



Desinformación: La Comisión ha acogido con gran satisfacción el nuevo Código de buenas prácticas en materia de desinformación, que es más riguroso y exhaustivo

Bruselas, 16 de junio de 2022

La Comisión se congratula de la publicación hoy del [Código de buenas prácticas en materia de desinformación reforzado](#). Los 34 signatarios, entre los que figuran plataformas, empresas tecnológicas y representantes de la sociedad civil, han seguido las [directrices de la Comisión](#) de 2021 y han tenido en cuenta las enseñanzas extraídas de la crisis de la COVID-19 y la guerra de agresión de Rusia en Ucrania. El Código reforzado se basa en el primer [Código de buenas prácticas de 2018](#), que cuenta con un amplio reconocimiento como marco pionero a escala mundial. El nuevo Código establece compromisos amplios y precisos por parte de las plataformas y las empresas del sector para luchar contra la desinformación y constituye otro paso importante para lograr un entorno en línea más transparente, seguro y fiable.

Věra **Jourová**, vicepresidenta responsable de Valores y Transparencia, ha declarado: «Este nuevo Código contra la desinformación llega en un momento en que Rusia la está utilizando en su agresión militar contra Ucrania, y también en que vemos cómo la democracia es atacada de forma más general. Ahora contamos con compromisos muy importantes para amortiguar el impacto de la desinformación en línea y herramientas mucho más sólidas para medir la medida en que cumplen esos compromisos se utilizan en toda la UE y en todas sus lenguas. Los usuarios también dispondrán de mejores herramientas para señalar la desinformación y comprender lo que ven. El nuevo Código también reducirá los incentivos financieros para la difusión de desinformación y facilitará a los investigadores el acceso a los datos de las plataformas».

Thierry **Breton**, comisario de Mercado Interior, ha afirmado: «La desinformación es una forma de invasión de nuestro espacio digital que incide de manera tangible en nuestra vida cotidiana. Las plataformas en línea deben actuar con mucha firmeza, especialmente en lo que respecta a la cuestión de la financiación. La difusión de desinformación no debe hacer ganar un solo euro a nadie. Para ser creíble, el nuevo Código de buenas prácticas estará respaldado por la Ley de Servicios Digitales, que incluye la imposición de fuertes sanciones disuasorias. Las plataformas de muy gran tamaño que incumplan reiteradamente el Código y no apliquen las medidas de reducción del riesgo adecuadas corren el riesgo de que se les impongan multas de hasta el 6 % de su volumen de negocios a escala mundial».

Junto con la [Ley de Servicios Digitales](#) recientemente aprobada y la próxima legislación sobre [transparencia y segmentación de la publicidad política](#), el Código de buenas prácticas reforzado constituye un elemento esencial del conjunto de instrumentos de la Comisión para luchar contra la propagación de la desinformación en la UE.

Entre los 34 signatarios figuran las principales plataformas en línea, concretamente Meta, Google, Twitter, TikTok y Microsoft, y otras partes interesadas, tales como plataformas más pequeñas o especializadas, el sector de la publicidad en línea, empresas de tecnología publicitaria, verificadores de datos, representantes de la sociedad civil o partes que ofrecen conocimientos especializados y soluciones específicas para luchar contra la desinformación.

El Código reforzado tiene por objeto resolver las deficiencias del Código anterior a través de compromisos y medidas más sólidos y detallados, que se basan en las lecciones operativas aprendidas en los últimos años.

Concretamente, el nuevo Código consta de compromisos para:

- **Ampliar la participación:** el Código no se destina solo a las grandes plataformas, sino que también implica a diversas partes interesadas que desempeñan determinado papel en la mitigación de la propagación de la desinformación, e invita a más firmantes a sumarse.
- **Reducir los incentivos financieros a la difusión de desinformación** velando por que los autores de la desinformación no obtengan ingresos publicitarios.

