



CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS DE LA UE EN MATERIA DE DESINFORMACIÓN

Un ejemplo de la tendencia autorreguladora en el derecho internacional y europeo

The EU Code of Practice on Disinformation
An Example of the Self-Regulatory Trend in International and European Law

CARLOS ESPALIÚ BERDUD ¹

¹ Universidad Antonio de Nebrija, España

PALABRAS CLAVE

*Desinformación.
2018 Código de buenas prácticas en materia de desinformación.
2022 Código de buenas prácticas en materia de desinformación reforzado.
Ley de servicios digitales (DSA).
Soft Law.
Hard Law.
Medios de solución pacífica de controversias.
Derecho de la UE.
Libertad de expresión.
Libertad de información.*

RESUMEN

Entre los instrumentos que la UE ha impulsado en la lucha contra la desinformación destaca el Código de buenas prácticas en materia de desinformación, elaborado por las principales plataformas digitales en 2018 y de carácter básicamente autorregulador. Tras su aplicación, se detectaron algunas deficiencias, que se abordaron mediante la redacción de una nueva versión reforzada del código en 2022. Aunque responde a las mismas características que el Código de 2018, su eficacia real se ve consolidada al formar parte de un marco jurídico más amplio, en conjunción con la Ley de Servicios Digitales entre otros instrumentos. En efecto, creemos que sólo un esfuerzo colectivo, tanto de los actores privados en este ámbito, como de las autoridades nacionales e internacionales, y siguiendo un enfoque multidisciplinar, garantiza la capacidad de combatir al monstruo de la desinformación que atemoriza a las sociedades contemporáneas. Todo ello sin olvidar el respeto a las libertades esenciales de información y expresión.

Recibido: 07/ 01 / 2024
Aceptado: 02/ 03 / 2024

1. Introducción

Desde hace décadas se multiplican en todo el mundo los ataques dirigidos a cambiar la opinión pública y socavar así el funcionamiento democrático de los Estados y de las organizaciones internacionales. Tales acciones se conocen como campañas de "desinformación". Más concretamente, este término se puede definir como "la difusión coordinada de noticias o datos falsos a través de diversos canales de comunicación, ya sean tradicionales -prensa escrita, radio, televisión- o digitales -redes sociales, entre otros- con el propósito de obtener un beneficio económico, social o estratégico y de perjudicar a competidores, ya sean individuos, empresas, instituciones o Estados" (Espaliú Berdud, 2023, p. 5; Olmo y Romero, 2019, p. 4).

En este contexto, cabe destacar que si bien las técnicas de engaño siempre se han utilizado con fines políticos o bélicos (Centro Criptológico Nacional, 2019, p. 5), en la actualidad, debido a la revolución tecnológica que se ha producido en todo el mundo, su peligrosidad y alcance se han multiplicado y suponen un grave riesgo global (Shao et al., 2028, p. 2). De hecho, la sustitución de los medios de comunicación tradicionales por las redes sociales como fuentes fiables de información debilita la capacidad de protección de los receptores porque, como han advertido varios expertos, una consecuencia del predominio de las redes sociales es que, al presentar historias de diversas fuentes, la atención se centra en la historia en sí y no en su origen. Además, el consenso y las recomendaciones de distintas plataformas-en lugar de los editores de medios tradicionales y los hábitos de lectura establecidos- son los que guían a los lectores en las redes sociales (Centro Criptológico Nacional, 2019, pp. 5-8; Messing y Westwood, 2012, p. 1044; Wardle y Derakhshan, 2017, p. 12).

En este contexto, los Estados miembros o la propia Unión Europea (UE) reconocen cada vez más que son objeto de campañas masivas de desinformación, especialmente en escenarios políticos, ya sea por parte de grupos nacionales, como en el reciente caso de las campañas electorales alemanas (Delcker, 2021), o de terceros países para desacreditar y deslegitimar las elecciones (Comisión Europea, 2018b, p. 16). Por ello, tanto los Estados miembros como la UE han tratado de diseñar estrategias para reaccionar contra esta lacra. Por lo que respecta a la UE, en marzo de 2015, el Consejo Europeo solicitó al Alto Representante de la Unión para Asuntos Exteriores y Política de Seguridad, que preparara un plan de acción sobre comunicación estratégica (Consejo Europeo, 2015, punto 13), lo que dio lugar a la creación del Grupo de Trabajo East StratCom, operativo desde septiembre de 2015 y que forma parte del Servicio Europeo de Acción Exterior (SEAE). Desde entonces, la UE ha adoptado medidas cuya descripción rebasaría el alcance y el propósito de este documento.

Sin embargo, en esa trayectoria, será de gran importancia para nuestra investigación destacar el hecho de que, en enero de 2018, la Comisión Europea creó un grupo de expertos de alto nivel para asesorar sobre iniciativas políticas para contrarrestar las noticias falsas y la desinformación que circulan en línea. Su informe final, publicado el 12 de marzo de 2018, revisó las prácticas basadas en principios básicos y las respuestas adecuadas derivadas de estos principios, sugiriendo a la Comisión Europea un enfoque plural del problema (Renda, 2018, p. 21), implicando a todas las partes interesadas y destacando la necesidad de autorregulación.

El informe también recomienda otras medidas, como promover la alfabetización mediática de la población, desarrollar herramientas que permitan a consumidores y periodistas combatir el fenómeno de la desinformación y proteger la diversidad y sostenibilidad de los medios de comunicación europeos. Como medida dirigida especialmente al sector privado, el informe del grupo recomienda la elaboración de un código de principios que deberán adoptar las plataformas en línea y las redes sociales, que incluya, por ejemplo, la necesidad de garantizar la transparencia a la hora de explicar cómo seleccionan sus algoritmos las noticias presentadas. En cuanto a la supervisión de la aplicación de las medidas propuestas, el informe sugiere la creación de una coalición de las partes interesadas para garantizar que todas las medidas acordadas se apliquen y revisen periódicamente (Comisión Europea, 2018a). Llama la atención la ausencia total de recomendaciones a los órganos de la UE sobre la adopción de normas jurídicas vinculantes para los Estados miembros (Jiménez-Cruz et al., 2018).

En respuesta a estas propuestas, la Comisión Europea y El Alto Representante de la Unión Europea para Asuntos Exteriores y Política de Seguridad desarrollaron un Plan de Acción contra la Desinformación en marzo de 2018, que fue respaldado por el Consejo Europeo en diciembre del mismo año (Comisión Europea y Alto Representante de la Unión Europea para Asuntos Exteriores y Política de Seguridad, 2018).

Este Plan de Acción se basa en el reconocimiento de la necesidad de determinación política y acción conjunta entre las instituciones de la UE, los Estados miembros, la sociedad civil y el sector privado, en particular las plataformas en línea. Esta acción debe basarse en cuatro fundamentos: (i) mejorar la capacidad de las instituciones de la UE para detectar, analizar y mostrar la desinformación; (ii) reforzar las respuestas de manera coordinada y conjunta; (iii) movilizar al sector privado contra la desinformación; y (iv) aumentar la concienciación y fortalecer la resistencia de la sociedad. En este sentido, cabe señalar que, tal y como afirmó Fonseca-Morillo en la concepción del plan, la alfabetización mediática va más allá del conocimiento de las tecnologías de la información: se trata de desarrollar las habilidades de pensamiento crítico necesarias para analizar realidades complejas, distinguir hechos de opiniones y crear contenidos de forma responsable (Fonseca Morillo, 2020, p. 2).

