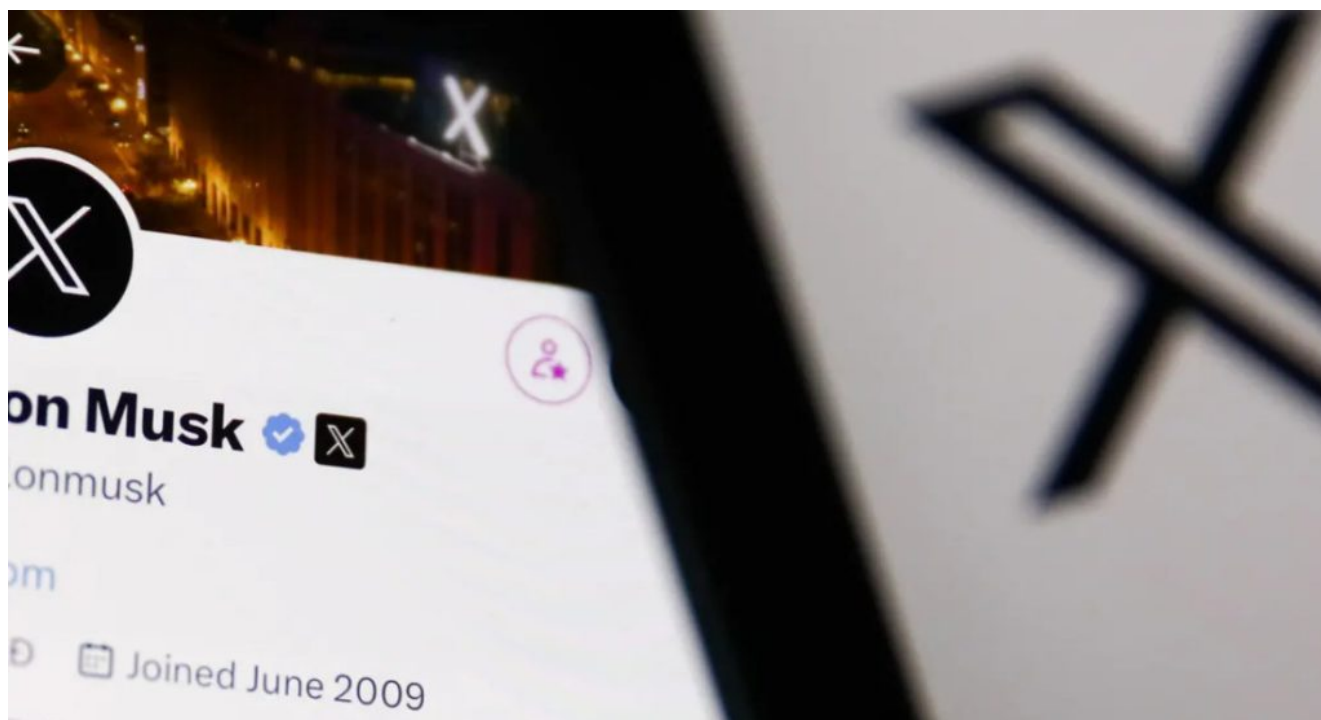


Para la Comisión Europea, X (antes Twitter) es la plataforma que más desinforma

26/09/2023



La **Comisión Europea (CE)** aseguró que **X**, ex **Twitter**, como la red social en la que se distribuye una mayor **desinformación** y pidió a las plataformas en línea que ajusten sus estrategias contra esto pensando en la guerra en Ucrania y lo que serán las elecciones al Parlamento Europeo de 2024.

El dato fue dado a conocer en el **informe de un programa piloto** sobre la implementación en las grandes plataformas del código europeo de prácticas contra la desinformación, una serie de compromisos voluntarios para luchar contra la desinformación a los que se han adherido plataformas como **TikTok, YouTube, Google o Facebook** y del que X se desmarcó el pasado mes de mayo.

Aunque Elon Musk **sacó a X de la lista de firmantes del código**, la actividad de desinformación en esta plataforma sí queda en

este programa piloto en España, Polonia y Eslovaquia porque previamente sí formaba parte del código cuando comenzó el piloto.

«X es la plataforma con el mayor ratio de contenido de desinformación», resumió en rueda de prensa la vicepresidenta de la Comisión Europea para Valores y Transparencia, Vera Jourová.

La comisaria checa recalcó que los actores y entidades que **promueven la desinformación** tienden a tener muchos más seguidores que las plataformas de verificación que contrarrestan sus contenidos y son, generalmente, usuarios más recientes en estas plataformas que quienes no se dedican a diseminar este tipo de desinformación.

✘ *X, ex Twitter, redes sociales. Foto: Reuters* ✘

¿Qué dice el informe?

En los **tres países seleccionados** para el estudio piloto, X registró el ratio más elevado de mensajes con desinformación entre contenido sensible, la mayor proporción de reacciones a contenido de desinformación frente a contenido normal y el mayor porcentaje de actores de desinformación dentro del número total de los usuarios, entre un 8 y un 9 %.

Jourová insistió en que, pese a su salida del código, X «**no se librará**» de **cumplir** estos compromisos porque han quedado consagrados también en la Ley de Servicios Digitales, que sí es vinculante para todas las empresas que operan en la UE y cuyo cumplimiento ya está vigilando la Comisión Europea.

Google, por ejemplo, reporta que logró evitar que 31 millones de euros en ingresos por publicidad llegasen a actores de desinformación en la UE y rechazó 141.823 anuncios políticos por no poder verificar la identidad de quien los financiaba.

En **Facebook**, un 95 % de los usuarios que se encuentran contenidos verificados como desinformación eligen no compartirlos y un 37 % cancela la acción de compartirlos cuando reciben el aviso de que están a punto de diseminar desinformación, una cifra que cae al 29,9 % en **TikTok**.

La **plataforma de vídeos china**, por otro lado, informó de que ha eliminado 140.635 vídeos que infringían su política de desinformación y que acumulaban juntos más de 1.000 millones de visualizaciones; también Microsoft evitó o limitó la creación de más de 6,7 millones de cuentas de LinkedIn falsas.

✘ **Comisión Europea. Foto: Reuters**

En paralelo, **la Comisión Europea** presentó una base de datos en relación con la Ley de Servicios Digitales, que busca que las plataformas o buscadores de internet moderen los contenidos con el objetivo de proteger a los ciudadanos y la democracia.

En este registro **los usuarios** podrán consultar estadísticas, buscar declaraciones de motivos específicas para retirar contenidos nocivos o ilícitos y descargar datos, y la Comisión añadirá nuevas funciones de análisis y visualización en los próximos meses.

Fuente: Canal 26