



Organización  
de las Naciones Unidas  
para la Educación,  
la Ciencia y la Cultura



# Periodismo, libertad de prensa y COVID-19

Nota temática de la serie de la UNESCO:  
Tendencias mundiales en libertad  
de expresión y desarrollo de los  
medios de comunicación

## Tendencias clave:

- Una peligrosa “desinfodemia” (disinfodemic in inglés) está alimentando la pandemia.
- Frente a la creciente demanda por información verificada, los medios independientes han estado a la altura del desafío.
- Las empresas tecnológicas están tomando medidas, pero se necesita más transparencia.
- Algunas medidas regulatorias han dado lugar a nuevas restricciones de los derechos humanos.
- Para mantener al público informado, los periodistas están poniendo en riesgo su propia seguridad.
- El impacto económico del COVID-19 puede representar una amenaza existencial para el periodismo.
- En medio de la crisis, hay nuevas oportunidades para defender el periodismo.

# I. Una peligrosa “desinfodemia” esta alimentando la pandemia

A medida que el nuevo coronavirus ha alcanzado a casi todos los países del planeta, una circulación masiva de información falsa se ha extendido tan rápido como el propio virus. Estas mentiras han ayudado a allanar el camino de la infección y han contribuido a sembrar el caos en las sociedades que están respondiendo a la pandemia.

Reconociendo el peligro, el Secretario General de las Naciones Unidas, António Guterres, advirtió que “nuestro enemigo es también el creciente aumento de la desinformación”.

La [Organización Mundial de la Salud](#) ha identificado esta “desinfodemia” como una verdadera “segunda enfermedad” que acompaña a la pandemia del COVID-19, que es “una sobre abundancia de información, algunas veces precisa, otras no, que dificulta que las personas encuentren fuentes fidedignas y orientación confiable cuando la necesitan”.

El periodismo es [clave para proporcionar](#) información fidedigna en medio de esta amplia “infodemia”, para combatir los mitos y rumores. Sin la acción del periodismo, el contenido falso puede expandirse de manera desenfrenada.

Las falsedades que circulan pueden clasificarse en información falsa (producida y compartida con motivación maliciosa) e información errónea, cuando éstas mentiras son difundidas sin malas intenciones.

Sin embargo, en el contexto del COVID-19, los efectos de éstas dos modalidades pueden ser de igual manera mortales.



El volumen y la velocidad con la que circula la información falsa dentro de la “infodemia” indica la existencia de una “desinfodemia” tóxica de información falsa e información errónea, tal como se describe en dos recientes [“policy briefs” de la UNESCO](#) sobre este tema.

Mientras que la información fortalece, la desinformación desempodera al poner en peligro vidas y conducir a la confusión y la discordia.

Este gráfico es parte de los [materiales de la campaña](#) de la UNESCO para el Día Mundial de la Libertad de Prensa 2020.

Las estadísticas que permiten identificar las tendencias sobre el alcance y la difusión de la “desinfodemia” son escasas. Sin embargo, las cifras con las que contamos actualmente apuntan a un alcance y difusión en escala masiva.

- Sobre la base de un análisis de aprendizaje automático (machine learning) de **112 millones de posts públicos realizados en 64 idiomas en distintas redes sociales**, todos relacionados con la pandemia del COVID-19, los investigadores de la [Fundación Bruno Kessler](#) detectaron que un **40% de los mensajes provenían de fuentes poco fiables**.
- Otro estudio, elaborado por la Fundación [Observatorio de “Infodemia” COVID-19](#), que utilizó técnicas de aprendizaje automático, encontró que **casi el 42 % de los más de 178 millones de tweets relacionados con el COVID-19 fueron producidos por bots. El 40% de ellos, además, fueron calificados como “no fiables”**.
- Aproximadamente **un tercio de los usuarios de redes sociales han informado haber leído información falsa o engañosa sobre el coronavirus**, señaló un [estudio](#) del Instituto Reuters realizado en seis países. El Centro [Pew](#), por su parte, ha constatado que las personas que suelen utilizar las redes sociales para acceder a las noticias tienen mayores posibilidades de verse expuestas a contenido falso.
- En marzo, fueron identificados en Facebook alrededor de **40 millones de mensajes problemáticos relacionados con COVID-19** (acompañadas de advertencias sobre su contenido), de acuerdo con la compañía. “Cientos de miles de fuentes/elementos de información errónea pudiendo acarrear un daño físico inminente” han sido también eliminadas, agregó la empresa.
- Aproximadamente **19 millones de los casi 50 millones de** tweets relacionados con el COVID-19 y analizados mediante inteligencia artificial (38% del total) por [Blackbird.AI](#) fueron considerados como “información o contenido manipulado”.
- **8 millones de correos electrónicos fraudulentos sobre coronavirus** están siendo bloqueados por Google en su servicio de correo electrónico Gmail, cada día.
- Newsguard **identificó 191 sitios web** en Europa y América del Norte que publicaron información falsa sobre el virus.
- La [AlianzaCoronaVirusFacts](#) ha descubierto - y desacreditado - **más de 3.500 informaciones falsas o engañosas**, circuladas en más de 70 países y en más de 40 idiomas.