Como resultado de la aplicación del Plan de Acción de 2018, se creó el Sistema de Alerta Rápida de la UE entre las instituciones de la UE y los Estados miembros para facilitar el intercambio de información sobre campañas de desinformación y coordinar las respuestas. El Sistema de Alerta Rápida se basa en la gestión de fuentes abiertas y aprovecha la experiencia de académicos, verificadores de hechos, plataformas en línea y socios internacionales.

En la misma línea, en abril de 2018, la Comisión Europea propuso un Código de Buenas Prácticas (Comisión Europea, 2018b) para implicar a los sectores privados (representantes de plataformas en línea, empresas tecnológicas líderes y actores de la industria publicitaria) en un instrumento de autorregulación (Pagano, 2019, p. 151)- para hacer frente a la propagación de la desinformación en línea a nivel mundial. La propuesta fue bien acogida y la Comisión convocó un Foro Multilateral para redactar el Código. Dicho Foro estaba formado por un "Grupo de Trabajo" compuesto por las principales plataformas en línea y asociaciones del sector de la publicidad, así como por una "Junta de Sondeo" compuesta por representantes de los medios de comunicación, el mundo académico y la sociedad civil. El Grupo de Trabajo redactó el Código, y la Junta de Sondeo proporcionó asesoramiento y un dictamen sobre el Código (Comisión Europea, 2020, p. 2). Finalmente, el Código de buenas prácticas en materia de desinformación se publicó el 26 de septiembre de 2018 (Comisión Europea, 2018c).

Este instrumento, que recoge las indicaciones del informe final del grupo de expertos de alto nivel de marzo de 2018 antes reseñado, es el objeto de nuestra investigación. En nuestra opinión, puede considerarse un ejemplo importante de las crecientes tendencias autorreguladoras o de derecho blando en el Derecho internacional y europeo, es decir, como un proceso en el que "las normas que rigen el comportamiento del mercado son elaboradas y aplicadas por los propios gobernados" (Borz et al., 2024, p. 2; Latzer et al., 2013, p. 376).

Por lo que respecta al Derecho europeo, cabe señalar que desde el Acuerdo Interinstitucional "Legislar mejor" de 2003 (Unión Europea, 2003), que propone la utilización de mecanismos de regulación alternativos, las instituciones de la Unión Europea, y en particular la Comisión, han recurrido cada vez más a los códigos de conducta para autorregularse o corregirse mediante actos no legislativos o privados (Borz et al., 2024, pp. 3-4).

Volviendo al Código de buenas prácticas en materia de desinformación de 2018, cabe destacar que la Comisión Europea llevó a cabo una evaluación exhaustiva de este instrumento al final de su primer periodo de aplicación de 12 meses y publicó un informe en septiembre de 2020 en el que se destacaban los logros y las áreas que debían ser mejoradas (Comisión Europea, 2020). Sobre esta base, en mayo de 2021, la Comisión Europea adoptó un documento titulado "Orientaciones de la Comisión sobre el refuerzo del Código de buenas prácticas en materia de desinformación" (Comisión Europea, 2021a). El 16 de junio de 2022, se presentó una forma revisada del Código de 2018 por parte de los 34 firmantes que participaron en el proceso bajo el nombre de "Código de buenas prácticas en materia de desinformación reforzado de 2022" (Comisión Europea, 2022a).

Nuestro principal objetivo en este artículo será medir la eficacia del Código de buenas prácticas en la lucha contra la desinformación. Ello nos permitirá necesariamente conocer la capacidad de los medios de soft law para complementar o sustituir a los instrumentos normativos de hard law en el Derecho internacional y europeo. Para llevar a cabo esa tarea, en el siguiente apartado analizaremos las características del Código de Buenas Prácticas de 2018 y su aplicación. En la siguiente sección, abordaremos los cambios introducidos en el Código de buenas prácticas de 2022 y estudiaremos cómo se han aplicado hasta la fecha.

2. El Código de buenas prácticas en materia de desinformación de 2018 y la evaluación de su eficacia.

El Código de 2018 fue el primer instrumento autorregulador del mundo para luchar contra la desinformación (Comisión Europea, 2022d). De hecho, fue un instrumento redactado por los firmantes y consta de un texto principal y dos anexos que forman parte integrante del Código. El texto principal incluye un Preámbulo, una declaración de Propósitos y un conjunto de 15 Compromisos agrupados en cinco fundamentos: A. Control de la inserción de anuncios B. Publicidad política y publicidad temática C. Integridad de los servicios D. Empoderamiento de los consumidores E. Empoderamiento de la comunidad investigadora. Además de estos elementos esenciales, el texto principal contiene otras secciones que tratan otros aspectos tan importantes para la vida y la aplicación del Código, como la medición y el seguimiento de la eficacia del Código, el periodo de evaluación y la entrada en vigor.

El Código de 2018 comienza, en el preámbulo, reconociendo "[...] el derecho fundamental a la libertad de expresión y a una Internet abierta, y el delicado equilibrio que debe mantener cualquier esfuerzo por limitar la difusión y el impacto de contenidos que, por lo demás, son lícitos" (Comisión Europea, 2018c, Preámbulo). Esto indispensable porque estas libertades son el eje de la vida democrática de la UE y sus Estados miembros.

En este sentido, cabe recordar que el Tribunal Europeo de Derechos Humanos (TEDH) ha reiterado en su jurisprudencia que "la libertad de expresión [...] constituye uno de los pilares básicos de una sociedad democrática y una de las condiciones primordiales de su progreso" (TEDH, 1992, *Castells contra España*, apartado 42). De hecho, esta realidad está garantizada en las normas fundamentales de la Unión. Por ejemplo, el artículo 2 del Tratado de la Unión Europea (TUE) establece que la democracia es uno de los valores fundamentales de la Unión y se basa en la existencia de medios de comunicación libres e independientes, cuyo funcionamiento requiere el pleno ejercicio de la libertad de expresión e información. Esta libertad está a su vez garantizada por el artículo 11 de la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea y el artículo 10 del Convenio Europeo de Derechos Humanos (CEDH) que reconoce el derecho a la libertad de expresión y establece que: "Este derecho comprende la libertad de opinión y de recibir o de comunicar informaciones o ideas sin que pueda haber injerencia de las autoridades y sin consideración de fronteras". No obstante, el texto deja claro que las autoridades pueden, en aras de la seguridad nacional u otros intereses públicos, imponer determinados requisitos formales y restricciones a esta libertad (artículo 10 del CEDH, apartados 1-2). Mientras tanto, la jurisprudencia europea, tanto del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) como del TEDH, al interpretar y aplicar este derecho, ha reiterado que cualquier restricción a la libertad de expresión debe interpretarse de forma restrictiva y que toda restricción debe imponerse por ley (TJUE, 2001, *Connolly c. Comisión Europea*, apartado 42). La jurisprudencia lleva esta interpretación al extremo cuando advierte a las autoridades de que no pueden silenciar opiniones, aunque sean contrarias a la opinión oficial (*ibíd.*, apartado 43). Incluso para el TEDH, el artículo 10 del CEDH:

[...] no prohíbe la discusión o difusión de informaciones recibidas, aunque exista una fuerte sospecha de que tales informaciones puedan no ser ciertas. Sostener lo contrario privaría a las personas del derecho a expresar sus puntos de vista y opiniones sobre declaraciones realizadas en los medios de comunicación de masas y constituiría, por tanto, una restricción de la libertad de expresión dispuesta en el artículo 10 del Convenio (TEDH, 2005, *Salov c. Ucrania*, apartado 103).