- **Contemplar nuevos comportamientos de manipulación**, tales como cuentas falsas, bots o ultrafalsificaciones profundas malintencionadas que difunden desinformación.
- **Empoderar a los usuarios** con mejores herramientas para reconocer, comprender y señalar la desinformación.
- **Ampliar la verificación de datos** en todos los países de la UE y todos sus idiomas, y velar por que los verificadores de datos reciban una remuneración equitativa por su trabajo.
- **Garantizar una publicidad política transparente** que permita a los usuarios reconocer fácilmente los anuncios políticos gracias a un mejor etiquetado e información sobre los patrocinadores, los gastos y el período de exposición.
- **Apoyar mejor a los investigadores** facilitándoles un mejor acceso a los datos de las plataformas.
- **Evaluar su propio impacto** a través de un sólido marco de seguimiento e información periódica por parte de las plataformas sobre la manera en que cumplen sus compromisos.
- **Crear un grupo de trabajo y un centro de transparencia** a fin de obtener una visión de conjunto inmediata y transparente del cumplimiento del Código, el cual deberá poder adaptarse a la evolución de la situación y mantenerse acorde con sus fines.

Por último, el Código pretende ser reconocido como código de conducta en el marco de la [Ley de Servicios Digitales](#) para mitigar los riesgos derivados de la desinformación para las plataformas en línea de muy gran tamaño.

Contexto

El [Código de Buenas Prácticas en materia de Desinformación de 2018](#) reunió a partes interesadas del sector para asumir compromisos voluntarios de lucha contra la desinformación. El Código, que es un elemento central de la [estrategia de la UE contra la desinformación](#), [ha demostrado ser](#) una herramienta eficaz para limitar la propagación de la desinformación en línea, particularmente durante los períodos electorales, y para responder rápidamente a crisis como la pandemia de coronavirus y la guerra en Ucrania.

Tras la [evaluar](#) su primer período de aplicación, la Comisión publicó en mayo de 2021 unas [directrices detalladas sobre la manera de reforzar el Código](#), en las que se reclamaba que se solventasen las deficiencias del Código de 2018 y se proponían soluciones para hacerlo más eficaz.

Los signatarios del Código de 2018 y todo un conjunto de posibles signatarios que participaron en la reformulación de los compromisos y las medidas colaboraron para velar por que la versión reforzada del Código fuera idónea para abordar los importantes nuevos retos que plantea la desinformación a nuestras sociedades.

Han facilitado el proceso de formulación de la revisión, previo contrato con los signatarios, Valdani, Vicari y Associates (VVA), consultoría independiente, y Oreste Pollicino, catedrático de Derecho Constitucional de la Universidad Bocconi, como mediador leal.

Próximas etapas

Los signatarios tendrán seis meses para cumplir los compromisos y medidas suscritos. A principios de 2023, presentarán a la Comisión sus primeros informes de ejecución.

Teniendo en cuenta el asesoramiento y el apoyo de expertos del Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual (ERGA) y del Observatorio Europeo de los Medios de Comunicación Digitales (EDMO), la Comisión evaluará periódicamente el avance del cumplimiento del Código, sobre la base de la información cualitativa y cuantitativa detallada que se espera de los signatarios.

El grupo operativo creado supervisará, revisará y adaptará los compromisos a la luz de la evolución tecnológica, social, legislativa y del mercado. Este grupo, que ya ha celebrado hoy su primera reunión inicial, se reunirá cuando resulte necesario y al menos cada seis meses.

Más información

[Plataforma central del Código de buenas prácticas contra la desinformación:](#)

[Preguntas y respuestas sobre el Código de buenas prácticas reforzado](#)

[Código de buenas prácticas reforzado de 2022](#)

[Código de buenas prácticas de 2018](#)

[Evaluación del Código de buenas prácticas](#)

[Directrices de la Comisión para la revisión del Código de buenas prácticas](#)

[Comunicado de prensa sobre la Ley de Servicios Digitales](#)

[Página temática sobre el Código de buenas prácticas](#)

[Lista de signatarios y compromisos \(con actualización permanente\)](#)

IP/22/3664

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](#)