La xenofobia, el racismo y el discurso de odio constituyen una parte importante de esta “desinfodemia”.

El problema no es sólo el volumen de información falsa, sino también su combinación con contenido emocional, y el hecho que esta información sea transmitida por actores influyentes.

## II. Las empresas tecnológicas están tomando medidas, pero se necesita más transparencia

Las grandes empresas de redes sociales, mensajería y búsqueda ayudan a miles de millones de personas en todo el mundo a encontrar y compartir información. Sin embargo, estas plataformas también se han convertido en focos de “desinformación”.

Sus modelos económicos, diseñados para capturar y mantener la atención del usuario y para recopilar datos destinados a la publicidad dirigida, los han hecho susceptibles a la desinformación, incluso en sus anuncios publicitarios.

En respuesta a este problema, estas compañías han tomado medidas, incluso a mayor escala y velocidad que cuando se ha tratado de lidiar con otros tipos de contenido falso en el pasado. El 16 de marzo de 2020, Facebook, Google, LinkedIn, Microsoft, Reddit, Twitter y YouTube emitieron una [declaración conjunta](#) sobre su compromiso de combatir la información falsa relacionada con el coronavirus.

En general, los medios de comunicación social, las redes sociales y las empresas de motores de búsqueda han abordado la “desinformación” a través de:

- **Moderación de contenido:** La eliminación, clasificación descendente o etiquetado de la desinformación sobre el COVID-19. Esto se ha realizado cada vez más mediante sistemas automatizados impulsados por la inteligencia artificial. Aunque estos sistemas operaban en el pasado, ahora se aplican más ampliamente, ya que los moderadores humanos de estos medios se han visto obligados a permanecer en casa. Pero a veces una [expresión legítima puede ser identificada erróneamente como falsa](#), y como consecuencia, ser retirada de la plataforma.
- **Donaciones a verificadores de datos y periodistas.**
- **Orientando a los usuarios hacia información oficial sobre salud**, incluyendo mediante la asociación con organizaciones nacionales e internacionales de salud pública, como la OMS, o a través de centros de información que permiten dirigir a los usuarios hacia las fuentes de información oficial, disponibles en la parte superior de las noticias o en los resultados de las búsquedas.
- **Políticas de publicidad:** las empresas han prohibido los anuncios que incluyen desinformación sobre COVID-19, pero aún hay personas en línea capaces de [vender falsedades con fines de lucro](#).

Compañías de telecomunicaciones de todo el mundo han adoptado más de 190 medidas para **ampliar el acceso a Internet**, entre ellas la suspensión de límites de datos, la provisión de un ancho de banda adicional, el acceso a la información relacionada a la salud pública a tarifa cero y el ofrecimiento de Wi-Fi gratuito a los profesionales de la medicina.

