPRESENTANTES DEL TERCER SECTOR: Bia Barbosa, Bianca Kremer, Percival Henriques y Rodolfo Avelino
REPRESENTANTES DE LA COMUNIDAD CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA: Lisandro Zambenedetti, Marcelo Fornazin y Rafael de Almeida Evangelista
REPRESENTANTE DE NOTORIO SABER EN ASUNTOS DE INTERNET: Demi Getschko
COORDINADORA: Renata Mielli
SECRETARIO EJECUTIVO: Hartmut Richard Glaser

Publicado en noviembre de 2026 y disponible en: http://cgi.br



Estas directrices presentan recomendaciones del CGI.br para orientar el debate y la regulación de plataformas de redes sociales, y guían la aplicación de los Principios del CGI.br para la Regulación de Plataformas de Redes Sociales, que sirvieron de base para su elaboración.

La aplicación de cada directriz debe considerar el principio 9 del CGI.br, de proporcionalidad regulatoria, siguiendo un modelo asimétrico de regulación, conforme a lo establecido en la directriz 43. Cabe destacar, además, que las directrices son aplicables, cuando corresponda, a las plataformas digitales en general.

Aunque están interconectadas, las directrices se agruparon en seis temas: (i) soberanía; (ii) transparencia; (iii) economía y competencia; (iv) derechos humanos; (v) prevención y responsabilidad; y (vi) gobernanza y regulación asimétrica.

Cada directriz va acompañada, junto a su título, de los principios a los que está vinculada (en el formato [P1], [P2], etc.). Los principios pueden consultarse al final del documento.

I

Soberanía

1

Mantener representación legal u oficina en el país [P1]

Las plataformas de redes sociales extranjeras deberán mantener representación legal u oficina propia en Brasil cuando el servicio se ofrezca al público brasileño. La definición de lo que se ofrece al público brasileño, a su vez, es contextual y puede variar según el caso. Entre los factores que pueden considerarse para orientar dicha condición están la cantidad de usuarios brasileños, la existencia de relaciones comerciales con brasileños y la presencia de contenidos ofrecidos en lengua portuguesa.

2

Garantizar el acceso a datos personales ubicados fuera del territorio brasileño [P1]

Las plataformas de redes sociales deben garantizar el acceso a los datos personales de ciudadanos brasileños almacenados fuera del territorio nacional, mediante orden judicial o administrativa válida ante la jurisdicción brasileña, respetando la privacidad del titular de los datos.

3

Proteger el flujo transfronterizo de datos personales de ciudadanos brasileños [P1] [P3]

Las plataformas de redes sociales deben asegurar un nivel adecuado de protección de los datos personales de ciudadanos brasileños en las transferencias internacionales, de conformidad con la Ley General de Protección de Datos Personales (LGPD)[1].

La regulación debe considerar las particularidades de la transferencia internacional de datos personales que ocurre en el ámbito de las redes sociales, tales como: (i) la escala del tratamiento de datos en sus servicios; (ii) la sensibilidad de los datos (como los referentes a opinión política, sexualidad, religión, entre otras categorías, conforme a la LGPD); y (iii) la transnacionalidad de las mayores empresas de redes sociales.

[1] Disponible en: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Consultado el 5 de octubre de 2026.

4

Promover medidas contra la injerencia indebida en procesos electorales y democráticos [P1] [P6] [P8]

Las plataformas de redes sociales deben establecer mecanismos para detectar y mitigar riesgos de injerencia indebida en la integridad de los procesos democráticos, incluidas las elecciones.

Entre los mecanismos recomendados se incluyen: prohibir y monitorear prácticas como la monetización[2], recomendación[3], impulso y anuncios[4] de contenido antidemocrático y de canales contumaces o reincidentes en este tipo de contenido, así como la contratación de envíos masivos de mensajes en redes sociales. Se recomienda también prohibir, en contexto electoral, estrategias de uso engañoso de motores de búsqueda[5], además de monitorear y mitigar riesgos de ciberseguridad, como la invasión o el compromiso de cuentas y perfiles de participantes en procesos electorales, democráticos o institucionales del Estado brasileño.

Sobre recomendaciones de transparencia en procesos electorales, véase la Directriz 10.

[2] En este documento, se entiende por monetización la remuneración directa o indirecta de un usuario de una aplicación de Internet por la publicación, posteo, exhibición, puesta a disposición, transmisión, divulgación o distribución de contenido.

[3] En este documento, se entiende por sistemas de recomendación de contenido aquellos que determinan la forma en que el contenido de terceros se presenta al usuario, organizando y clasificando la información por orden relativo de prioridad, de acuerdo con criterios establecidos por la plataforma, de forma parcial o totalmente automatizada. Así, como estos sistemas suelen estar relacionados con la diseminación de determinado contenido en línea, pueden amplificar problemas sistémicos.

[4] Las plataformas de redes sociales, especialmente aquellas cuyo modelo de negocio se basa en la publicidad, cuentan con diversas modalidades de contratación de publicidad, con niveles variables de personalización, profesionalización, funcionalidades e impactos. En general, un anuncio tradicional es un contenido autónomo, con mayor capacidad de especificación por parte del contratante, mientras que un contenido impulsado (que puede tener nombres diferentes en cada plataforma, como "promocionado" o "*boosting* de contenido") se elabora a partir de un contenido presente en el perfil del usuario y con menos opciones de control por parte del contratante. La redacción de estas directrices y de otras que utilizan los términos "impulso" y "anuncio" no pretende definir ninguno de ellos, sino únicamente orientar la aplicación de las directrices a contenidos (comerciales o no) que, independientemente del formato o la nomenclatura, ven ampliada su visibilidad, alcance o priorización mediante un pago a la plataforma.

[5] Las estrategias engañosas en motores de búsqueda en contexto electoral se configuran cuando una campaña o candidato intenta inducir a error o confusión a los electores a través de buscadores en Internet, por ejemplo, eligiendo palabras clave que produzcan ese efecto.

5

Controlar datos estratégicos
[P1] [P3] [P5]

La regulación puede determinar la permanencia, exclusiva o duplicada, en territorio brasileño, de determinados datos sensibles o de datos cuyo tratamiento deriva de una obligación legal. Esto se debe, entre otros factores, a los desafíos que implica la aplicación de medidas regulatorias y judiciales para acceder a datos ubicados en el extranjero.

II

Transparencia

6

Establecer mecanismos de transparencia sobre la actividad de moderación de contenido [P2] [P6]

Las plataformas de redes sociales deben publicar información amplia que permita a los usuarios, a los investigadores y al poder público comprender las actividades de moderación de contenido[6], incluyendo:

a) el contenido de las reglas internas que complementan los términos de uso y sean relevantes para justificar la moderación de contenido;
b) las cifras correspondientes a la aplicación, en Brasil, de medidas de moderación de contenido previstas en sus términos de uso o aplicadas en atención a solicitudes de autoridades, detallando: (i) la naturaleza y la motivación de la medida aplicada; (ii) la forma de detección de la violación de sus términos de uso; (iii) si dicha detección fue automatizada o por denuncia; y (iv) la cantidad de denuncias de usuarios recibidas;
c) la transparencia sobre la composición de los equipos responsables de la moderación de contenido en Brasil, detallando su capacidad para lidiar con el contexto nacional;
d) la transparencia sobre la moderación realizada de forma automatizada, incluida la capacidad del sistema para comprender la lengua portuguesa y el contexto brasileño.