Por otra parte, y refiriéndose de manera específica al canal de Internet, el TEDH, en el asunto *Ahmet Yildirim contra Turquía*, en un caso en el que el demandante alegaba, entre otras cosas, que el bloqueo del acceso a su sitio web por las autoridades nacionales turcas -sobre la base de que el sitio web contenía declaraciones que insultaban la memoria de Atatürk- equivalía a una violación injustificada de sus derechos en virtud del CEDH, declaró que:

[...] Internet se ha convertido en la actualidad en uno de los principales medios a través de los cuales los individuos ejercen su derecho a la libertad de expresión e información, proporcionando herramientas esenciales para la participación en actividades y debates relativos a cuestiones políticas y de interés general (TEDH, 2012, párrafo 54).

Volviendo al Código, cabe señalar que su objetivo era identificar las medidas que los firmantes podían adoptar para hacer frente a los retos que plantea la desinformación. Entre otras cosas, se refería a los esfuerzos para mejorar la verificación de anuncios y así reducir los ingresos de los proveedores de desinformación, garantizar la transparencia de la publicidad política permitiendo a los usuarios entender por qué han sido objeto de un anuncio en particular y aumentar la eficacia de los esfuerzos para cerrar cuentas falsas.

En cuanto a los compromisos, como ya hemos señalado, el propio Código contenía 15 compromisos en cinco fundamentos. No obstante, los firmantes del Código no estaban obligados a suscribir todos los compromisos, sino que sólo podían aceptar aquellos que fueran coherentes con su papel en la creación y distribución de los contenidos en cuestión.

Sobre la posibilidad de convertirse en parte del Código, se estableció que cualquier parte interesada podría firmar el Código en cualquier momento y optar por aceptar todos o cualquiera de los compromisos que contiene. Al mismo tiempo, los firmantes podían retirarse del Código o decidir no aceptar ninguno de los compromisos. Los primeros firmantes fueron Facebook, Google, Twitter y Mozilla, así como la asociación comercial que representa a las plataformas en línea (EDIMA) y las asociaciones comerciales que representan a la industria de la publicidad y a los anunciantes (la Asociación Europea de Agencias de Comunicación (EACA), IAB Europa y la Federación Mundial de Anunciantes (WFA), así como la asociación nacional belga de la WFA, la Unión de Anunciantes Belgas) (Comisión Europea, 2020, p. 3). Poco a poco se fueron sumando otros signatarios, hasta un total de 43, suscribiendo la versión reforzada de 2022 (Comisión Europea, 2022b).

En cuanto a la evaluación, los firmantes acordaron reunirse periódicamente durante un año para revisar el progreso, la aplicación y el funcionamiento del Código. Al final de este periodo, se reunirían para evaluar su eficacia. Aunque se estableció un sistema de autoevaluación de la eficacia del Código, los firmantes acordaron otorgar a la Comisión Europea un papel complementario de acompañamiento y supervisión de la buena aplicación del Código. No obstante, este papel no podría considerarse como el de un controlador o vigilante de las medidas adoptadas.

En cuanto a la medición y el seguimiento de la eficacia del Código, los firmantes acordaron comprometerse "[...] a redactar una relación anual de su trabajo para contrarrestar la Desinformación en forma de una memoria disponible públicamente y revisable por un tercero" (Comisión Europea, 2018c, Compromiso 16).

Junto a ello, se introduce un interesante medio de resolución de litigios, en consonancia con el carácter autorregulador del Código. Estaba previsto que cualquiera de los firmantes pudiera llamar la atención de cualquier otro sobre el incumplimiento de sus obligaciones. El asunto podría debatirse en un pleno y la entidad incumplidora podría incluso ser "invitada" a abandonar el Código (*ibid.*, V. Firmantes).

Como puede verse, se ha establecido un sistema alternativo de resolución de conflictos, muy en boga en las últimas décadas (Sander, 1985, p.2).

Por último, se acordó que el Código sería efectivo y entraría en vigor un mes después de su firma" (Comisión Europea, 2018c, VI. Entrada en vigor).

En definitiva, el código de 2018 se caracterizaba por ser un instrumento flexible en la asunción de obligaciones, complementado por un sistema alternativo de resolución de conflictos, en lugar de un instrumento jurídico que incluyera obligaciones estrictas y mecanismos de ejecución rígidos. En la raíz de las motivaciones que impulsaron a la Comisión Europea a optar por este modelo normativo, además de las que vimos anteriormente relacionadas con las tendencias de soft law en el derecho internacional y europeo, se encuentran otras avanzadas por la doctrina. Por ejemplo, la complejidad de exigir responsabilidades y rendición de cuentas a las empresas digitales por la creación de desinformación (Borz et al., 2024, p. 5). O la reticencia de la Comisión Europea a crear una situación de "censura" política, por ejemplo, en Alemania (Hurcombe y Meese, 2022, p. 299).

Por lo que se refiere a la evaluación, al final del primer año de aplicación del Código, la Comisión recibió informes anuales de autoevaluación de las plataformas en línea y las empresas tecnológicas Google, Facebook, Twitter, Microsoft y Mozilla, así como de las asociaciones comerciales signatarias del Código. Además de los informes presentados, la evaluación de la Comisión contó con la asistencia del Grupo de Reguladores Europeos de los Servicios de Medios Audiovisuales (ERGA) y de un consultor independiente (Valdani, Vicari y Asociados). El 10 de septiembre de 2023, la Comisión Europea publicó

su documento de trabajo (SWD (2020)180), en el que se exponían las principales conclusiones de la evaluación sobre la aplicación y la eficacia del Código de buenas prácticas en materia de la desinformación durante su período inicial de funcionamiento de 12 meses (Comisión Europea, 2020).

En esencia, para los servicios de la Comisión encargados de la evaluación, el Código de 2018 había proporcionado un marco para un diálogo estructurado entre las partes interesadas, la Comisión y las autoridades del ERGA, y para una mayor transparencia de las políticas de las plataformas contra la desinformación en la UE. Este marco ha establecido objetivos políticos generales, ha identificado los requisitos pertinentes para las medidas apropiadas y ha permitido la divulgación pública de éstas, contribuyendo así a una mayor responsabilidad de las plataformas. Esto representa un avance significativo en comparación con la situación anterior a la entrada en vigor del Código. Como resultado, los firmantes han introducido nuevas políticas para alcanzar los objetivos acordados, han modificado o aclarado sus condiciones de servicio, y han participado en actividades de apoyo, como colaborar con verificadores de hechos y promover iniciativas de alfabetización mediática (Comisión Europea, 2020, p. 4).

Los redactores de la evaluación señalaron los logros de los firmantes del Código en cada uno de los pilares en los que se agrupaban los compromisos. Por ejemplo, en lo que respecta al fundamento A del Código (control de la inserción de anuncios), el informe subrayaba que las plataformas firmantes habían aplicado políticas para evitar que sus servicios se utilizaran para difundir anuncios engañosos o tergiversados y habían bloqueado o suspendido cuentas publicitarias de "páginas web fraudulentas". A este respecto, se dieron ejemplos de dichas acciones, como el hecho de que, durante el periodo analizado, Facebook tomó medidas contra más de 600.000 anuncios cada mes en la UE que infringían sus políticas sobre contenidos de baja calidad, engañosos o falsos y la elusión de sus sistemas; o que Google informó de 314.288 acciones tomadas contra cuentas de Google Ads con sede en la UE por infracciones de su política de falsedad publicitaria de Google Ads, y 55.876 acciones por infracciones de su política de contenido original de Google Ads (*ibíd.*, pp. 4-5). Con respecto al Pilar B del Código (Transparencia de la publicidad política y temática), se reconoció que, por primera vez en la UE, las principales plataformas firmantes introdujeron sistemas para aumentar la transparencia y la divulgación de la publicidad política en el período previo a las elecciones al Parlamento Europeo de 2019. Estos sistemas incluían el requisito de que toda la publicidad política estuviera claramente etiquetada como contenido patrocinado, con los candidatos, partidos políticos o patrocinadores claramente identificados (*ibid.*, p. 5). En cuanto al Pilar C del Código (Integridad de los servicios), se señaló que las plataformas firmantes habían implementado acciones en contra de las cuentas que emplean tácticas de manipulación para aumentar de manera artificial la difusión e impacto de información falsa o engañosa. En este contexto, se señaló que las plataformas habían utilizado inteligencia artificial para detectar y bloquear cientos de millones de cuentas falsas (*ibíd.*, p. 5). En relación con el Pilar D del Código (capacitar a los consumidores), los servicios de la Comisión señalaron, entre otras cosas, que las plataformas habían invertido significativamente en tecnología para promover fuentes de información fiables en sus sistemas de clasificación y recomendación de contenidos, y también habían fomentado el desarrollo de indicadores de fiabilidad y credibilidad de las fuentes (por ejemplo, a través del Trust Project (*ibíd.*, p. 6). Por último, con respecto al Pilar E del Código (empoderamiento de la comunidad investigadora), los autores de la evaluación presentaron algunas acciones emprendidas, como el hecho de que, en abril de 2018, Facebook puso en marcha un grupo de 83 investigadores académicos, para compartir datos con la comunidad de investigación académica manteniendo fuertes protecciones de privacidad (*ibíd.*).