**TABLA:** Acciones de empresas tecnológicas, en cifras\*

|   | Facebook   | Google  | Twitter  | WhatsApp   | YouTube   |
|---|--|---|--|--|---|
| <b>Moderación de contenido</b>                                      | 40 millones de publicaciones relacionadas con el COVID-19 recibieron advertencias sobre su contenido; y también se eliminaron cientos de miles de elementos de información falsa relacionada con el virus, y que podrían haber provocado daños físicos inminentes.   | Sección de verificación de datos relacionados con el COVID-19 de Google News (actualmente sólo en EE. UU.)                | Identificación de 3.4 millones de cuentas que promovían discusiones manipuladoras sobre el COVID-19.                                       | Límites impuestos a la cantidad de chats a través de los cuales un mensaje popular puede ser transmitido en un tiempo determinado. | “Miles y miles de eliminaciones” (de contenido).<br><br>CEO Susan Wojcicki  |
| <b>Donaciones al periodismo</b>                                     | USD 25 millones en subvenciones locales a los medios de América del Norte a través del Proyecto de Facebook para Periodismo; USD 1 millón en subvenciones para noticias locales; USD 1 millón para organizaciones de verificación de datos; USD 1 millón para la Red Internacional de Verificación de Datos. | USD 6.5 millones para el Fondo de Ayuda de Emergencia para el Periodismo en 130 países y territorios alrededor del mundo. | USD 1 millón para la Fundación Internacional de Medios de Comunicación de Mujeres y para el Comité para la Protección de Periodistas.      | USD 1 millón para la Red Internacional de Verificación de Datos.   | Ref. Google (subsidiaria)   |
| <b>Orientación a usuarios hacia información oficial sobre salud</b> | <b>Orientó a 2 mil millones de usuarios</b> a recursos de la OMS y a otras autoridades sanitarias del Centro de información COVID-19 en Facebook e Instagram, con 350 millones de clicks. El centro también cuenta con una sección “Obtenga los datos” con información de analistas de datos profesionales.  | Sección para corroborar datos sobre temas acerca del COVID-19 de Google News (actualmente sólo en EEUU).                  | 10 mil millones de visitas relacionadas con el contenido proporcionado por organizaciones oficiales de salud.                              | Bots responden a las preguntas de los usuarios a través de <a href="#">la Alerta de Salud de la OMS</a> .                          | Re-envía videos relacionados sobre el COVID-19 al sitio Web de la OMS.  |
| <b>Políticas de publicidad</b>                                      | Prohibición de los anuncios que promueven falsas curas contra coronavirus y chequeo de seguridad de todos los anuncios. Suspensión temporal de los anuncios con contenido relacionado con el coronavirus en otros idiomas que el inglés.   | Prohibición de los anuncios que promueven curas milagrosas y equipos médicos para uso doméstico a precios inflados.       | Las marcas que mantienen una relación directa con el equipo de anuncios de Twitter pueden incluir menciones a la pandemia en sus anuncios. | Prohibición de contenido contradictorio con la información emitada por la OMS sobre el COVID-19                                    | Todo contenido con fines de monetización debe ser verificado por sus autores y se deben seguir ciertas pautas.<br><br>En caso de detectarse violaciones, la plataforma elimina el contenido ilícito relacionado con la COVID-19, limita la monetización o la desactiva temporalmente del canal en cuestión. |

\* Basado en información selectiva hecha pública por las compañías, en diferentes momentos durante mayo del 2020. Ésta no es una lista completa de todas las acciones emprendidas por estas empresas.

## ¿Es suficiente?

En ausencia de estadísticas exhaustivas por parte de las empresas, es difícil determinar la importancia real de las cifras que publican. En primer lugar, la proporción de desinformación en relación con los volúmenes totales de contenido y anuncios publicados no es evidente. Y en segundo lugar, la extensión de la circulación de contenido falso antes que éste sea identificado como tal, y el papel de los “super difusores” para diseminarlo no se hace público.

Sin embargo, la red activista en línea Avaaz ha [encontrado](#) que el 41% de la información falsa identificada por esta organización, y puesta en conocimiento de Facebook, fue mantenida en la plataforma sin ninguna etiqueta de advertencia. El 65% de esta información falsa había sido previamente desacreditada por el equipo de Facebook encargado de la verificación de datos.

Sobre la base de una muestra de [225 piezas de información falsa](#), el Instituto Reuters descubrió que el 59% de las publicaciones calificadas como falsas en Twitter por parte de sus verificadores de datos permanecieron en línea. En YouTube, por otra parte, se mantuvo en línea el 27% de la información calificada como falsa. Mientras en Facebook, el 24% de estas piezas de información fueron mantenidas en la plataforma, y sin ninguna etiqueta de advertencia.

Si bien las donaciones financieras para mecanismos de verificación de datos y para los medios constituyen una ayuda importante, estos montos suelen ser bastante pequeños en comparación con las ganancias globales de estas empresas. Además, estas donaciones tampoco logran compensar las pérdidas de ingresos que continúan sufriendo los medios de comunicación, una tendencia que, desafortunadamente, precedía a la crisis actual.

El Secretario General de la ONU, António Guterres, ha instado a las compañías de redes sociales a “hacer más para erradicar el odio y las afirmaciones dañinas sobre el COVID-19”. En este contexto, los [Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos](#) son más relevantes que nunca. Las compañías de Internet deben alinear sus códigos de conducta y sus prácticas con los estándares internacionales de derechos humanos, donde la norma es la libertad de expresión y donde las restricciones a este derecho constituyen una excepción, sujeta a condiciones estrictas.