Para la información relacionada con secretos comerciales o industriales,

[6] En este documento, la moderación de contenido es el conjunto de procesos y acciones que llevan a cabo las plataformas de redes sociales para identificar y restringir contenidos de terceros o cuentas de usuario con potencial de causar daño o que sean incompatibles con los términos de uso de las plataformas. Las acciones pueden incluir la eliminación, la reducción del alcance, las restricciones a la monetización o la señalización del contenido; en suma, son cualesquiera acciones que afecten la disponibilidad, visibilidad y accesibilidad de contenidos de terceros con potencial dañino o incompatibles con las condiciones de la plataforma.

protegida por propiedad intelectual, o cuya publicidad perjudique la seguridad del sistema, corresponderá a la autoridad reguladora establecer grados modulados de transparencia para los diferentes actores interesados, como las propias autoridades reguladoras, las entidades de investigación acreditadas, los usuarios y la sociedad.
Sobre las entidades de investigación acreditadas para el acceso a la información, véase la Directriz 8.

7 Establecer mecanismos y procedimientos de transparencia en la recomendación y la monetización de contenido [P3] [P6]

Las plataformas de redes sociales deben garantizar la publicidad de los parámetros de recomendación de contenido y aclarar cómo las configuraciones de personalización elegidas por los usuarios inciden en la curaduría de los contenidos mostrados.

Por parámetros de recomendación, se entienden los criterios que consideran los algoritmos para recomendar contenido a un usuario determinado, como ubicación, edad, género y publicaciones que le gustaron. En otras palabras, los usuarios tienen derecho a saber por qué y cómo se les dirigen los contenidos.

En el mismo sentido, las plataformas de redes sociales deben ser transparentes en cuanto a los criterios utilizados para que el contenido sea elegible para monetización y a cómo esta se produce.

La autoridad reguladora debe definir los supuestos en que la puesta a disposición de información al público en general es obligatoria y aquellos en que dicha información puede proporcionarse únicamente a la autoridad reguladora. Ejemplos de este último caso son la información que viole secretos comerciales o industriales y protecciones de propiedad intelectual, o que perjudique la operación segura del servicio. En esas situaciones, la autoridad reguladora deberá buscar definiciones y criterios que no vulneren los derechos de información de los usuarios.

Sobre las opciones en los sistemas de recomendación, véase la Directriz 33. Sobre la responsabilidad y los deberes relacionados con contenidos y monetización, véanse las directrices 40 y 41.

8

Establecer mecanismos de transparencia para la investigación y el conocimiento [P4] [P6] [P10]

Las plataformas de redes sociales deben poner a disposición herramientas de acceso a datos granulares para la investigación y el conocimiento que sean seguras, gratuitas y de fácil acceso para las entidades de investigación acreditadas.

La elegibilidad para modalidades de acceso especial a información con fines de investigación debe ser controlada por una entidad acreditadora pública, de carácter nacional, reconocida y representativa de la comunidad técnico-científica. La designación de dicha entidad acreditadora debe ser determinada por ley o por la autoridad reguladora.

Las interfaces técnicas necesarias para el acceso a los datos deben desarrollarse en colaboración entre las distintas partes (plataformas, entidad acreditadora, entidades acreditadas y autoridad reguladora), de forma que se garantice la seguridad, la protección de datos personales, la protección de secretos industriales y comerciales, el control y la trazabilidad del acceso, entre otros requisitos legales.

9

Establecer mecanismos y procedimientos de transparencia en la publicidad en plataformas [P1] [P6]

Las plataformas de redes sociales deben poner a disposición, al menos de las autoridades reguladoras y de los investigadores acreditados, un repositorio con los anuncios publicados y eliminados. Ante el público en general, deben también ser transparentes sobre el conjunto de anunciantes y sus políticas de aprobación y eliminación de anuncios, incluso mediante la implementación de términos de uso específicos para la publicidad.

Aunque los anuncios puedan almacenarse por un tiempo determinado, las plataformas de redes sociales deben ponerlos a disposición en un formato procesable que permita la preservación de aquellos relevantes para la memoria y la promoción del derecho a la información, en los términos de la Directriz 34: "Preservar contenidos relevantes para la investigación, la memoria histórica y el derecho a la información".

La autoridad reguladora debe establecer, de forma específica, qué información (como origen, contratante, montos pagados, público objetivo y alcance de los anuncios) deberá ponerse a disposición de las autoridades competentes, de los investigadores y del público. Cabe destacar que esta directriz no se aplica a contenidos relacionados con el período electoral, que se sujetan a otra normativa, tratada en la Directriz 10.

10

Establecer mecanismos y procedimientos de transparencia para asegurar la integridad de campañas y procesos electorales que ocurran en las redes sociales [P1] [P6]

Las plataformas de redes sociales deben reforzar sus mecanismos de transparencia en períodos electorales, con especial atención a los medios de ampliación de la circulación de contenidos, incluidos los sistemas de recomendación e impulso.

En esos períodos, las plataformas deben proporcionar información detallada y granular en sus bibliotecas de anuncios y sobre los demás sistemas y políticas relevantes para el contexto electoral. Las plataformas deberán mantener un repositorio de anuncios de carácter político-electoral, incluso de aquellos que, eventualmente, no se pongan a disposición del público, por un período determinado. Tras ese período, seguirá correspondiendo a las plataformas preservar indicadores agregados del conjunto de los anuncios, aunque se descarte el contenido individual de cada uno.

Sobre la preservación de contenido relevante para la investigación, la memoria o el derecho a la información, véase la Directriz 34.

11

Etiquetar el contenido sintético (generado o alterado significativamente por IA) [P4] [P6]

Las plataformas de redes sociales deben promover la capacidad de etiquetar contenidos sintéticos (aquellos generados o modificados significativamente por inteligencia artificial [IA]), a fin de dar transparencia al usuario sobre el contenido recibido. Debe incentivarse que identifiquen estos contenidos sintéticos, para que su etiquetado no dependa exclusivamente de la autodeclaración (hecha por el productor del contenido). Es importante, además, que los respectivos autores y demás usuarios tengan derecho a impugnar el etiquetado y la propia forma en que se etiqueta el contenido, es decir, los mecanismos, los procesos y las decisiones que conducen a su identificación como sintético.