A pesar de estos logros, la Comisión detectó una serie de deficiencias en la aplicación del Código, entre ellas figuran su aplicación incoherente e incompleta en las distintas plataformas y Estados miembros, las limitaciones inherentes a la naturaleza autorreguladora del mismo y las lagunas en la cobertura de sus compromisos. La evaluación también puso de relieve la falta de un mecanismo de seguimiento adecuado, incluidos indicadores clave de rendimiento (KPI), la falta de compromisos sobre el acceso a los datos de las plataformas para la investigación sobre la desinformación, y la escasa participación de las partes interesadas, en particular del sector de la publicidad (Comisión Europea, 2021a, p. 1). La Comisión destacó un ámbito en el que el Código no ha avanzado lo suficiente, a saber, el de la desmonetización de la desinformación, en el que la publicidad en línea sigue facilitando la difusión de contenido engañoso. (*ibíd.*, p. 2).

Por nuestra parte, debemos llamar la atención sobre la falta de medidas contundentes, como la imposición de multas u otras sanciones, a los responsables de recurrir a campañas de desinformación.

Este es el caso, por ejemplo, de la introducción especialmente grave de noticias falsas durante la pandemia. A este respecto, Youtube reconoce que sus Directrices comunitarias prohíben los contenidos que promuevan actividades peligrosas o ilegales con riesgo de daños físicos graves o de muerte, incluidos ciertos tipos de desinformación médica. A medida que evolucionaba la situación de la pandemia, en estrecha colaboración con las autoridades médicas locales e internacionales, se realizaron esfuerzos para garantizar la eliminación de los contenidos que contravenían las Directrices comunitarias y que contenían información susceptible de causar daños extremadamente graves a la salud de la población (Google, 2020, p. 6). Como puede verse, no se menciona la imposición de sanciones distintas del cierre del canal en cuestión. De hecho, si uno va a las Directrices de la Comunidad de Youtube y mira la política de desinformación, verá que establece que, si se descubre que un contenido concreto infringe la política, Youtube lo eliminará y enviará un correo electrónico informando al autor. Las Directrices comunitarias continúan diciendo que si es la primera vez que la persona las infringe, probablemente recibirá una advertencia sin penalización para el canal. Si su propietario recibe 3 sanciones en un plazo de 90 días, el canal será dado de baja. Youtube puede dar de baja un canal o una cuenta por infracciones reiteradas de las Normas de la Comunidad o de las Condiciones de Uso. Youtube también lo puede dar de baja tras un único caso de abuso grave o la violación reiterada de sus políticas (Youtube, Community Guidelines, Misinformation Policies, 2024).

A la luz de las deficiencias detectadas y las oportunidades de mejora, la Comisión Europea anunció que publicaría directrices para reforzar el Código de buenas prácticas de 2018 como parte de las medidas integrales para combatir la desinformación en el entorno en línea, y que presentaría legislación específica sobre la transparencia de la publicidad política (Comisión Europea, 2021a, pp. 1-2). Estas directrices se publicaron finalmente el 26 de mayo de 2021 bajo el título "Guía de la Comisión Europea sobre el refuerzo del Código de buenas prácticas en materia de desinformación".

En términos generales, el documento de la Comisión Europea de 2021 pedía que el Código de buenas prácticas se convirtiera en un instrumento sólido, estable y flexible que hiciera que las plataformas en línea fueran más transparentes y responsables (*ibíd.*, p.3). Las Directrices subrayaban la necesidad de reforzar el Código de buenas prácticas en materia de la desinformación en los siguientes ámbitos para garantizar una aplicación plena y coherente entre las partes interesadas y los países de la UE: una participación más amplia con compromisos adaptados; una mejor desmonetización de la desinformación; garantizar la integridad de los servicios; mejorar la capacitación de los usuarios; ampliar el alcance de la comprobación de hechos y aumentar el acceso de los investigadores a los datos creando un marco de supervisión más sólido.

3. Código de buenas prácticas en materia de desinformación reforzado de 2022 y evaluación de su eficacia.

Es interesante señalar que las primeras experiencias de códigos de buenas prácticas sobre iniciativas políticas para contrarrestar las noticias falsas y la desinformación que circulan en línea, tratando de no coartar la libertad de prensa y la libertad de expresión, no resultaron muy exitosas.

De hecho, resulta llamativo que, junto a la percepción de la propia Comisión sobre la falta de garra y eficacia del Código de Buenas Prácticas en Materia de Desinformación de 2018, la doctrina comparada también se haga eco de un escepticismo generalizado sobre la eficacia de las instituciones de autorregulación en general y de los consejos de prensa en particular, incluso entre los propios periodistas (Cavaliere, 2020, p. 149). En consecuencia, han sido muchas las voces a favor de la aplicación de medidas más estrictas canalizadas a través de instrumentos de *hard law*, tanto a nivel nacional como de la UE (Kobernjuk y Kasper, 2021, pp. 186-195).

En este contexto, los firmantes del Código de buenas prácticas de 2018, junto con algunas nuevas entidades, redactaron un nuevo instrumento, que se publicó el 16 de junio de 2022 con el nombre: "Código de buenas prácticas reforzado en materia de desinformación 2022" (Comisión Europea, 2022a). El nuevo código pretende abarcar un espectro más amplio de entidades que el anterior instrumento de 2018, del que formaban parte principalmente las grandes plataformas en línea, así como las principales asociaciones comerciales del sector publicitario europeo. Por lo tanto, el nuevo Código reúne a una amplia gama de actores, incluidos los del ecosistema publicitario, las empresas de tecnología publicitaria, los verificadores de hechos, las plataformas emergentes o especializadas, la sociedad civil

y las organizaciones de terceros con experiencia específica en desinformación (Comisión Europea, 2022b).

El Código reforzado pretende subsanar las deficiencias del anterior mediante compromisos y medidas más sólidos y detallados, que se basan en las lecciones operativas aprendidas en los últimos años. Algunas de esas lecciones fueron la pandemia del COVID y el uso por parte de Rusia de la desinformación con fines militares como parte de su plan para invadir Ucrania, como señaló Věra Jourová, vicepresidenta de la Comisión responsable de Valores y Transparencia, durante la presentación por parte de la Comisión del nuevo Código de buenas prácticas (Comisión Europea, 2022c).

