



La Comisión presenta unas directrices para reforzar el Código de Buenas Prácticas en materia de Desinformación

Bruselas, 26 de mayo de 2021

La Comisión publica hoy sus [directrices](#) sobre cómo se debería reforzar el Código de Buenas Prácticas en materia de Desinformación, que es el primero de este tipo en todo el mundo, con vistas a aumentar su efectividad en la lucha contra la desinformación.

En esas directrices se exponen las previsiones de la Comisión, se llama a un compromiso más firme por parte de los signatarios y se prevé una mayor participación en el Código. Tomando como base un marco de seguimiento sólido y unos indicadores de rendimiento claros, los signatarios han de reducir los incentivos económicos para la desinformación, capacitar a los usuarios para que realicen una labor activa en la lucha contra la difusión de la desinformación, mejorar la cooperación con los verificadores de datos de todos los Estados miembros e idiomas de la UE y ofrecer a los investigadores un marco de acceso a los datos.

Věra **Jourová**, vicepresidenta de Valores y Transparencia, ha declarado: «*Las amenazas que plantea la desinformación en línea están evolucionando rápidamente y tenemos que intensificar nuestras medidas colectivas para capacitar a los ciudadanos y proteger el espacio informativo democrático. Necesitamos un Código nuevo y reforzado porque es preciso que las plataformas en línea y otros participantes aborden los riesgos sistémicos de sus servicios y su expansión algorítmica, dejen de vigilarse por su propia cuenta y cesen de permitir que la desinformación genere ingresos, a la vez que garantizan íntegramente la libertad de expresión*».

Thierry **Breton**, comisario de Mercado Interior, ha declarado: «*Tenemos que frenar la infodemia y la difusión de información falsa que pone en peligro la vida de la gente. La desinformación no puede continuar siendo una fuente de ingresos. Necesitamos ver compromisos más firmes por parte de las plataformas en línea, el ecosistema publicitario en su totalidad y las redes de verificadores de datos. La Ley de Servicios Digitales nos dotará de herramientas adicionales de gran potencia para luchar contra la desinformación*».

Un Código sólido, estable y flexible para apoyar la lucha contra la desinformación

Las directrices instan a reforzar el Código a través de la mejora de los siguientes ámbitos:

- **Una mayor participación con compromisos adaptados.** La Comisión fomenta la adhesión al Código de las plataformas establecidas y emergentes que se encuentran activas en la UE, de las partes interesadas pertinentes en el ecosistema de publicidad en línea (como los intercambios de publicidad, los proveedores de tecnología publicitaria, las marcas que se benefician de la publicidad), de los servicios de mensajería privada y de las partes interesadas que pueden contribuir con recursos o conocimientos técnicos al funcionamiento efectivo del Código. El Código reforzado debe incluir nuevos compromisos adaptados que correspondan al tamaño y a la naturaleza de los servicios prestados por los signatarios.
- **Desmonetizar la desinformación.** Las plataformas y los agentes del ecosistema de publicidad en línea han de responsabilizarse y colaborar mejor para acabar con la financiación de la desinformación, especialmente intercambiando información sobre publicidad desinformativa rechazada por uno de los firmantes, aumentando la transparencia y la rendición de cuentas en lo relativo a la colocación de anuncios e impidiendo la participación de agentes que publican sistemáticamente contenido desmentido.
- **Garantizar la integridad de los servicios.** El Código reforzado debe ofrecer una amplia cobertura de los comportamientos manipuladores existentes y emergentes a los que se recurre para difundir desinformación (como *bots*, cuentas falsas, campañas de manipulación organizadas o robos de cuentas), además de incluir compromisos adaptados para garantizar la transparencia y la rendición de cuentas de las medidas adoptadas para reducir sus efectos.
- **Capacitar a los usuarios para comprender y denunciar la desinformación.** Los usuarios

necesitan tener acceso a herramientas que les permitan entender mejor el entorno de línea y navegar en él de forma segura. Los signatarios tienen que hacer que sus sistemas de recomendación, esto es, cómo perciben los usuarios el contenido, sean transparentes, y tomar medidas para reducir los riesgos que estos generan, como la difusión viral de desinformación. También deben dotar a sus usuarios de herramientas y procedimientos accesibles y efectivos para denunciar la desinformación susceptible de ocasionar daños públicos o personales. Aquellos usuarios cuyo contenido o cuyas cuentas se vean afectados por medidas adoptadas en respuesta a estas denuncias han de tener acceso a un mecanismo adecuado y transparente que les permita recurrir y obtener reparación. El Código reforzado también debe mejorar la visibilidad de la información fiable de interés general y alertar a los usuarios que hayan interactuado con contenido detectado como falso por los verificadores de datos.