12

Establecer mecanismos y procedimientos de transparencia sobre la distribución de contenido periodístico [P4] [P6]

Además de los deberes previstos en la Directriz 13: "Establecer mecanismos de transparencia y acceso a datos para usuarios profesionales y empresariales", las plataformas de redes sociales deben ser transparentes en relación con la definición de los criterios de distribución y visibilidad del contenido periodístico[7], con métricas accesibles sobre la audiencia de cada medio y publicación, así como sobre las alianzas vigentes entre la plataforma y los medios periodísticos.

En relación con la compensación y la circulación de contenido periodístico, véase la Directriz 35.

[7] Los parámetros para la construcción de un concepto de contenido periodístico se proponen en la Directriz 35: "Fortalecer las actividades periodísticas mediante una compensación justa y el fomento de la circulación de contenido periodístico de interés público".

III

Economía y competencia

13

Establecer mecanismos de transparencia y acceso a datos para usuarios profesionales y empresariales [P5] [P6]

Los usuarios profesionales y empresariales comprenden a las personas físicas y jurídicas que utilizan la plataforma con fines comerciales o profesionales y que ofrecen bienes y/o servicios de manera habitual. En la oferta de productos o servicios puestos a disposición, las plataformas de redes sociales no pueden restringir el acceso a información relevante a esta categoría de usuarios.

En ese sentido, la regulación puede obligar a divulgar a los usuarios finales, empresariales o profesionales información y datos relevantes sobre la oferta y el uso de productos y servicios, tales como los términos de uso de sus productos y servicios, los criterios utilizados para clasificarlos y mostrarlos, los datos agregados y no agregados sobre la audiencia y las herramientas de medición del desempeño de los productos y servicios, así como la estructura de precios, remuneración y tarifas.

14

Actualizar los criterios para que la autoridad de defensa de la competencia pueda analizar previamente las operaciones de concentración [P5] [P9] [P10]

La regulación debe actualizar los criterios para el análisis previo de las operaciones de concentración, como fusiones y adquisiciones, que involucren plataformas de redes sociales con relevancia sistémica[8], a fin de permitir que las autoridades de defensa de la competencia intervengan en casos que generen riesgos para la innovación o para el consumidor. Para ello, deben observarse las dinámicas específicas de los mercados digitales, como la cantidad de usuarios o la disponibilidad de tecnologías innovadoras y emergentes.

[8] La posición de relevancia sistémica puede identificarse a partir de un análisis conjunto de características de la plataforma, como la actividad o posición estratégica en el mercado para el desarrollo de la actividad empresarial de terceros, el acceso a datos personales y comerciales relevantes, el número significativo de usuarios o la oferta acumulativa de servicios digitales, además de una facturación mínima necesaria para configurar dicha posición, en diálogo con los parámetros de regulación asimétrica propuestos en la Directriz 43: "Establecer una regulación asimétrica basada en criterios cuantitativos y cualitativos, sujetos a revisión periódica". El concepto hace referencia al término utilizado en el Proyecto de Ley (PL) n.º 4.675/2025, con el propósito de estandarizar la redacción con una nomenclatura brasileña. Disponible en: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2562481. Consultado el 4 de octubre de 2026.

15

Establecer límites al ejercicio de la autopreferencia [P5] [P9]

La regulación puede restringir y, eventualmente, prohibir prácticas de plataformas de redes sociales en posición de relevancia sistémica que favorezcan determinados servicios pertenecientes a su controladora, a fin de garantizar que su poder como plataforma no se utilice de manera abusiva en perjuicio de los servicios competidores y de los consumidores. Entre las prácticas de autopreferencia sujetas a restricciones, es posible incluir: (i) la clasificación artificial para destacar el propio producto o servicio; (ii) la exhibición, la indexación o la vinculación de un servicio del mismo grupo empresarial a la plataforma de red social con alto poder de mercado; y (iii) el acceso privilegiado a datos, salvo en caso de justificación técnica documentada y auditable. Además, quedan prohibidas cualesquiera prácticas que puedan limitar o impedir abusivamente el acceso a productos o servicios ofrecidos por terceros en las plataformas de redes sociales dominantes.

16

Establecer la posibilidad de exigencia de intercambio de datos obtenidos en razón de una posición de relevancia sistémica por parte de la autoridad de competencia [P5] [P7] [P9]

La regulación deberá conferir a la autoridad de defensa de la competencia la prerrogativa de exigir, a una plataforma de red social que goce de relevancia sistémica, el intercambio de datos con empresas competidoras, otros usuarios profesionales y empresariales, o el poder público, en casos en que ello sirva para promover la competencia y la libertad de elección del usuario, de forma compatible con la legislación de protección de datos personales y las legislaciones sectoriales pertinentes.

17

Limitar el intercambio de datos personales entre empresas del mismo grupo de relevancia sistémica [P3] [P5]

La regulación debe restringir el intercambio de datos entre empresas del mismo grupo económico de relevancia sistémica, y autorizarlo solo en supuestos especiales, específicamente: (i) el consentimiento informado, previo, expreso, específico, revocable y auditable del titular de los datos; (ii) el cumplimiento de una obligación legal o regulatoria; (iii) el ejercicio regular de derechos en un proceso; y (vi) la protección de la vida (siendo la opción predeterminada no compartir).

18

Imponer la separación de actividades [P5]

La regulación puede, en caso de abuso de poder de mercado y de perjuicio reiterado a los consumidores, aplicar diferentes formas de separación al grupo empresarial de relevancia sistémica, por criterio legislativo o determinación de autoridad competente. Como medidas de última instancia, son posibles las modalidades de separación contable, funcional o estructural (las dos últimas pueden abarcar unidades de curaduría, recomendación de publicidad, *marketplaces* integrados, entre otras actividades).

19

Garantizar condiciones adecuadas para los usuarios que desarrollen actividades económicas y profesionales a través de las plataformas [P2] [P5]

Las plataformas de redes sociales deben establecer condiciones para el ejercicio transparente, previsible, decente y justo de las actividades empresariales y profesionales en sus redes sociales, además de las demás medidas de transparencia y debido proceso previstas en estas directrices, tales como: previsibilidad y comunicación previa sobre cambios relevantes en sus políticas de uso, moderación y recomendación de contenido, y canales de impugnación accesibles y con lenguaje claro.

20

Garantizar condiciones adecuadas de trabajo decente en las plataformas de redes sociales [P2] [P5]

Las plataformas de redes sociales deben garantizar que el trabajo para sus plataformas y a partir de ellas (por ejemplo, actividades relacionadas con la moderación de contenido, entrenamiento de IA, entre otras) sea adecuadamente remunerado, ejercido en condiciones de libertad, equidad y seguridad, y capaz de garantizar una vida digna al trabajador.

21

Incentivar modelos alternativos y colaborativos de plataformas de redes sociales [P5] [P10]

La regulación debe formularse de modo que favorezca el surgimiento de esquemas innovadores de plataformas de redes sociales, basados en modelos alternativos y colaborativos. Estos modelos tienden a adoptar protocolos abiertos e interoperables *by design*, la aplicación de sistemas de moderación de contenido por parte de la comunidad de usuarios y la participación de la comunidad usuaria en el diseño de la plataforma. Es importante que los esquemas innovadores abarquen una mayor participación comunitaria en la toma de decisiones sobre el funcionamiento de la plataforma e incluyan redes sociales controladas por entidades sin fines de lucro, así como redes sociales con finalidad educativa o cultural, entre otras.