Aunque estas compañías no pueden ser consideradas como árbitros de la verdad, ellas deben adoptar una posición firme y clara en contra de la circulación de falsedades comprobadas, tanto en sus contenidos, anuncios y servicios de búsqueda, lo que ha sido subrayado por el Relator Especial de las Naciones Unidas sobre la promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y de expresión, David Kaye.

Ante la falta de transparencia...quedan preguntas por responder.

### Preguntas imaginarias para una conversación con un asistente robot (chatbot)

OK Google, ¿Cuántos anuncios ha bloqueado o eliminado tu filial YouTube conteniendo información falsa sobre el COVID-19? ¿Cómo se asegura de que el contenido legítimo, protegido por el derecho internacional, no sea eliminado?



...

Hola Facebook, ¿Qué has hecho para que el periodismo fiable sea más visible y fácil de compartir en tu plataforma?



...

@Twitter, ¿Cuántas de las 3.4 millones de cuentas que circulan información falsa en tu plataforma has cerrado? ¿Cuántas de éstas eran bots? ¿Cuántos tweets con información falsa sobre COVID-19 has eliminado? ¿Cuántos reclamos has considerado?



...

Hola Siri, la tienda de Apple de suscripciones de noticias, ¿puede consagrar una mayor parte de su actividad a los medios de comunicación? ¿Cuál es la aplicación que estás desarrollando para el rastreo de los contagios, y qué impacto tiene eso sobre la privacidad de los usuarios?



...

¿Qué tal, WhatsApp? ¿Cuántas cuentas falsas de “super difusores” de desinformación identificas cada semana por país?



...

### III. Frente a la creciente demanda por información verificada, los medios independientes han estado a la altura del desafío.

La crisis actual ha puesto de manifiesto la importancia de los medios de comunicación y del acceso a información verificada. Los medios libres e independientes constituyen una fuente de información fidedigna clave para poder salvar vidas, ayudando a las personas con la detección y bloqueo de más mentiras acarreadas por la “desinfodemia”. El periodismo profesional, consagrado a la publicación de datos comprobados y de opiniones informadas, ha brindado a las personas una alternativa a la desinformación y ha ayudado a desenmascarar las falsedades. Bajo el escrutinio de la opinión pública, el periodismo profesional se opone al contenido oculto, difícil de erradicar, compartido por medio de servicios de mensajería privada.

Muchos medios de comunicación en línea han decidido eliminar sus requisitos de pago y proporcionar, en nombre del interés público, una cobertura gratuita de la pandemia.

#### ¿Qué hace el periodismo profesional?

El periodismo profesional nos ayuda a distinguir lo que creemos que sabemos y lo que no sabemos con certeza. También nos ayuda a mantenernos al tanto de la evolución de la ciencia en relación con el virus, a aprender sobre su prevención y tratamiento, y a conocer las medidas políticas aprobadas a éste respecto.

Así, en medio de la difusión de una teoría conspiratoria según la cual la tecnología 5G habría contribuido a la propagación del coronavirus, el periodismo profesional ha logrado desacreditar ese mito y descubrir quiénes eran sus impulsores.

Los medios de comunicación independientes permiten al público pedir rendiciones de cuenta a las autoridades, así como también contribuyen a garantizar políticas basadas en evidencia y a la aplicación de medidas prácticas transparentes para lidiar con la crisis.

En cambio, la difusión de mensajes por parte de los gobiernos a través de los medios de comunicación públicos jamás podrá ser efectiva si ellos no cuentan con la confianza del público.



El aumento de audiencia experimentado por los medios de comunicación ha venido a confirmar el servicio inestimable que ellos prestan al público en el contexto de ésta crisis.

[International Media Support](#), ha constatado, entre sus miembros:

- Un 49% de incremento de audiencia para el sitio de noticias Árabe DARAJ.
- 2.500.000 visitas durante la sesión de Facebook Live organizada por Rappler sobre el COVID-19.
- Un 25% de aumento de audiencia para el periódico iraquí Al Menasa.

Las principales compañías de noticias también han visto aumentar su tráfico web. El New York Times y The Washington Post, por ejemplo, registraron un [aumento](#) en su sitio web del 50% en un mes.

Del mismo modo, el tráfico del sitio web del Financial Times creció un 250% en un mes, en comparación con el año precedente. La [página de seguimiento](#) del Financial Times de noticias sobre el coronavirus, que registra los números diarios de muertes resultantes de COVID -19, se [ha convertido en el artículo más visto en su sitio web](#).