El Código de Fortalecimiento de 2022 contiene 44 compromisos y 128 medidas específicas, en nueve pilares, cuatro más que la versión de 2018. Esos pilares son: A. Escrutinio de la inserción de anuncios; B. Publicidad política; C. Integridad de los servicios; D. Empoderamiento de los usuarios; E. Empoderamiento de la comunidad investigadora; F. Empoderamiento de la comunidad de verificación de hechos; G. Creación de un sitio web común del Centro de Transparencia; H. Creación de un grupo de trabajo permanente. I. Seguimiento del Código.

Como puede verse, el nuevo Código recoge el guante lanzado por la Comisión y aborda todas las cuestiones planteadas a los firmantes en las Orientaciones de 2021 para reforzar el Código de buenas prácticas en materia de desinformación (Comisión Europea, 2021a). Sin embargo, mantiene la naturaleza autorreguladora del anterior Código de buenas prácticas de 2018.

Al igual que en el Código de 2018, en el nuevo sistema del Código de 2022, los firmantes acuerdan suscribir compromisos y medidas que sean relevantes para los productos, actividades y servicios que ellos y sus filiales ofrecen (Comisión Europea, 2022a, Preámbulo (f)).

A la hora de evaluar la eficacia del nuevo instrumento, nos interesan especialmente las medidas relativas a la gobernanza del Código y al seguimiento de su aplicación. Así, según los redactores, la creación prevista de un Centro de Transparencia, accesible a todos los ciudadanos, proporcionará una visión general de la aplicación de las medidas del Código, generando una mayor transparencia (Comisión Europea, 2022a, Compromisos 34-36). Por otra parte, el nuevo grupo de trabajo permanente también mantendrá el Código preparado, para revisar y adaptar los compromisos a los avances tecnológicos, sociales, de mercado y legislativos. Con este fin, el grupo está compuesto por representantes de los signatarios, el ERGA, el Observatorio Europeo de Medios Digitales (EDMO) y el SEAE, y está presidido por la Comisión (*ibíd.*, compromiso 37). En mi opinión, el hecho de que el Consejo del Grupo Operativo incluya representantes de diversos organismos de la UE, aunque el Código siga siendo de naturaleza autorreguladora, constituye una garantía adicional para su aplicación.

Por lo que respecta al marco de supervisión, cabe señalar que el Código incluye indicadores de nivel de servicio para medir la aplicación del Código en toda la UE y a nivel de los Estados miembros. En este contexto, se dispuso que, a principios de 2023, los signatarios proporcionarían a la Comisión los primeros informes de referencia sobre su aplicación del Código. A partir de entonces, las plataformas en línea más grandes, tal como se definen en la Ley de Servicios Digitales (DSA) (Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea, 2022, artículo 33), presentarían informes cada seis meses, mientras que otros signatarios lo harían anualmente. El Código reforzado también contiene un claro compromiso de trabajar para establecer indicadores estructurales que permitan medir el impacto global del Código sobre la desinformación (Comisión Europea, 2022a, Compromisos 38-42).

En cuanto a la aplicación del Código, cabe mencionar que formará parte de un marco normativo más amplio, en combinación con la legislación sobre transparencia y orientación de la publicidad política y la DSA. En relación con la legislación sobre transparencia y orientación de la publicidad política, cabe señalar que el Parlamento Europeo y el Consejo están a punto de adoptar un nuevo reglamento (Consejo de la Unión Europea, 2022). Las orientaciones de la Comisión Europea para 2021 prevén que el Código de buenas prácticas evolucione hacia un Código de conducta como parte de este marco de corrección (Comisión Europea, 2022d).

Por lo tanto, además de las cargas asumidas en cumplimiento del Código de buenas prácticas (Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea, 2022, artículo 45), la DSA impone duras obligaciones a las grandes plataformas en línea y motores de búsqueda. Como se anunció anteriormente, la DSA clasifica las plataformas o motores de búsqueda con más de 45 millones de usuarios al mes en la UE como plataformas en línea muy grandes (VLGP) o motores de búsqueda en línea muy grandes (VLOSE) (*ibíd.*, artículo 33). Estas empresas deben, entre otras cosas, denunciar las infracciones penales; tener términos y condiciones fáciles de usar; ser transparentes sobre la publicidad, los sistemas de

recomendación o las decisiones de moderación de contenidos; y demostrar un perfil proactivo en la búsqueda de riesgos sistémicos asociados a sus servicios en términos de contenidos ilegales, seguridad pública, derechos fundamentales, etc. (*ibíd.*, artículos 34-43). Y, lo que es muy importante para la eficacia de las obligaciones impuestas, en caso de incumplimiento de las obligaciones clave de la DSA, pueden imponerse multas de hasta el 6% del volumen de negocios anual mundial o la suspensión temporal del servicio (*ibíd.*, artículo 52). Obviamente, el carácter normativo de *hard law* del DSA contrasta con el carácter de *soft law* del Código Reforzado, aunque lo complementa y apoya, como señaló Thierry Breton, Comisario de Mercado Interior, cuando la Comisión presentó el Código Reforzado el 16 de junio de 2022 (Comisión Europea, 2022c).

Según la Comisión Europea, las plataformas muy grandes se beneficiarán de participar en el Código Reforzado de 2022 en previsión de las nuevas obligaciones que les serán aplicables en virtud de la DSA propuesta. En particular, en relación con la evaluación y la mitigación de riesgos, la capacitación de los usuarios y la transparencia publicitaria. Las plataformas más pequeñas y otras partes interesadas también se beneficiarán de sus mejores prácticas protegiéndose de los riesgos de reputación por el uso indebido de sus sistemas para difundir desinformación (Comisión Europea 2022d).

Desde la publicación del Código de Buenas Prácticas de 2022, se ha creado el Grupo de Trabajo, se ha establecido el Centro de Transparencia ¹ y se está trabajando en el desarrollo de indicadores estructurales, tal como exige el Compromiso 41 del Código, para evaluar la eficacia del Código en la reducción de la propagación de la desinformación en línea para cada signatario pertinente y para todo el ecosistema en línea a nivel de la UE y de los Estados miembros (Nenadić et al., 2023/2024; TrustLab, 2023).

Y desde enero de 2023, los firmantes emiten sus informes de cumplimiento, en relación con el Código de Buenas Prácticas de 2022 en su conjunto y con cada uno de los compromisos que han adquirido con la firma del Código². Así, en enero de 2023, los firmantes debían presentar sus primeros informes, y aunque la mayoría de ellos lo hicieron (27 de 34), cabe destacar la falta de cumplimiento de un buen número de ellos. Entre los firmantes que presentaron sus informes, cabe destacar que Google, por ejemplo, indicó que en el primer semestre de 2023 impidió que más de 31 millones de euros en publicidad fueran a parar a actores de la desinformación en la UE y que rechazó 141.823 anuncios políticos por no cumplir los procedimientos de verificación de identidad (Comisión Europea, 2023b). En la misma línea, cabe señalar que TikTok, por ejemplo, destacó que, en el mismo periodo, 140.635 vídeos con más de 1.000 millones de visualizaciones fueron eliminados de la plataforma por infringir su política de desinformación (*ibíd.*). El informe de Google de enero de 2023 es de especial interés porque contiene información sobre el uso de la desinformación con fines bélicos por parte del gobierno ruso incluso antes de la invasión de Ucrania y los Estados miembros de la OTAN (Google, 2023a, Sección 1, Atacantes respaldados por el gobierno; Google, 2023b).