22

Promover el desarrollo de tecnologías nacionales en el segmento de redes sociales, apoyando ecosistemas de infraestructura crítica, software e IA [P5]

La regulación debe fomentar el desarrollo de tecnologías, servicios digitales nacionales y soluciones de ciberseguridad en el segmento de plataformas de redes sociales, con inversión prioritaria en tecnologías de interés público, tales como redes sociales de interés colectivo, *software* para la moderación de contenido en portugués y soluciones de integridad y seguridad en la moderación de contenido (en línea con la Directriz 21). Entre los mecanismos de fomento se destacan: (i) la creación de un fondo público multisectorial; líneas de crédito e incentivos fiscales; (ii) la coordinación de la estrategia de los entes nacionales y subnacionales y de los Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial; y (iii) la preferencia por empresas nacionales en las contrataciones públicas.

23

Garantizar la portabilidad de datos en formato abierto y legible por máquina [P3] [P5] [P7]

La portabilidad de datos debe producirse a solicitud del titular de los datos, realizada en formato abierto, legible por máquina y fácilmente exportable, incluyendo necesariamente metadatos y claves de referencia que conserven el contexto para su reinterpretación.

24

Promover la interoperabilidad, permitiendo la comunicación de servicios con funcionalidades similares [P3] [P5] [P7]

La regulación debe promover mecanismos para la interoperabilidad gratuita y efectiva del servicio, incluso mediante una interfaz tecnológica apropiada entre su infraestructura y los servicios, productos o las ofertas de terceros. Aunque la interoperabilidad pueda ser determinada por una autoridad competente, su ejecución depende de la autorización del titular de los datos. El deber de interoperabilidad debe dirigirse especialmente a las plataformas de redes sociales de gran dimensión, respetando los desafíos técnicos y de seguridad.

25

Promover protocolos y estándares abiertos en el ámbito de las redes sociales [P5] [P7]

La regulación debe promover la adopción de estándares no propietarios, ampliamente accesibles e implementables, siguiendo estándares reconocidos, como los del *World Wide Web Consortium* (W3C). Esta promoción podrá incluir incentivos tributarios, inversión estatal y regulación simplificada para las tecnologías que adopten estándares abiertos.

IV

Derechos humanos

26

Construir protecciones contra la discriminación y los efectos nocivos de la recomendación algorítmica [P2] [P3] [P6] [P8]

Las plataformas de redes sociales deben incorporar a la arquitectura de sus plataformas y a sus modelos de negocio protecciones contra la discriminación algorítmica[9] y otros efectos nocivos derivados de los algoritmos de recomendación de contenido (como la manipulación cognitiva o el diseño adictivo, entre otros).

Para ello, las medidas pertinentes incluyen: (i) la realización de auditorías independientes sobre sesgos, de manera obligatoria o incentivada; (ii) la promoción de deberes de transparencia algorítmica[10] para mejorar la comprensión del funcionamiento de los sistemas e informar sobre eventuales sesgos; y (iii) el establecimiento de otras obligaciones de debida diligencia en derechos humanos relacionadas con la revisión y la prueba periódica de los sistemas algorítmicos.

Sobre la transparencia en la recomendación de contenido y para la investigación, véanse las directrices 7 y 8.

[9] La discriminación algorítmica deriva de la asociación de contenidos, es decir, del resultado de la curaduría que implica sesgos sistemáticos relacionados con desigualdades de género, etnia, religión y orientación sexual u opinión/posición política, independientemente de la licitud del contenido considerado de forma aislada.

[10] La transparencia sobre un sistema algorítmico puede tener diferentes gradaciones y comprensiones. En este documento, se considera que la transparencia algorítmica puede referirse a la provisión de información sobre: (i) los datos utilizados en la etapa de entrenamiento o en la operación de la tecnología; (ii) el modelo del algoritmo y las inferencias realizadas; (iii) el nivel y la naturaleza de la intervención humana; y (iv) los resultados del sistema en cuestión, entre otros factores. El formato y el nivel de detalle en la provisión de dicha información deben variar según los destinatarios de la información (por ejemplo, usuarios, investigadores o reguladores) y el modo en que pretenden utilizarla.

27

Promover mecanismos para enfrentar las violaciones de derechos humanos en el ámbito de sus servicios [P2] [P6] [P8]

Las plataformas de redes sociales deben adoptar medidas preventivas, continuas y sistémicas para enfrentar las violaciones de derechos humanos y la propagación del discurso de odio, con cuidados adicionales para proteger a las poblaciones socialmente vulnerables. Dichas medidas deben considerar que la libertad de expresión, la libertad de asociación y otros derechos fundamentales pueden estar en riesgo debido a una actuación abusiva o indebida de la plataforma, o de un contexto de violencia propagada por usuarios sobre el cual la plataforma no actuó adecuadamente.

Las medidas de enfrentamiento recomendadas se relacionan especialmente con la transparencia y la debida diligencia, tales como: (i) términos de uso que definan los parámetros para la moderación de contenido, contemplando medidas aplicables a contenidos relacionados con violaciones de derechos humanos; (ii) informes de transparencia sobre las eliminaciones relacionadas con discurso de odio y demás violaciones; (iii) canales de denuncia ágiles; (iv) consulta a investigadores independientes en casos concretos de aplicación o impugnación de la política de moderación; y (v) mecanismos de escucha a los usuarios y de interacción continua con las comunidades afectadas y los investigadores para el mapeo de riesgos y daños en cada sector.

Esas y otras medidas deben construirse a partir de parámetros establecidos

por el órgano regulador. Las medidas preventivas y los mecanismos de enfrentamiento deben ejecutarse a la luz de contrapesos y garantías para los usuarios, como el debido proceso en la moderación de contenido, la posibilidad de recurso, el etiquetado o la reducción del alcance.
Sobre el análisis de riesgos sistémicos y las salvaguardas para la libertad de expresión, véanse las directrices 37 y 39.

28

Proteger a niñas, niños y adolescentes contra contenidos nocivos mediante mecanismos de verificación de edad proporcionales, seguros, inclusivos e interoperables [P2] [P8]

Para que niñas, niños y adolescentes tengan acceso a experiencias en línea adecuadas a su etapa de desarrollo, las plataformas de redes sociales deben mejorar continuamente sus mecanismos de verificación de edad, asegurando la proporcionalidad de la medida frente a los riesgos del producto o servicio, a fin de garantizar la inclusión digital, la protección de datos y la preservación del carácter universal, abierto y participativo de Internet.