El número de visitantes únicos a la página web de The Guardian [casi se ha duplicado](#), de un récord de 191 millones en febrero de 2020 a 366 millones en marzo. Este aumento también se reflejó en el número de sus páginas web vistas: 2.17 billones de páginas vistas en marzo de 2020. Es decir, 750 millones más que su récord precedente.

Un estudio realizado por el [Instituto Reuters](#) descubrió que el 60% de los encuestados en seis países declararon que los medios de comunicación les habían ayudado a comprender la pandemia, señalando, además, confiar significativamente más en los medios informativos que en las informaciones recibidas por medio de las redes sociales.



## ¿Qué dicen los líderes sobre el rol de los periodistas en la lucha contra el COVID-19?

“Reconozco la labor de los periodistas y los verificadores de datos frente a esta montaña de historias engañosas y publicaciones en las redes sociales”.

--[Secretario General de las Naciones Unidas, António Guterres](#), 14 de abril de 2020.

“En un mundo sumamente interdependiente, como ha puesto de manifiesto esta crisis, toda amenaza o todo ataque contra la diversidad y la libertad de prensa, y contra la seguridad de los periodistas, nos concierne a todos. Hoy insto a que se redoblen estos esfuerzos. En este momento crucial y para el futuro, necesitamos una prensa libre y los periodistas deben poder contar con todos nosotros”.

--[Audrey Azoulay, Directora General de la UNESCO](#), con motivo del Día Mundial de la Libertad de Prensa, 3 de mayo de 2020

“Los medios de comunicación libres, independientes y pluralistas desempeñan un papel indispensable para informar al público durante la crisis actual del COVID-19. Todos tienen derecho a información comprensible, accesible, oportuna y confiable sobre la naturaleza y el nivel de la amenaza que el COVID-19 representa para su salud, y así, les permita seguir orientaciones, basadas en evidencia, sobre cómo mantenerse a salvo”.

--[Grupos de Amigos sobre la Seguridad de Periodistas](#) en la UNESCO, las Naciones Unidas en Nueva York y Ginebra, y la OSCE, 15 de abril de 2020.

“En estas circunstancias, nuestra responsabilidad como editores y periodistas es más importante que nunca. Es probablemente el mayor desafío que hemos enfrentado en los últimos 100 años. Los ciudadanos de todos los países ahora tienen una mayor necesidad de nuestro trabajo periodístico...nunca habíamos sido tan necesarios. Nunca ha sido tan obvio nuestro rol de cohesión social, de defender los valores democráticos, de estimular la solidaridad y la conciencia pública. Nunca ha sido tan grande nuestro deseo de hacer el mejor periodismo. Nuestro compromiso con la verdad nunca ha sido tan loable. Es un deber social y ético indispensable”.

--[Fernando de Yarza López-Madrado, Presidente de WAN-IFRA](#), 30 de marzo de 2020.

En países de todo el mundo, el periodismo está siendo considerado como un “servicio esencial”, y los periodistas como “trabajadores esenciales”, con permiso para continuar con su labor informativa, la presentación de informes y exentos de las restricciones de movimiento. En algunos lugares, el periodismo incluso ha sido catalogado como un “servicio de emergencia”.

Este reconocimiento de la vocación esencial del servicio público del periodismo también ha sido promovido por los principales [periódicos](#) y [medios de comunicación](#). En el futuro, los medios de servicio público tendrán un rol más clave que nunca.

## IV. Algunas medidas regulatorias han dado lugar a nuevas restricciones de los derechos humanos

La cura de la desinfección depende de la posibilidad de reforzar el pensamiento crítico de los ciudadanos y de aumentar la disponibilidad de información comprobada (y no disminuirla).

[Un nuevo informe](#) del Relator Especial de la ONU, David Kaye, ha resaltado que el acceso a la información, los medios independientes y los derechos relativos a la libre expresión son fundamentales para hacer frente a los desafíos de la pandemia. Estos elementos tienen un papel clave en el proporcionamiento de información que puede salvar la vida de las personas y en el combate contra la desinformación

El informe, junto con las recientes [orientaciones sobre](#) el COVID-19 de la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (ACNUDH), subraya que toda información relevante sobre el COVID-19 debe llegar a todas las personas, el acceso a Internet es esencial, y que los periodistas y medios de comunicación deben ser capaces de informar sobre la pandemia sin temor ni censura.

[Un informe de política](#) del Secretario General de la ONU destacó que la crisis de salud pública del COVID-19 ha llevado a una “crisis de derechos humanos con un impacto relacionados con una serie de [derechos humanos](#), incluyendo los derechos a la libertad de expresión, el acceso a la información, y la privacidad.