Como miembro del Grupo Operativo, ERGA publicó su primera evaluación de la aplicación del nuevo Código por parte de los firmantes en junio de 2023. En el expediente, ERGA ya mostró su preocupación por la falta de datos a nivel de Estado miembro en varios informes (ERGA, 2023, p. 4). También afirmaba que, si bien los dosieres proporcionaban más información que nunca sobre las acciones de las plataformas relacionadas con la desinformación, éstos no alcanzaban la calidad, la exhaustividad y la comparabilidad de las medidas adoptadas para abordar el problema de la desinformación en los Estados miembros (*ibíd.*). Además, la evaluación del ERGA también detectó una falta de cumplimiento de la medida 36.1 del Código, que exige a los firmantes que proporcionen actualizaciones puntuales sobre los cambios políticos relevantes y las acciones de implementación. (*ibíd.*). ERGA apreció los esfuerzos de los firmantes para autorizar a la comunidad investigadora, tal y como se establece en el Código, en particular el Compromiso 27.4. Sin embargo, ERGA subrayó que seguía creyendo que su recomendación de facilitar el acceso a los datos para la investigación independiente no había sido aplicada por todas las plataformas, ya que sólo estaba disponible para investigadores autorizados afiliados a universidades. En este sentido, el informe de junio de 2023 del ERGA recomendaba que todas las plataformas construyeran un ecosistema de investigación basado en el acceso a interfaces de programación de

¹ Centro de Transparencia

<https://disinfocode.eu/#:~:text=The%20road%20that%20led%20to%20the%202022%20Strengthened%20Code&text=At%20the%20core%20of%20the,and%20the%20war%20in%20Ukraine.>

² Centro de Transparencia. Archivo de informes. <https://disinfocode.eu/reports-archive/?years=2024>.

aplicaciones con fines de investigación. Además, el ERGA recomendó que se desarrollaran procesos internos para identificar a investigadores jóvenes e independientes de instituciones y organizaciones no universitarias y facilitarles el acceso a los datos pertinentes (*ibíd.*, pp. 4-5).

Por su parte, en septiembre de 2023, la vicepresidenta de la Comisión, Jurova, acogió con satisfacción los esfuerzos de los firmantes por aplicar el Código de buenas prácticas, subrayando la importancia de las tareas en un contexto en el que "la guerra de Rusia contra Ucrania y las próximas elecciones de la UE del año que viene son especialmente relevantes, porque el riesgo de desinformación es particularmente grave" (Comisión Europea, 2023a). Y continuó diciendo que "El Estado ruso se ha embarcado en la guerra de las ideas para contaminar nuestro espacio informativo con medias verdades y mentiras para crear la falsa imagen de que la democracia no es mejor que la autocracia" (*ibíd.*). Como ejemplos de la aplicación de los compromisos del Código, en particular con respecto a la desinformación procedente de Rusia, señaló el hecho de que, en el primer mes de 2023, Youtube había retirado más de 400 canales implicados en operaciones coordinadas de influencia vinculadas a la Agencia de Investigación de Internet (IRA), patrocinada por el Estado ruso. Otro ejemplo presentado fue el caso de Google, que retiró anuncios de casi 300 sitios de propaganda patrocinados por el Estado (*ibid*). Sin embargo, el aspecto negativo sobre la aplicación del Código de buenas prácticas sería la decisión de Twiter, ahora X, de dejar de ser firmante del Código (*ibid*).

4. Conclusiones.

Frente al azote de la desinformación, que amenaza a nuestras sociedades, en particular su vida democrática, y que a veces se utiliza incluso como arma en la rivalidad geopolítica, los Estados y las organizaciones internacionales han tenido que defenderse por diversos medios. Sin embargo, no se trata de una tarea fácil en la era digital (Winger et al., 2023, p. 608), porque el fenómeno en sí es difícil de calcular (TrustLab, 2023, p. 5), y porque esta lucha es necesariamente desigual, ya que debe respetar los derechos fundamentales y las libertades de expresión y manifestación, valores esenciales en una democracia.

En esta línea, cada Estado y cada organización internacional ha ido desarrollando sus propias políticas y adoptando las medidas que ha considerado más adecuadas. La UE no es una excepción y lleva abordando la cuestión y proponiendo políticas y acciones, en el marco de sus competencias, desde 2015.

Además, en línea con la tendencia actual de medidas regulatorias blandas, en 2018 publicó el "Código de Conducta en Materia de Desinformación", que fue desarrollado y adoptado por las principales plataformas digitales, empresas tecnológicas líderes y actores de la industria publicitaria. Cada uno de los firmantes del código, abierto a todos los actores del mundo digital, se comprometía a cumplir todos o algunos de los compromisos que lo componían, pudiendo retirarse del mismo en cualquier momento.

En cuanto a los mecanismos de control, se estableció que la aplicación del Código sería examinada periódicamente mediante reuniones de los firmantes y la obligación de emitir informes que podrían ser verificados por una entidad externa. Al mismo tiempo, se otorgó un papel complementario a la Comisión Europea en el acompañamiento del proceso de aplicación, sin reconocerle la capacidad para imponer cualquier tipo de sanción en caso de constatar negligencias o incumplimientos.

Además, y de acuerdo con el carácter autorregulador del Código de Buenas Prácticas, se preveía un interesante mecanismo para la resolución pacífica de los conflictos que pudieran surgir en el marco de su aplicación. Así, cualquiera de las entidades firmantes podría notificar a cualquier otra su incumplimiento y si no conseguían ponerse de acuerdo entre ellas, el asunto podría ser discutido en una reunión plenaria de los firmantes, con la decisión final de excluir del Código a la entidad incumplidora.

Tras la entrada en funcionamiento del Código, los firmantes empezaron a cumplir sus obligaciones y en el plazo de un año se llevaron a cabo las primeras evaluaciones de su eficacia, entre ellas la de la Comisión Europea. La evaluación de la Comisión reconoció la utilidad del Código como plataforma de diálogo entre los signatarios y como catalizador de la transparencia en las políticas fundamentales de la UE contra la desinformación. A pesar de estos logros, la Comisión identificó una serie de deficiencias en su aplicación, entre ellas, la utilización incoherente e incompleta del Código tanto de las plataformas como de los Estados miembros, o la falta de compromisos sobre el acceso a los datos para la investigación de la desinformación, así como la escasa participación, especialmente del sector publicitario. La evaluación también puso de relieve la falta de un mecanismo de seguimiento adecuado, que incluya indicadores clave de rendimiento. En particular, la Comisión llamó la atención sobre un

ámbito en el que el Código no había avanzado lo suficiente, el de la desinformación, en el que la publicidad en línea seguía facilitando su propagación.

Ante la impresión generalizada de falta de eficacia del Código, se inició un proceso de reforma de éste, en el que jugó un papel importante el documento de la Comisión de 2021 titulado "Directrices de la Comisión Europea para reforzar el Código de buenas prácticas en materia de desinformación".

Ese proceso culminó con la publicación, en junio de 2022, de una versión reforzada del Código de Buenas Prácticas en materia de Desinformación, que sigue vigente en la actualidad. El nuevo código, por supuesto, trata de subsanar las deficiencias detectadas en el anterior, especialmente en lo que se refiere al control y a los mecanismos para hacerlo efectivo. Para ello, se creó un grupo de trabajo compuesto por representantes de los signatarios, ERGA, EDMO y SEAE, y presidido por la Comisión. Además, está previsto crear un Centro de Transparencia al que puedan acceder todos los ciudadanos para proporcionar una visión general de la aplicación de las medidas del Código y así aumentar su comprensión. Por otra parte, el nuevo Código contiene un mayor número de obligaciones, al tiempo que conserva las características de los instrumentos de Derecho indicativo.