En ese sentido, se recomienda la adopción de:

a) métodos no invasivos y con menor riesgo de vigilancia que permitan verificar únicamente atributos de edad, como credenciales verificables, en lugar de métodos más invasivos, como la recolección de biometría facial;
b) herramientas alternativas e inclusivas para niñas, niños y adolescentes que acceden a dispositivos compartidos con adultos o que se encuentran en algún contexto de vulnerabilidad adicional, para que la solución de verificación sea accesible, equitativa e inclusiva;

c) mecanismos que observen los principios de minimización de datos, limitación de la finalidad y proporcionalidad, asegurando que los datos recolectados se utilicen exclusivamente para la finalidad de verificación de edad;
d) estándares abiertos, interoperables y recomendados por organismos técnicos internacionales, evitando la dependencia tecnológica, asegurando el funcionamiento entre diferentes ecosistemas y preservando la arquitectura abierta, global e interoperable de Internet;
e) elevados estándares de seguridad técnica, orientados a la resiliencia frente a filtraciones, fraudes, ataques y usos indebidos, así como elevados estándares de transparencia y auditabilidad, con registros verificables, posibilidad de auditoría independiente y requisitos técnicos claros de cumplimiento[11].

Se refuerza la importancia de implementar otras medidas previstas en la legislación, como obligaciones relacionadas con: (i) el diseño seguro por defecto y la prohibición de prácticas de diseño manipulador; (ii) herramientas de supervisión parental accesibles, fáciles de usar y con salvaguardas de privacidad, seguridad y auditabilidad; y (iii) mecanismos de denuncia, bloqueo y respuesta a situaciones de riesgo, entre otras. En las obligaciones relacionadas con la supervisión parental, debe asegurarse, además, la interoperabilidad de las aplicaciones, especialmente para garantizar la protección independientemente del sistema operativo.

[11] Estas y otras recomendaciones pueden consultarse en la contribución del CGI.br a la consulta pública del Ministerio de Justicia (MJ) sobre verificación de edad. Disponible en: https://cgi.br/media/docs/publicacoes/4/pt/20251118175422/CGIbr_Contribuicoes_Consulta_MJ_Afericao_Idade.pdf. Consultado el 28 de agosto de 2026.

29

Promover la diversidad y la sensibilidad en el análisis de contenidos moderados en plataformas de redes sociales

[P2] [P6] [P10]

Las plataformas de redes sociales deben garantizar que la moderación de contenidos realizada por humanos esté a cargo de equipos conformados y capacitados desde una perspectiva de diversidad, asegurando el respeto a los derechos humanos, a la diversidad y la sensibilidad al contexto de la producción de contenido en Brasil.

Otros factores relevantes para una moderación de contenidos acorde con la promoción de los derechos humanos son: (i) un tamaño de los equipos en territorio nacional proporcional a la dimensión poblacional; (ii) la existencia de programas de capacitación e inversión en la formación de equipos en derechos humanos, análisis contextual y sesgos algorítmicos; (iii) el derecho del usuario a apelar las moderaciones realizadas por la plataforma; y (iv) la revisión colegiada en casos controvertidos.

30

Garantizar capacidad lingüística y cultural en los algoritmos de análisis de contenidos moderados en plataformas de redes sociales

[P2] [P6] [P10]

Las plataformas de redes sociales deben garantizar que los sistemas computacionales adoptados para la moderación de contenido en sus redes sean íntegros, seguros y sensibles a la lengua portuguesa, al contexto y a la diversidad brasileña. En ese sentido, el desarrollo, la aplicación y la revisión de estos sistemas deben considerar la diversidad cultural, la capacidad lingüística y la protección de la libertad de expresión, de opinión y de otros derechos fundamentales.

Sobre la transparencia en los sistemas algorítmicos de moderación de contenido, véase la Directriz 6.

31 Garantizar la accesibilidad y la democratización del espacio digital [P2] [P5] [P9]

Las plataformas de redes sociales deben implementar directrices y buenas prácticas con el objetivo de incluir a las personas que tengan necesidades de accesibilidad (situacionales, temporales o permanentes), especialmente a las personas con discapacidad (PcD). No contemplar requisitos mínimos puede significar una serie de barreras de acceso que comprometan el pleno ejercicio de la ciudadanía en Internet.

Algunos ejemplos de medidas son la accesibilidad por defecto (con pruebas continuas que consideren la participación de usuarios con discapacidad), las opciones de personalización y la compatibilidad con tecnologías de apoyo. Además del cumplimiento de las obligaciones legales (Estatuto de la Persona con Discapacidad[12]), se recomienda como buena práctica la alineación con estándares nacionales e internacionales, tales como las normas ABNT 17.225[13] y ABNT 17.060[14] (elaboradas por la Comisión de Estudio de Accesibilidad para la Inclusión Digital, con la coordinación del Centro de Estudios sobre Tecnologías Web [Ceweb.br]) y las Directrices de Accesibilidad para el Contenido Web (WCAG) 2.2[15], mantenidas por el W3C.

[12] Ley n.º 13.146/2015, disponible en: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm. Consultado el 4 de octubre de 2026.

[13] Más información disponible en: https://www.cgi.br/noticia/releases/desenvolvida-com-coordenacao-do-ceweb-br-nova-norma-da-abnt-estabelece-requisitos-para-melhorar-a-acessibilidade-de-sites/. Consultado el 4 de octubre de 2026.

[14] Más información disponible en: https://www.gov.br/mdh/pt-br/assuntos/noticias/2025/julho/lei-brasileira-de-inclusao-completa-10-anos-com-avancos-e-compromisso-do-mdhc-com-a-pauta/lei_brasileira_de_inclusao_digital.pdf. Consultado el 4 de octubre de 2026.

[15] Disponibles en: https://www.w3.org/TR/WCAG22/. Consultado el 4 de octubre de 2026.

32 Prohibir el perfilamiento basado en datos sensibles [P2] [P3] [P8]

Las plataformas de redes sociales (así como otros responsables del tratamiento de datos) no pueden utilizar datos sensibles con la finalidad de perfilamiento[16] para publicidad e impulso sin obtener el consentimiento del titular de los datos de forma específica y destacada y para finalidades determinadas. Esto significa que un eventual consentimiento, para ser válido, además de tener que ser libre, informado e inequívoco, no puede otorgarse de forma genérica, como en medio de los términos de uso o de la política de privacidad. Además, en línea con el principio 3 del CGI.br para la regulación de redes sociales ("Autodeterminación informativa")[17], la manifestación del consentimiento debe ejercerse sin perjuicio del acceso al servicio, considerando especialmente la dominancia y la esencialidad de algunas plataformas de redes sociales.

Asimismo, con fines de perfilamiento, la regulación debe prohibir el intercambio de datos personales sensibles entre responsables del tratamiento con el objetivo de obtener una ventaja económica, conforme a la prerrogativa conferida por la LGPD a la autoridad reguladora.

Más allá del cumplimiento estricto de la LGPD, la regulación debe prohibir el uso de técnicas de perfilamiento para la segmentación de publicidad comercial, así como el empleo de análisis emocional, de realidad aumentada, de realidad extendida y de realidad virtual para el perfilamiento y la segmentación de publicidad comercial.