En medio de la urgencia por abordar la crisis de salud pública, más de 80 gobiernos de todo el mundo han declarado el estado de emergencia. La mayoría de estos países no han notificado a las Naciones Unidas sobre la adopción de esta medida, como lo exige el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, y muchas de las medidas de emergencia carecen de cláusulas de “extinción”.

Si bien las restricciones temporales al ejercicio de los derechos humanos por motivos de salud pública pueden ser legítimas en virtud del derecho internacional. Sin embargo, en muchos casos se ha constatado que estas medidas han tenido repercusiones desproporcionadas, y han fallado en cumplir con los requisitos establecidos para la restricción de estos derechos. Para que la limitación de un derecho humano sea legítima, el derecho internacional requiere que esta restricción 1) se encuentre en la ley; 2) sea necesaria para alcanzar el objetivo propuesto, y 3) cumpla un propósito legítimo, de acuerdo con el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos.



## V. Para mantener el público informado, los periodistas está poniendo en riesgo su propia seguridad

Los periodistas se encuentran en primera línea en la lucha contra la distorsión de la verdad. A la luz de su rol esencial, su seguridad debe ser garantizada.

Para que los periodistas puedan seguir cubriendo la situación de los derechos humanos en el contexto del COVID-19, la [Corte Interamericana de Derechos Humanos](#) ha pedido que se brinde protección especial a los periodistas y defensores de los derechos humanos.

La necesidad de garantizar la seguridad de periodistas también ha sido enfatizada por una declaración conjunta de los [Grupos de Amigos sobre Seguridad de Periodistas en Nueva York, Ginebra, Viena y París](#). La declaración, firmada conjuntamente por 41 Estados miembros de todas las regiones, expresó su preocupación por la seguridad de periodistas, desde el arresto hasta las amenazas físicas y psicológicas, y agradeció los esfuerzos para protegerla.

Informar sobre el COVID-19 ha incrementado los riesgos para la seguridad de periodistas en todas sus dimensiones:

### **Seguridad física**

Al momento de informar, los periodistas ponen en riesgo su salud debido a la falta de equipos de protección personal, incluyendo guantes y mascarillas.

Al menos 16 periodistas han muerto por causa del COVID-19, [informa](#) el Instituto Poynter, mientras que las autoridades en la India [indicaron](#) que 53 periodistas (de una muestra de 167) han dado positivo al test del coronavirus en Mumbai.

Periodistas de todo el mundo también se han visto violentados por ataques físicos y al acoso como consecuencia de la cobertura de la pandemia, especialmente por haber informado de los múltiples abusos cometidos por las fuerzas de seguridad.

### **Seguridad jurídica**

Periodistas en todo el mundo han sido arrestados y detenidos, a menudo como consecuencia de la adopción de restricciones legales demasiado amplias, justificadas como necesarias para contrarrestar la propagación de información falsa o errónea relacionada con el COVID-19.

En muchos casos, los periodistas fueron detenidos o arrestados luego de plantear preguntas sobre las limitaciones de las estadísticas oficiales, o por haber facilitado el debate sobre las restricciones existentes o sobre el suministro de equipos médicos.

Informar sobre los hechos de corrupción y sobre las agresiones sufridas de parte de funcionarios del Estado en el contexto de controles ligados al COVID-19 se ha vuelto peligroso.

El Instituto Poynter ha registrado más de 300 personas en 40 países detenidas y acusadas de difundir información falsa sobre el COVID-19. La mayoría de las detenciones ocurrieron en la región de Asia y el Pacífico y se trata mayoritariamente de arrestos de periodistas.

Al menos 38 periodistas han sido detenidos y/o arrestados en relación con la cobertura del COVID-19 según el [Instituto de Prensa Internacional](#).

### **Seguridad psicológica**

Los periodistas se encuentran enfrentados a una mayor presión, en razón de horarios extendidos, el flujo interminable de datos, el temor por su seguridad laboral, y por el trauma de deber informar sobre una enfermedad grave. Algunos dirigentes políticos han emitido duros ataques verbales en contra de periodistas autores de reportajes críticos.

### **Seguridad digital**

El aumento de la vigilancia y la piratería en línea ha socavado la capacidad de los periodistas para garantizar la confidencialidad de sus fuentes. Al mismo tiempo, algunos gobiernos han tomado medidas enérgicas para acabar con los lanzadores de alerta.

Los bloqueos frecuentes de Internet y las redes sociales también han obstaculizado la capacidad de los periodistas para informar y comunicar.