Sin embargo, hay un elemento que resulta decisivo en la arquitectura general de la aplicación del Código, y es que se enmarca en un conjunto de normativas europeas, entre ellas la DSA. Esto refuerza las posibilidades de cumplimiento de las obligaciones incluidas en el Código, ya que exige un mayor compromiso por parte de las grandes plataformas digitales y buscadores, garantizado por la posibilidad de fuertes multas y sanciones en caso de incumplimiento. Este hecho, en mi opinión, limita en cierta medida el carácter autorregulador e introduce elementos de corregulación. Esta última se entiende como un modelo en el que las entidades privadas desarrollan -individual o colectivamente- mecanismos para controlar a sus propios usuarios, que a su vez deben ser aprobados por legisladores estatales, que también supervisan su eficacia (Marsden et al., 2020, p.1).

De hecho, creemos que, dada la magnitud y la complejidad del problema de la desinformación, sólo puede tener éxito un enfoque multidisciplinar, científico, económico, político y jurídico (Lund, 2012, pp. 170-186; Mezei y Szentgáli-Tóth, 2023, p. 47) que tenga en cuenta la protección de las libertades fundamentales de expresión e información. Esto sólo podrá garantizarse mediante el esfuerzo conjunto de los actores privados más importantes en el ámbito digital y las autoridades nacionales e internacionales; éste equilibrio es crucial, ya que una regulación pública excesiva puede ser inaplicable sin el aporte y cooperación del sector privado, imprescindible en este campo, y protagonista absoluto y necesario si se quieren conseguir resultados en la lucha contra la desinformación. Sin embargo, la falta de apoyo institucional público puede debilitar las garantías de la libertad de información y de expresión (Kuczerawy, 2021, p. 301; Monti, 2021, p. 219).

Referencias

Referencias documentales oficiales, normativas y jurisprudenciales

- Consejo de la Unión Europea (2021). Comunicado de prensa de 24 de septiembre de 2021. Declaración de la Alta Representante en nombre de la Unión Europea sobre el respeto de los procesos democráticos de la UE. <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2021/09/24/declaration-by-the-high-representative-on-behalf-of-the-european-union-on-respect-for-the-eu-s-democratic-processes/>.
- Consejo de la Unión Europea (2022). Comunicado de prensa de 13 de diciembre de 2022. Transparencia y orientación de la publicidad política: El Consejo aprueba su mandato de negociación. <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2022/12/13/transparency-and-targeting-of-political-advertising-council-agrees-its-negotiating-mandate/>
- Tribunal de Justicia de la Unión Europea (2001). Sentencia del Tribunal de 6 de marzo de 2001. *Bernard Connolly contra Comisión de las Comunidades Europeas*. Asunto C-274/99 P. ECLI:EU:C:2001:127. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A61999CJ0274>.
- Comisión Europea (2018a). Un enfoque multidimensional de la desinformación Informe del Grupo independiente de alto nivel sobre noticias falsas y desinformación en línea. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>.
- Comisión Europea (2018b). Comunicación de la Comisión al Parlamento, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Hacer frente a la desinformación en línea: un enfoque europeo. Bruselas, 26 de abril de 2018. COM(2018) 236 final. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018DC0236>.
- Comisión Europea (2018c). Código de buenas prácticas en materia de desinformación. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/2018-code-practice-disinformation>.
- Comisión Europea (2018d). Comunicación conjunta al Parlamento Europeo, al Consejo Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Plan de acción contra la desinformación. Join (2018) 36 final. Bruselas, 5 de diciembre de 2018. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52018JC0036>.
- Comisión Europea (2019). Código de buenas prácticas en materia de desinformación. Primeros informes anuales, octubre de 2019. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/annual-self-assessment-reports-signatories-code-practice-disinformation-2019>.
- Comisión Europea (2020). Documento de trabajo de los servicios de la Comisión. Evaluación del Código de buenas prácticas en materia de desinformación. Achievements and areas for further improvement. Bruselas, 10 de septiembre de 2020. SWD (2020) 180 final. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/assessment-code-practice-disinformation-achievements-and-areas-further-improvement>.
- Comisión Europea (2021a). Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Orientaciones de la Comisión Europea para reforzar el Código de buenas prácticas en materia de desinformación. Bruselas, 26 de mayo de 2021, COM (2021) 262 final. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52021DC0262>.
- Comisión Europea (2021b). Código de buenas prácticas sobre desinformación: La Comisión da la bienvenida a los nuevos posibles signatarios y pide una revisión firme y oportuna. Comunicado de prensa de 1 de octubre de 2021. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_21_4945.
- Comisión Europea (2022a). Código de buenas prácticas en materia de desinformación reforzado de 2022. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/2022-strengthened-code-practice-disinformation>.
- Comisión Europea (2022b). Signatarios del Código de buenas prácticas en materia de desinformación reforzado de 2022. Política y legislación. Publicación 16 de junio de 2022. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/signatories-2022-strengthened-code-practice-disinformation>.

- Comisión Europea (2022c). Desinformación: La Comisión acoge con satisfacción el nuevo Código de buenas prácticas en materia de desinformación, más sólido y completo. Comunicado de prensa, 16 de junio de 2022. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_3664.
- Comisión Europea (2022d). Preguntas y respuestas: Orientaciones para reforzar el Código de buenas prácticas en materia de desinformación. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/policies/qa-code-practice-disinformation>.
- Comisión Europea (2023a). Comunicado de prensa de la Vicepresidenta Jourova sobre la reunión con los firmantes del Código de buenas prácticas en materia de desinformación, 26 de septiembre de 2023. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/SPEECH_23_4645.
- Comisión Europea (2023b). Código de buenas prácticas en materia de desinformación: nuevos informes disponibles en el Centro de Transparencia. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/code-practice-disinformation-new-reports-available-transparency-centre>.
- Comisión Europea y Alta Representante de la Unión para Asuntos Exteriores y de Seguridad (2018). Comunicación conjunta al Parlamento Europeo, al Consejo Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Plan de acción contra la desinformación. https://commission.europa.eu/document/download/b654235c-f5f1-452d-8a8c-367e603af841_en?filename=eu-communication-disinformation-euco-05122018_en.pdf.
- Consejo Europeo (2015). Reunión del Consejo Europeo (19 y 20 de marzo de 2015). Bruselas, 20 de marzo de 2015 (OR. en) EUCO 11/15 CO EUR 1 CONCL 1. Conclusiones. <https://www.consilium.europa.eu/media/21888/european-council-conclusions-19-20-march-2015-en.pdf>.
- Tribunal Europeo de Derechos Humanos (1992). Sentencia de 23 de abril de 1992. *Caso Castells contra España*, <https://hudoc.echr.coe.int/fre?i=002-9857>.
- Tribunal Europeo de Derechos Humanos (2005). Sentencia de 6 de septiembre de 2005. *Caso Salov contra Ucrania*. <https://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-70096>.
- Tribunal Europeo de Derechos Humanos (2012), *Caso de Ahmet Yildirim contra Turquía*, Sentencia de 18 de diciembre de 2012. <https://hudoc.echr.coe.int/fre?i=001-115705>.
- Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea (2022). Reglamento (UE) 2022/2065 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de octubre de 2022, relativo a un mercado único de servicios digitales y por el que se modifica la Directiva 2000/31/CE (Ley de servicios digitales) (Texto pertinente a efectos del EEE), PE/30/2022/REV/1, DO L 277 de 27 de octubre de 2022, pp. 1-102. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R2065>.
- Grupo de entidades reguladoras europeas de los servicios de comunicación audiovisual (2023). ERGA report on the first year of the Strengthened Code of Practice on Disinformation. https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2023/07/ERGA-SG3-report-CoP_June-2023_as-adopted.pdf.
- Unión Europea (2003). Acuerdo interinstitucional "Legislar mejor", Diario Oficial C 321 de 31 de diciembre de 2003, pp. 0001 - 0005. [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32003Q1231\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32003Q1231(01)).
- Centro Criptológico Nacional. Ministerio de Defensa, España (2019). Desinformación en el ciberespacio, CCN-CERT, BP/13. https://www.dsn.gob.es/sites/dsn/files/CCN-CERT_BP_13_Desinformaci%C3%B3n%20en%20el%20Ciberespacio.pdf.