Sobre la restricción del intercambio de datos entre empresas y sobre la opción de uso sin perfilamiento, véanse las directrices 17 y 33.

[16] Se entiende por perfilamiento el tratamiento de datos personales (automatizado o no) que tiene por objeto evaluar determinados aspectos de una persona natural para analizarla y/o clasificarla en grupos o perfiles personales, conductuales, profesionales, económicos, de salud, de intereses, entre otros.

[17] Disponible en: https://cgi.br/media/pdf/202610-CGIbr_Principios_Regulacao_RedesSociais. Consultado el 4 de octubre de 2026.

33

Asegurar la posibilidad de que el usuario elija sobre la curaduría y la recomendación de contenido, incluida la opción de uso sin perfilamiento algorítmico [P3] [P6]

Las plataformas de redes sociales deben permitir a los usuarios tomar decisiones sobre las recomendaciones de contenido o publicidad que se les dirigirán. Esto debe incluir la posibilidad de desactivar cualquier curaduría y recomendación de contenido dirigidas a partir del perfilamiento realizado con base en los datos personales de los usuarios. Ejemplos de herramientas relevantes para la efectividad de dichas elecciones son la opción de *feeds* cronológicos o distribuidos según criterios no conductuales, como los temas de interés definidos por el usuario o por las personas a las que sigue.

Además, las plataformas de redes sociales deben explicar los diferentes criterios de recomendación, la implicación de cada elección y el funcionamiento de los mecanismos de curaduría y recomendación de contenido.

Atendiendo al principio de autodeterminación informativa [P3], que engloba la idea de minimización de la recolección de datos, la recolección de datos personales de los usuarios que optaron por la no personalización algorítmica debe realizarse solo cuando sea estrictamente necesaria para atender finalidades legítimas, conforme a lo dispuesto en la LGPD.

Sobre la transparencia en la recomendación de contenido, véase la Directriz 7.

34

Preservar contenidos relevantes para la investigación, la memoria histórica y el derecho a la información [P4] [P6]

La regulación debe crear obligaciones específicas para los casos en que el contenido producido y puesto a disposición por redes sociales se vuelve relevante para la investigación y la memoria histórica y para la promoción del derecho a la información, garantizando su preservación y accesibilidad para esos fines, incluso cuando haya sido eliminado de la plataforma. Entre los criterios para considerar un contenido de relevancia histórica y para la investigación se encuentran: el impacto social, la representatividad cultural y el reconocimiento como patrimonio cultural.

35

Fortalecer las actividades periodísticas mediante una compensación justa y el fomento de la circulación de contenido periodístico de interés público [P4] [P5] [P10]

La regulación debe estipular medidas para la valorización de las actividades periodísticas en plataformas de redes sociales, destacando la necesidad de: (i) compensar de manera justa y transparente el uso de contenidos periodísticos por parte de las redes sociales, especialmente para garantizar la sostenibilidad de la actividad periodística; y (ii) fomentar la circulación de contenido periodístico de interés público en las redes sociales[18].

Por último, cabe destacar que la definición de contenido periodístico debe realizarse a partir de un debate amplio e inclusivo, con la participación de diferentes entidades y sectores. Este proceso se aplica a los esquemas necesarios para la compensación y a otros conceptos relevantes para la implementación de esta directriz, y abarca a las empresas involucradas y a las entidades representativas de periodistas.

[18] El periodismo de interés público puede definirse como aquel que, mediante el respeto de valores (como la independencia y la responsabilidad editorial, el pluralismo de opiniones, la transparencia, los estándares profesionales y éticos y el rigor metodológico), ejerce un papel de fiscalizador del respeto a las leyes y normas éticas valoradas por la sociedad.

V

Prevención y responsabilidad

36

Interrumpir la monetización de contenidos desinformativos con mayor potencial de causar daños a terceros [P2] [P4] [P8]

La regulación debe contemplar obligaciones para que las plataformas de redes sociales prevengan los daños generados por contenido desinformativo[19] monetizado en sus entornos, tales como daños relacionados con la desinformación climática, el funcionamiento del proceso político democrático, la salud pública, etc.

Estas obligaciones deben abarcar disposiciones que prohíban la monetización de dichos contenidos engañosos en los casos en que exista un mayor potencial de causar daños a terceros. Así, la identificación del contenido desinformativo debe contar con el apoyo del conjunto de verificadores confiables previsto en la Directriz 38: "Mejorar los mecanismos de señalización de contenido ilícito y de verificación de hechos en la moderación de contenido".

Se trata de acciones preventivas y recomendadas especialmente en los casos en que existe una duda razonable sobre la ilicitud del contenido.

[19] En este documento, el fenómeno de la desinformación se entiende como todas las formas de información falsa, imprecisa o engañosa, producidas y distribuidas de forma intencional para causar un daño público (por ejemplo, para influir en el debate público) y/o para generar lucro.

37

Someter análisis periódicos de riesgos sistémicos para los derechos fundamentales y el Estado democrático de derecho, y operativizar medidas de mitigación [P2] [P4] [P8]

Las plataformas de redes sociales deben realizar y someter a los órganos reguladores análisis periódicos de riesgos sistémicos para los derechos fundamentales y el Estado democrático de derecho derivados de las funcionalidades (existentes y nuevas) que se ofrezcan a los usuarios. Además, las plataformas deben operacionalizar medidas de mitigación de los riesgos identificados, como ajustes en sus sistemas, adaptación de los términos de uso, entre otras medidas y otros procedimientos de debida diligencia en derechos humanos. El órgano regulador debe poner a disposición versiones públicas de estos análisis, a fin de permitir su seguimiento por parte de investigadores, de otras organizaciones y del público en general.

Sobre los mecanismos para enfrentar las violaciones de derechos humanos y sobre la responsabilidad de las plataformas que presentan riesgo sistémico, véanse las directrices 27 y 40, respectivamente.

38

Mejorar los mecanismos de señalización de contenido ilícito y de verificación de hechos en la moderación de contenido [P2] [P4] [P10]

Las plataformas de redes sociales deben adoptar mecanismos eficaces para la señalización de contenido ilícito y para la verificación de hechos en la moderación de contenido. Se recomienda, en especial, la adopción de procesos y mecanismos para dar tratamiento prioritario a los contenidos ilícitos notificados por alertadores de confianza (*trusted flaggers*), es decir, un conjunto de entidades, públicas o privadas, sin fines de lucro y con una actuación respetada, según el reconocimiento de la autoridad reguladora.
Otro mecanismo recomendado es la adopción de herramientas que promuevan la verificación de hechos en las publicaciones de sus usuarios, a fin de ampliar el acceso a información confiable. Por último, pueden incentivarse mecanismos de moderación por parte de la propia comunidad, como la adición de contexto por los usuarios, atendiendo a los riesgos y las características de cada plataforma de red social.
Sobre el uso de contenidos verificados para interrumpir la monetización, véase la Directriz 36.