- **Incrementar la cobertura de la verificación de datos y el acceso a datos proporcionado a los investigadores.** El nuevo Código debe contemplar una mejor cooperación con los verificadores de datos y aumentar su cobertura entre los países e idiomas de la UE. El Código reforzado también ha de incluir un marco sólido de acceso a los datos para los investigadores.
- **Un marco de seguimiento sólido.** El Código reforzado debe incluir un marco mejorado de seguimiento basado en indicadores de rendimiento clave que midan los resultados y las consecuencias de las medidas adoptadas por las plataformas, así como el efecto global en la UE del Código relativo a la desinformación. Las plataformas deben presentar a la Comisión informes periódicos sobre las medidas adoptadas y los indicadores de rendimiento clave pertinentes. Las plataformas deben presentar la información y los datos con formatos normalizados y desglosar la información por Estados miembros.

Por último, los signatarios deben crear un **Centro de Transparencia** en el que indiquen las políticas que han adoptado para poner en marcha los compromisos del Código, su modo de aplicación y todos los datos y parámetros pertinentes con respecto a los indicadores de rendimiento clave. Las directrices también proponen que se establezca un **grupo de trabajo permanente** presidido por la Comisión. Ese grupo estaría compuesto por los signatarios y por representantes del Servicio Europeo de Acción Exterior, del Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual y del Observatorio Europeo de Medios Digitales. Este último recibió más de 11 millones de euros para crear 8 centros regionales de ayuda a la realización y la expansión de su labor en los Estados miembros. Este grupo de trabajo, que también contará con la ayuda de expertos, contribuirá a evaluar y adaptar el Código en vista de los cambios tecnológicos, sociales, legislativos y del mercado.

Próximas etapas

La Comisión pedirá a los signatarios del Código de buenas prácticas que se reúnan y refuercen el Código con arreglo a las directrices. Asimismo, anima a que nuevos signatarios se unan al Código. Para ello, la Comisión se pondrá en contacto con posibles nuevos signatarios y partes interesadas. Los signatarios deben proceder rápidamente a la revisión del Código y proporcionar un primer proyecto de Código revisado en otoño. Conforme a lo anunciado, la Comisión también propondrá este año una legislación para incrementar la transparencia de la publicidad política. Las directrices también abogan por unos compromisos más firmes en este ámbito con vistas a preparar el terreno para el próximo marco legislativo reforzado y concebir soluciones impulsadas por la industria que lo respalden.

Contexto

El Código de Buenas Prácticas se estableció en octubre de 2018. Tal como se anunció en el [Plan de Acción para la Democracia Europea](#), las directrices abordan las deficiencias detectadas en la [Evaluación del Código realizada por la Comisión en 2020](#) y se basa en el aprendizaje extraído del [programa de vigilancia de la desinformación relativa a la COVID-19](#). La propuesta de la Comisión para la [Ley de Servicios Digitales](#) establece un mecanismo de protección de la corregulación para las medidas incluidas en el Código revisado y reforzado.

La crisis del coronavirus ha sido un claro ejemplo de las amenazas y retos que la desinformación plantea en nuestras sociedades. La «infodemia» ha entrañado riesgos significativos para los sistemas sanitarios personales y públicos, la gestión de crisis, la economía y la sociedad. Ha puesto de manifiesto que, a pesar de la ingente labor realizada hasta ahora, existe una necesidad acuciante de intensificar los esfuerzos en la lucha contra la desinformación.

El planteamiento de la UE para combatir la desinformación está firmemente arraigado en la protección de la libertad de expresión y el mantenimiento de un debate democrático abierto. Su objetivo es generar una transparencia y una rendición de cuentas mayores en el entorno en línea y capacitar a los ciudadanos. Va ligado a los demás objetivos del Plan de Acción para la Democracia

Europea, es decir, la promoción de elecciones libres y justas y la protección de la libertad y el pluralismo de los medios de comunicación. La UE ha movilizado al sector industrial, los medios de comunicación, las universidades y las autoridades públicas y fomenta una mayor participación en el Código.

Más información

[Preguntas y Respuestas](#)

[Página de información](#)

[Directrices de la Comisión para reforzar el Código de Buenas Prácticas en materia de Desinformación](#)

[Proyectos del Observatorio Europeo de Medios Digitales seleccionados para financiación](#)

[Código de Buenas Prácticas en materia de Desinformación](#)

[Evaluación de la Comisión del Código de Buenas Prácticas en materia de Desinformación](#)

IP/21/2585


Personas de contacto para la prensa:

[Johannes BAHRKE](#) (+32 2 295 86 15)

[Charles MANOURY](#) (+32 2 291 33 91)

Solicitudes del público en general: [Europe Direct](#) por teléfono [00 800 67 89 10 11](#) , o por [e-mail](#)

Related media

 [Read-out of the College meeting by Věra Jourová, Vice-President of the European Commission, and Thierry Breton, European Commissioner, on the Guidance for strengthening the code of practice on disinformation](#)