Referencias bibliográficas y otras fuentes secundarias.

- Borz, G., De Francesco, F., Montgomerie, T. L., & Bellis, M. P. (2024). The EU soft regulation of digital campaigning: regulatory effectiveness through platform compliance to the code of practice on disinformation. *Policy Studies*, 1-21. <https://doi.org/10.1080/01442872.2024.2302448>.
- Cavaliere, P. (2020). From journalistic ethics to fact-checking practices: defining the standards of content governance in the fight against disinformation. *Journal of Media Law*, 12(2), 133-165. <https://doi.org/10.1080/17577632.2020.1869486>.
- Delcker, J. (2021). Alemania: desinformación y noticias falsas asedian la campaña electoral. DW, 7 septiembre. <https://www.dw.com/es/alemania-desinformaci%C3%B3n-y-noticias-falsas-asedian-la-campa%C3%B1a-electoral/a-59113186>.
- Espaliú-Berdud, C. (2023). Use of disinformation as a weapon in contemporary international relations: accountability for Russian actions against states and international organizations. *Profesional De La Información*. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.jul.02>.

- Fonseca-Morillo, F. (2020). Prólogo: La Europa que protege, de la teoría a la práctica gracias al pensamiento crítico y la alfabetización digital". *Revista De Estilos De Aprendizaje*, 13(26), 1–3. <https://doi.org/10.55777/rea.v13i26.2593>.
- Google (2020). Report on responding to COVID-19 disinformation, August 15, 2020. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/first-baseline-reports-fighting-covid-19-disinformation-monitoring-programme>.
- Google (2023a). Fog of War How the Ukraine Conflict Transformed the Cyber Threat Landscape. February 2023. https://services.google.com/fh/files/blogs/google_fog_of_war_research_report.pdf.
- Google (2023b). Code of Practice on Disinformation – Report of Google for the period of 1 January 2023 - 30 June 2023. <https://disinfocode.eu/signatory-report/google-code-of-practice-on-disinformation-h1-2023/?chapter=executive-summary>.
- Hurcombe, E., & Meese, J. (2022). Australia's DIGI Code: what can we learn from the EU experience? *Australian Journal of Political Science*, 57(3), 297–307. <https://doi.org/10.1080/10361146.2022.2122774>.
- Jiménez-Cruz, C., Wardle, C., Kelis Nielsen, R., & Mantzarlis, A. (2018, March 12). Seis puntos clave del informe sobre desinformación del Grupo de expertos de la Comisión Europea. Maldita.es — Periodismo Para Que No Te La Cuelen. <https://maldita.es/maldita/20180312/seis-puntos-claves-del-informe-sobre-desinformacion-del-grupo-de-expertos-de-la-comision-europea>.
- Killeen, M. (2023, June 6). Code of Practice on Disinformation signatories regroup with AI focus. *www.euractiv.com*. <https://www.euractiv.com/section/platforms/news/code-of-practice-on-disinformation-signatories-regroup-with-ai-focus/>.
- Kobernjuk, A., & Kasper, Á. (2021). Normativity in the EU's Approach towards Disinformation. *TalTech Journal of European Studies*, 11(1), 170–202. <https://doi.org/10.2478/bjes-2021-0011>.
- Kuczerawy, A. (2021). Fighting Online Disinformation: Did the EU Code of Practice Forget about Freedom of Expression? In: Terzis, G., Kloza, D., Kuzelewska, E., Trottier, D., eds. *Disinformation and Digital Media as a Challenge for Democracy*. European Integration and Democracy Series. Intersentia, 291–308. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3453732.
- Latzer, M., Just, N., & Saurwein, F. (2013). Self-and Co-regulation: Evidence, Legitimacy and Governance Choice. In *Routledge Handbook of Media law*, edited by Price, M., Verhulst, S., Morgan, L. 373–392. London: Routledge.
- Lund, J. (2012). Correcting Digital Speech, *UCLA Entertainment Law Review*, 19, (1), 170-186. <https://doi.org/10.5070/LR8191027152>.
- Marsden, C. T., Meyer, T., & Brown, I. (2020). Platform values and Democratic elections: How can the law regulate digital disinformation? *Computer Law & Security Review*, 36, 105373. <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2019.105373>.
- Mezei, K., & Szentgáli-Tóth, B. (2023). Some comments on the legal regulation on misinformation and cyber attacks conducted through online platforms. *Lexonomica*, 15(1). <https://doi.org/10.18690/lexonomica.15.1.33-52.2023>.
- Messing, S., & Westwood, S. J. (2012). Selective exposure in the age of social media. *Communication Research*, 41(8), 1042–1063. <https://doi.org/10.1177/0093650212466406>.
- Monti, M. (2020). The Eu Code of Practice on Disinformation and the Risk of the Privatisation of Censorship, in: Giusti, S., & Piras, E. (Eds.). (2020). *Democracy and Fake News: Information Manipulation and Post-Truth Politics* (1st ed.). 214–225. London: Routledge, <https://doi.org/10.4324/9781003037385>.
- Nenadic, I., Brogi, E., & Bleyer-Simon, K. (2023). *Structural indicators to assess effectiveness of the EU's Code of Practice on Disinformation*. Cadmus EUI. <https://hdl.handle.net/1814/75558>.
- Olmo-y-Romero, J-A. (2019). Desinformación: concepto y perspectivas. *Real Instituto Elcano*, ARI41/2019. http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/ari41-2019-olmoromero-desinformacion-concepto-y-perspectivas.
- Pagano, G. (2019). Il Code of Practice on Disinformation. Note sulla natura giuridica di un atto misto di autoregolazione. In: di Casseti, L., , et al. *Le Elezioni Del Parlamento Europeo Del 2019- E-Book*, edited by Beniamino Caravita, Giappichelli, 2019. ProQuest Ebook Central, <http://ebookcentral.proquest.com/lib/oxford/detail.action?docID=6324861>.
- Renda, A. (2018). The legal framework to address "fake news": possible policy actions at the EU level. CEPS research report. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2018/619013/IPOL_IDA\(2018\)619013_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2018/619013/IPOL_IDA(2018)619013_EN.pdf).
- Sander, F. E. (n.d.). *Alternative Methods of Dispute Resolution: An Overview*. UF Law Scholarship Repository. <https://scholarship.law.ufl.edu/flr/vol37/iss1/1>.
- Shao, C., Ciampaglia, G. L., Varol, O., Yang, K., Flammini, A., & Menczer, F. (2018). The spread of low-credibility

- content by social bots. *Nature Communications*, 9(1). <https://doi.org/10.1038/s41467-018-06930-7>.
- TrustLab (2023). A Comparative Analysis of the Prevalence and Sources of Disinformation across Major Social Media Platforms in Poland, Slovakia, and Spain, Code of Practice on Disinformation. <https://www.trustlab.com/codeofpractice-disinformation>.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder. Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Council of Europe. <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>.
- Winger, G., Calfano, B., Vičić, J., & Harknett, R. J. (2023). Electoral Crisis Communications: Combatting Disinformation & the Contest for Electoral Legitimacy. *American Politics Research*, 51(5), 608–618. <https://doi.org/10.1177/1532673x231184440>.
- Youtube. Community Guidelines. Misinformation Policies. <https://support.google.com/youtube/answer/10834785?sjid=15366264026649940482-EU>.