39

Definir salvaguardas para el ejercicio de la libertad de expresión y el debido proceso en la moderación de contenido [P2] [P6] [P8]

Las plataformas de redes sociales deben proporcionar al usuario mecanismos ágiles de información e impugnación en caso de eliminación o restricción de contenido o de perfil. Los componentes del debido proceso en la moderación pueden incluir elementos como la transparencia sobre la motivación de la decisión, el derecho a la revisión, el derecho a la revisión humana (en caso de eliminación automatizada) y el derecho a la reparación por la eliminación indebida (en caso de moderación revertida). Del mismo modo, la regulación debe contemplar disposiciones para que las políticas de moderación protejan el ejercicio de la libertad de expresión de sus usuarios, especialmente para garantizar el acceso a información de calidad. Así, esta directriz puede contemplar también la implementación de las siguientes modalidades de moderación, igualmente sujetas al debido proceso:

a) "moderación por niveles", a fin de establecer niveles de protección para perfiles que respetan las reglas de la plataforma, pero que están sujetos a más denuncias o riesgos de eliminación debido a su exposición, como los perfiles de titulares de cargos políticos o de productores de contenidos periodísticos;
b) reducción del alcance (*downranking*) o etiquetado de contenidos, como medidas preferentes en relación con la eliminación de contenido (que debe ser la última opción), considerando criterios como la gravedad del contenido.

Sobre la transparencia en la moderación de contenidos, véase la Directriz 6.

40

Responsabilizar a las plataformas de redes sociales por el contenido de terceros de acuerdo con la gravedad, el tipo de contenido y el grado de interferencia sobre su circulación [P1] [P8] [P9]

La responsabilidad de las redes sociales por contenidos de terceros debe ser proporcional al tipo de contenido y a su gravedad. Debe aplicarse únicamente a las plataformas que sean proveedores de aplicaciones con funcionalidades de alta interferencia sobre la circulación de contenido de terceros[20]. En los casos de delitos contra el honor o en que exista una duda razonable sobre la ilicitud del contenido, la responsabilidad civil de la red social debe producirse solo tras el incumplimiento de una orden judicial[21]. Asimismo, en los casos de delitos graves, la responsabilidad por contenidos de terceros, independientemente del incumplimiento de una orden judicial y de la notificación del usuario, está vinculada al riesgo sistémico. Este riesgo deriva del diseño, del funcionamiento y de las reglas de las plataformas de redes sociales, sobre todo de características que favorezcan la diseminación de contenidos ilícitos sin la adopción

[20] Conforme a la clasificación del CGI.br, expresada en la *Nota Técnica sobre la Tipología de Proveedores de Aplicaciones*, disponible en: https://dialogos.cgi.br/assets/files/nota_tecnica_tipologia_de_provedores_de_aplicacao.pdf. Consultado el 5 de octubre de 2026. Es el caso, por ejemplo, de los sistemas de impulso y recomendación basados en perfilamiento.

[21] Los supuestos de responsabilidad de las plataformas de redes sociales por contenido de terceros descritos en esta directriz están en consonancia con los temas 533 y 987 del Supremo Tribunal Federal (STF) y con el Decreto n.º 12.975/2026, disponibles en: https://www.stf.jus.br/arquivo/cms/noticiaNoticiaStf/anexo/Informac807a771oa768SociedadeArt19MCI_vRev.pdf y https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2026/decreto/d12975.htm, respectivamente. Consultado el 4 de octubre de 2026.

comprobada de medidas adecuadas para prevenir su circulación masiva. De este modo, la plataforma no es responsable por la mera existencia aislada de contenido ilícito grave. Por último, cabe destacar que esta directriz no se aplica a contenidos monetizados, anuncios ni contenidos impulsados (que se tratan en las directrices siguientes).
Sobre las medidas relacionadas con el riesgo sistémico, véase la Directriz 37.

41

Responsabilizar a las plataformas de redes sociales por los daños causados por el contenido publicitario contratado en el ámbito de sus servicios [P6] [P8]

Las plataformas de redes sociales deben ser responsabilizadas por los daños causados por contenido impulsado o publicitario, que se difunde de forma diferenciada en la plataforma, independientemente de una orden judicial. Debe presumirse que la plataforma tiene conocimiento del anuncio o del contenido impulsado contratado en el ámbito de sus servicios[22].

[22] En los casos de publicidad realizada directamente por los usuarios, en una relación contractual exclusiva entre el usuario y el anunciante (sin participación de la plataforma), se aplica el régimen de responsabilidad de las plataformas descrito en la Directriz 40.

42

Responsabilizar a las redes sociales por los daños causados por contenidos de terceros que ellas monetizan [P6] [P8]

La regulación debe establecer un régimen diferenciado y gradual de responsabilidad de las plataformas para estos casos, teniendo en cuenta que la monetización se inserta en una lógica de incentivo de las plataformas a la producción de contenido.

VI

Gobernanza y regulación asimétrica

43

Establecer una regulación asimétrica basada en criterios cuantitativos y cualitativos, sujetos a revisión periódica [P5] [P9]

Entre los posibles criterios cuantitativos para establecer una regulación asimétrica, son preferentes la cantidad de usuarios de la plataforma y la facturación (que puede abarcar la facturación total del grupo o por servicio, o la facturación nacional del grupo).

En casos específicos, el regulador puede identificar plataformas o grupos empresariales que, aun sin encuadrarse en estos criterios, puedan someterse a la regulación en razón de criterios cualitativos, tales como el poder político, la influencia significativa sobre el discurso público o el enfoque en públicos vulnerables, como niñas, niños y adolescentes. El encuadramiento mediante criterios cualitativos debe estar fundamentado y justificado por la entidad reguladora. La aplicación de las directrices recomendadas por el CGI.br en este documento debe observar la regulación asimétrica cuando corresponda.

44

Establecer, para las plataformas digitales, sanciones proporcionales, graduales y basadas en los criterios de la regulación asimétrica, respetando el debido proceso legal [P9] [P10]

La regulación de las plataformas digitales debe establecer un régimen sancionador compatible con la gravedad de cada infracción, el tamaño de la plataforma y demás parámetros de proporcionalidad y regulación asimétrica, incluso a fin de no imposibilitar el surgimiento y el desarrollo de nuevas plataformas en el ecosistema digital.

45

Promover la cooperación interinstitucional entre órganos públicos y entidades independientes con atribuciones en la materia [P10]

La regulación de las plataformas digitales debe instituir mecanismos de articulación y diálogo entre los diversos entes del poder público y los órganos independientes involucrados en el ecosistema digital. El enfoque de esta cooperación es la armonización de las competencias regulatorias, a fin de evitar superposiciones y promover ganancias de eficiencia y eficacia derivadas de una actuación coordinada y técnicamente integrada.