A medida que la actividad en línea ha aumentado durante este período, las mujeres periodistas, que generalmente sufren de un mayor acoso en línea, enfrentan aún más riesgos.

El Comité para la Protección de Periodistas ha publicado un [Aviso de seguridad para cubrir el brote de coronavirus](#) que brinda orientación a periodistas sobre estos temas.



## VI. El impacto económico del COVID-19 puede representar una amenaza existencial para el periodismo

Las amenazas a la libertad de prensa y a la seguridad de los periodistas llegan en un momento en que el estrés económico de la crisis está empujando a muchas organizaciones de medios al borde de la extinción, exactamente en el momento en que más se necesitan.

Las consecuencias económicas de la pandemia han llevado al Fondo Monetario Internacional a [predecir](#) que 2020 verá la peor recesión económica desde la Gran Depresión en la década de 1930. La Organización Internacional del Trabajo [espera](#) una pérdida equivalente a 195 millones de puestos de trabajo a tiempo completo.

En este contexto, las organizaciones mediáticas han sido duramente golpeadas.

A pesar del crecimiento récord de los índices de audiencia, la salud de la industria de los medios de comunicación está en riesgo.

Los ingresos por publicidad han caído repentinamente. El Foro Mundial sobre el Desarrollo de Medios ha reportado que algunos de sus miembros han visto una baja del 70% en ingresos publicitarios.

El momento actual ha sido descrito como una “[extinción de los medios](#)”.

En algunos casos, las organizaciones mediáticas han doblado sus operaciones, y algunas organizaciones, especialmente las locales, podrían no ser capaces de sobrevivir. En el Reino Unido, The Guardian informó sobre la advertencia hecha por la Asociación Nacional de Radios Comunitarias acerca de que un tercio de las estaciones de radio comunitarias corren el riesgo de ser clausuradas, situación que es aún más frágil en los países donde los medios de comunicación locales cuentan con aun menos recursos.

Las organizaciones mediáticas que se encojen pueden no recuperarse nunca, creando así desiertos de noticias para el público. El riesgo es que la desinformación venga a llenar el vacío.

Entre los medios que logran sobrevivir, la caída de sus ingresos por concepto de publicidad privada puede poner en peligro su capacidad de proporcionar una cobertura independiente.

En muchos países, la falta de ingresos suficientes por concepto de publicidad privada ha tenido por consecuencia que las organizaciones mediáticas dependan excesivamente de los anuncios gubernamentales. Algunas han sido víctimas, o han caído en manos de los “barones de los medios”, que utilizan sus adquisiciones para ejercer influencia política a expensas de la cobertura al servicio del interés público. La crisis actual podría empeorar estas tendencias.

## VII. En medio de la crisis, hay nuevas oportunidades para defender el periodismo

La crisis provocada por la pandemia del COVID-19 puede tener un impacto a largo plazo en el acceso a la información y la libertad de prensa en todo el mundo.

En efecto, la crisis podría conducir a más restricciones y más peligro para los periodistas, e incluso, a la supresión del derecho de la prensa a impartir información y del derecho de las personas a buscar y recibir información.

A pesar de lo anterior, este momento también ofrece una oportunidad para reconocer el periodismo como un elemento esencial de nuestras vidas y para fortalecer los medios de comunicación ahora y en los años venideros.

Durante estos tiempos difíciles, los actores y grupos interesados deben luchar por defender:

**Derechos Humanos:** Los esfuerzos para luchar contra la “desinfodemia” deben respetar las normas internacionales de derechos humanos, incluidos los derechos a la libertad de expresión, el acceso a la información, y a la privacidad. Cualquier nueva restricción debe ser necesaria y proporcionada, de acuerdo con la ley y el momento.

La libertad de expresión también debe protegerse de manera proactiva. Las posibles acciones que pueden adoptar las autoridades en esta área pueden incluir apoyar el periodismo de muchas maneras, así como practicar la transparencia y respetar la privacidad en línea con los estándares internacionales.

Los operadores judiciales de todo el mundo deberían disfrutar de la independencia para garantizar que todas las medidas legales y administrativas en sus países respeten estas normas.

Los periodistas pueden ser ayudados con apoyo legal cuando se infringen sus derechos, por ejemplo, mediante el nuevo Fondo para la Defensa de Medios administrado por la UNESCO.

**Acceso y Accesibilidad:** La información fidedigna y vital debe estar disponible por medio de una divulgación proactiva por parte de los gobiernos. Esto incluye la publicación de las fuentes de datos abiertos, con el debido respeto a las cuestiones de privacidad individuales, y la transparencia en cuanto al gasto público relacionado con la pandemia y sus impactos.



