

GUÍA DE BUENAS PRACTICAS

RECOMENDACIONES PARA LA COMUNICACIÓN EN CASOS DE “FAKE NEWS” O NOTICIAS FALSAS

Particularidades de la temática

Se denominan “fake news” a las noticias falsas o información maliciosa desarrolladas con el objetivo de malinformar o desinformar a la mayor cantidad de personas con fines premeditados, generalmente políticos o económicos.

Difundir noticias falsas puede acarrear graves consecuencias, desde difamar a una persona y destruir su reputación (con todos los efectos que ello conlleva a largo plazo), influir en la opinión pública o provocar alarma económica, política y social. La información es un arma muy poderosa tanto a nivel político como económico. Los rumores y noticias falsas se elaboran para perjudicar al resto de los espacios políticos o movimientos ideológicos, para generar beneficios o perjuicios a sectores económicos y empresas.

Si bien no son nuevas ni exclusivas del entorno digital, a partir de la irrupción de Internet y de nuevas tecnologías de comunicación e información, las Fake News han proliferado por el mundo. Este término es utilizado para conceptualizar la divulgación de noticias falsas que provocan un peligroso círculo de desinformación. Hoy las redes sociales permiten que los usuarios sean productores y consumidores de contenidos a la vez, y han facilitado la difusión de contenido engañoso, falso o fabricado.

Así se genera un circuito vicioso, y una noticia falsa se replica miles de veces en cuestión de segundos. Pero el efecto de la divulgación de estos contenidos engañosos ha sido tal, que muchas veces los medios digitales o tradicionales toman y divulgan dichas fakes brindándoles credibilidad y convirtiéndolas en un instrumento más peligroso aún.

Asimismo, y con relación a la crítica situación creada por la emergencia sanitaria

global y con el objetivo de **contrapesar las percepciones equivocadas** y brindar información precisa y confiable sobre el coronavirus y el COVID-19, las Naciones Unidas lanzaron la iniciativa mundial [“Verified”](#) (Verificado), liderada por el Departamento de Comunicación Global de la Organización.

Hacia un tratamiento responsable

Desde el Observatorio de ENACOM recordamos que se deberían “tomar medidas apropiadas –siempre que sean compatibles con la libertad de expresión– para combatir los contenidos ilegales y perjudiciales en los medios de comunicación” y que “La sociedad de la información debe basarse en valores aceptados universalmente, promover el bien común e impedir la utilización indebida de las TIC” (Declaración Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información –CMSI– Ginebra 2003 apartados 9 y 10).

En este contexto no podemos ignorar el efecto que tiene la masividad de la comunicación digital en la creciente propagación de la desinformación (a veces referida como noticias “falsas” o “fake news”) en los medios tradicionales y sociales y los diversos perjuicios a los cuales contribuyen en parte o de manera directa.

Por ende, consideramos el hecho de que la desinformación a menudo se diseña e implementa con el propósito de confundir a la población y para tener injerencia nociva en el derecho del público a saber y en el derecho de las personas a buscar y recibir, y también transmitir, información e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, que son derechos alcanzados por las garantías legales internacionales de los derechos a la libertad de expresión y opinión.

Por otro lado, es importante enfatizar que algunas modalidades de desinformación podrían dañar la reputación y afectar la privacidad de personas, o instigar la violencia, la discriminación o la hostilidad hacia grupos identificables de la sociedad con todos los perjuicios que eso conlleva.

Por todo esto consideramos que:

- Los medios de comunicación deberían procurar difundir información fidedigna y de fuentes confiables y comprobables.
- Los medios no deberían efectuar, avalar, fomentar ni difundir declaraciones que saben o deberían saber razonablemente que son falsas (desinformación) o que muestran un menosprecio manifiesto por la información verificable (propaganda).
- Los medios de comunicación y los periodistas deberían, según corresponda, apoyar sistemas efectivos de autorregulación, que incluyan estándares para propiciar la veracidad de las noticias, entre otras cosas, contemplando el derecho de rectificación y/o réplica en el caso de hechos incorrectos en los medios.
- Los medios de comunicación deberían evaluar la posibilidad de ofrecer una cobertura crítica de la desinformación y la propaganda como parte de sus servicios de noticias, lo cual sería congruente con su rol de vigilancia en la sociedad, sobre todo en períodos electorales y en debates sobre temas de interés público.
- Los usuarios deben comprobar quién escribe la información que se divulga y compararla en diferentes medios. También deben tener en cuenta si lo que se afirma es la opinión de una persona o un hecho real y concreto.

Fuentes de Legislación y consulta

- Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Ley N° 26.522)
- Declaración de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información – CMSI– Ginebra 2003 apartados 9 y 10.

- Declaración conjunta de la Naciones Unidas (ONU) para la Libertad de Opinión y de Expresión, la Representante para la Libertad de los Medios de Comunicación de la Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa (OSCE), el Relator Especial de la OEA para la Libertad de Expresión y la Relatora Especial sobre Libertad de Expresión y Acceso a la Información de la Comisión Africana de Derechos Humanos y de los Pueblos (CADHP), 2017.
- Departamento de Comunicación Global de la Organización de Naciones Unidas. Iniciativa [“Verified”](#) (Verificado), Ginebra 2020.