46

Garantizar la gobernanza multisectorial en la formulación e implementación de la regulación [P10]

La regulación de las plataformas digitales debe orientarse por la gobernanza multisectorial, con la participación, en pie de igualdad, de representantes de todos los sectores interesados (gobiernos, sector privado, tercer sector, comunidad técnica, comunidad académica y usuarios). Deben considerarse, obligatoriamente, las *Directrices Multisectoriales de São Paulo*[23], que orientan la construcción de una colaboración multisectorial en la toma de decisiones. Los intereses y las perspectivas deben considerarse por igual a lo largo del proceso, a fin de establecer mecanismos y procedimientos que permitan la participación efectiva y corrijan las asimetrías entre las diferentes partes.

Cabe resaltar que la gobernanza multisectorial es un instrumento importante para evitar la captura de la autoridad reguladora por grupos de interés político-económico o por actores regulados, mitigar las asimetrías de poder y garantizar que el proceso de toma de decisiones se guíe por el interés público, con el objetivo de promover, en suma, la independencia y la protección institucional de la autoridad reguladora.

[23] Disponible en: https://netmundial.br/pdf/NETmundial10-DeclaracaoMultissetorial-2024-Portugues.pdf. Consultado el 6 de febrero de 2026

Principios del CGI.br para la regulación de plataformas de redes sociales

En 2025, el CGI.br presentó diez principios para la regulación de plataformas de redes sociales[24], en ejercicio de su atribución de establecer directrices estratégicas relacionadas con el uso y el desarrollo de Internet en el país. Las directrices se construyeron con base en este conjunto de principios, con la finalidad de guiar su aplicación. Cada directriz está vinculada al menos a uno de estos principios.

1. Estado democrático de derecho, soberanía y jurisdicción nacional

Las actividades de las plataformas de redes sociales deben respetar la supremacía de la Constitución Federal y el ordenamiento jurídico del país, a fin de garantizar la prevalencia de la jurisdicción del Estado brasileño para aplicar leyes, medidas y políticas para la protección del Estado democrático de derecho, de la democracia, de la seguridad y de los derechos de sus ciudadanos. Deben también promover la diversidad de las expresiones culturales en su territorio y el desarrollo socioeconómico del país.

2. Derechos humanos, libertad de expresión y privacidad

Los derechos humanos son interdependientes y no jerarquizables. La regulación debe asegurar la protección de la dignidad humana y de los derechos fundamentales, incluidos la libertad de expresión, consideradas sus dimensiones individual y colectiva, la privacidad, la igualdad, el derecho a la no discriminación y la protección absoluta de los derechos de niñas, niños y adolescentes, buscando combatir la incitación a la violencia, el discurso de odio y todas las formas de discriminación en las redes sociales.

[24] Disponibles en: https://cgi.br/media/pdf/202610-CGIbr_Principios_Regulacao_RedesSociais. Consultado el 4 de octubre de 2026.

3. Autodeterminación informativa

La regulación debe promover medios que permitan a los usuarios decidir, de manera informada, cuándo, cómo y en qué medida sus datos personales pueden ser recolectados, usados, almacenados y compartidos. Especialmente en el tratamiento de datos no esenciales, como los procesos de perfilamiento, moderación y recomendación de contenidos, la autodeterminación informativa debe ejercerse sin perjuicio del acceso al servicio. Incluye también el derecho de los usuarios y grupos a elegir a qué información quieren tener acceso, como el patrón de la oferta de contenidos que se les destina con base en sus datos personales.

4. Integridad de la información

La regulación debe actuar para proteger el derecho a la información y promover la precisión, la consistencia y la confiabilidad de los contenidos, los procesos y los sistemas de información. Para mantener un ecosistema informativo íntegro, saludable y seguro, debe promoverse información de interés público, como contenidos periodísticos y científicos, y deben desarrollarse medidas para enfrentar los fraudes y la desinformación. La regulación debe también garantizar la preservación de la memoria, determinando la creación de mecanismos para organizar y almacenar contenidos —aunque no estén disponibles al público— con fines de investigación y registro histórico.

5. Innovación y desarrollo socioeconómico

La regulación debe estimular la innovación, la autonomía tecnológica y el desarrollo socioeconómico, a fin de crear condiciones para la generación de ingresos, la valorización de productos y servicios, el surgimiento de nuevas formas de trabajo (respetando los parámetros de trabajo decente[25]) y el fortalecimiento de la economía digital, con la

[25] Trabajo decente, en los términos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), es aquel adecuadamente remunerado, ejercido en condiciones de libertad, equidad y seguridad, capaz de garantizar una vida digna al trabajador.

promoción de un entorno competitivo y plural. Es necesario incentivar la diversidad de modelos y la viabilidad económica de iniciativas basadas en la colaboración y el bien común, además de contribuir a una economía digital más inclusiva y sostenible.

6. Transparencia y rendición de cuentas

Las plataformas de redes sociales deben ser transparentes y rendir cuentas en relación con su funcionamiento, incluso sobre los mecanismos de impulso, distribución, moderación y recomendación algorítmica, y las políticas de monetización. Deben proporcionarse medios adecuados de verificación de las eliminaciones de contenidos, garantizando el debido proceso. Las plataformas deben, además, ofrecer aperturas calificadas de datos relevantes para investigadores independientes y autoridades públicas.

7. Interoperabilidad y portabilidad

La regulación debe garantizar a los usuarios de redes sociales el derecho a la portabilidad, a fin de permitir la transferencia de datos en un formato estructurado, de uso común y legible por máquina. Debe también promover la interoperabilidad, es decir, la capacidad de diferentes servicios digitales de comunicarse entre sí y en tiempo real, para que los usuarios combinen servicios con funcionalidades similares, salvo los desafíos técnicos, jurídicos y de seguridad. En este contexto, debe promoverse el uso de protocolos y estándares abiertos.

8. Prevención y responsabilidad

Las plataformas de redes sociales deben adoptar medidas preventivas eficaces de mitigación para reducir los riesgos sistémicos derivados del diseño, el funcionamiento y las directrices de sus servicios, sobre todo aquellos que favorezcan la diseminación de contenidos lesivos para el Estado democrático de derecho y los derechos fundamentales. Cuando esos riesgos se traduzcan en daños, les corresponde la responsabilidad por la debida reparación.

9. Proporcionalidad regulatoria

La regulación debe reconocer la pluralidad y el dinamismo de los actores en el ecosistema digital, previendo obligaciones de acuerdo con las diferencias de tamaño, actividades e impacto de las plataformas de redes sociales, y adoptando modelos asimétricos y proporcionales que consideren la diversidad y los mecanismos de revisión periódica de criterios.

10. Entorno regulatorio y gobernanza multisectorial

La regulación de las redes sociales debe estructurarse a partir de un arreglo institucional robusto, compuesto por instituciones, entidades independientes y órganos de la administración pública dotados de las capacidades necesarias para el ejercicio eficaz de sus competencias. Ese modelo debe orientarse por una gobernanza multisectorial que reconozca y corrija las asimetrías de participación entre los distintos actores, a fin de garantizar el interés público.


cgi.br