El acceso a la conexión a Internet debería ser abierto y amplio. Es cada vez más urgente cerrar las brechas digitales entre hombres y mujeres, mayores y jóvenes, países desarrollados y en desarrollo.

**Conocimiento:** El mundo necesita más información como fundamento del conocimiento. Se debe poner un gran énfasis en la promoción de la ciencia y las políticas basadas en datos, y en la contribución del periodismo a las mismas.

**Compromiso y empoderamiento:** La cobertura sobre la crisis puede educar e informar, promover soluciones y paz, y estimular la participación ciudadana y la responsabilidad gubernamental. La alfabetización mediática e informacional, incluyendo las escuelas y universidades, puede suministrar a los individuos el pensamiento crítico necesario a la lucha contra de la “desinfodemia”.

**Transparencia:** Las empresas de tecnología deben dar prueba de transparencia sobre sus luchas contra la “desinfodemia”, y sus decisiones sobre el contenido deben respetar normas internacionales de derechos humanos.

**Solidaridad:** Para sostener la industria de las noticias, se debe ofrecer apoyo a las organizaciones mediáticas:

- Las empresas de tecnología: por medio de donaciones, compartiendo los ingresos por anuncios de publicidad, y
- Los gobiernos: mediante la inclusión en los paquetes de rescate económico, desgravaciones fiscales, subsidios, donaciones o paquetes de estímulo.
- Las garantías de independencia editorial y pluralidad de medios deben ser parte del paquete.

**Cooperación multilateral y de múltiples partes interesadas:** La combinación de fuerzas dentro y entre países es vital ante la pandemia y la “desinfodemia”. La fragmentación de esfuerzos no será suficiente.

**Monitoreo global:** La cooperación en investigación debe reforzarse en todas las regiones del mundo para hacer un seguimiento más completo del impacto de las respuestas de COVID-19 sobre la libertad de prensa.

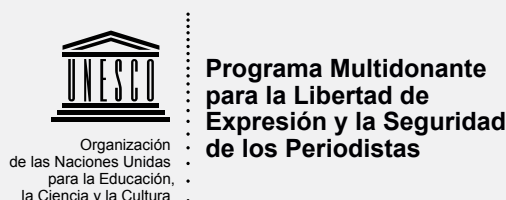
ahora  
no es el  
momento  
de  
la  
tapar  
verdad.

Más que nunca, necesitamos información veraz.  
Más que nunca, necesitamos libertad de prensa.

#covid19#DiaDeLaLibertadDePrensa



Este gráfico es parte de los [materiales de la campaña](#) de la UNESCO para el Día Mundial de la Libertad de Prensa 2020.



## Sobre este resumen

Este resumen forma parte de la serie de la UNESCO [Tendencias mundiales en libertad de expresión y desarrollo de los medios](#), cubre tendencias clave sobre cómo la pandemia del COVID-19 está afectando la libertad de prensa y el periodismo. El informe se produce como parte de la celebración del [Día Mundial de la Libertad de Prensa](#) y está diseñado para servir como referencia a los Estados Miembros de la UNESCO, organizaciones mediáticas, ONG y empresas de Internet.

La fuente utilizada para los encabezados fue desarrollada específicamente para la campaña “FACTS” para la celebración del Día Mundial de la Libertad de Prensa 2020.

Para obtener una lista de los recursos que informaron este informe, por favor visite “Tendencias mundiales en la libertad de expresión y el desarrollo de los medios de comunicación”.

<https://en.unesco.org/world-media-trends>

Ver también: Centro de Recursos de la UNESCO sobre las respuestas al COVID-19 con el hipervínculo <https://en.unesco.org/covid19/communicationinformationresponse/mediasupport>

Foto de cubierta: Nidal Alwahidi  
Diseñador gráfico: Marc James

Publicado en 2020 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 7 place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, Francia ©UNESCO. Este documento está disponible en Acceso Abierto bajo la Licencia Attribution-ShareAlike 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO). Al usar el contenido de esta publicación, los usuarios aceptan las condiciones de utilización del Repositorio UNESCO de Acceso Abierto. Las denominaciones utilizadas en esta publicación y el material presentado en ella no suponen la expresión de opinión alguna por parte de la UNESCO sobre la condición jurídica de países, territorios, ciudades o zonas, ni sobre sus autoridades, ni tampoco sobre la delimitación de sus fronteras o límites. Las ideas y opiniones expresadas en esta publicación son las de los autores y no reflejan necesariamente el punto de vista de la UNESCO ni comprometen a la Organización.

