

LA UNIÓN EUROPEA Y LA DESINFORMACIÓN

Juan Miguel EVANGELISTA PINTADO



N un artículo anterior pudimos adentrarnos en el mundo de la desinformación desde sus fundamentos etimológicos, vislumbrando lo que podemos definir como desinformación y pasando de forma superficial por el estado de la cuestión a través de los avances más significativos que se han producido en este entorno con vistas a limitar su difusión.

En este último año y debido sustancialmente a la pandemia provocada por el COVID 19, la desinformación «está de moda» y está proliferando tanto o más que la propia enfermedad. Estamos advirtiendo como desde diversos sectores, incluida la propia Organización Mundial de la Salud (OMS), se reclaman actuaciones para frenar esta «infodemia» (1), que en las situaciones más extremas está causando muertes a las que podríamos atribuir el apelativo de «muertes por desinformación», como es el caso de las muertes en Irán provocadas por la ingesta de alcohol deficientemente destilado, atendiendo a las recomendaciones que atribuían al alcohol dotes curativas ante el coronavirus (Fundación IO, 2020).

En este contexto global que se propaga más allá de las fronteras de los países, es necesario coordinar esfuerzos para frenar la desinformación y es en

(1) La OMS explica que la infodemia es una cantidad excesiva de información sobre un problema, que dificulta la identificación de una solución. Puede propagar desinformación y rumores durante una emergencia de salud y puede obstaculizar una respuesta eficaz de salud pública y crear confusión y desconfianza entre las personas. A ella se refería el director general de la OMS Tedros Adhanom Ghebreyesus durante una reunión en Munich a mediados de febrero (UN Department of Global Communications, 2020).

este empeño donde una institución supranacional como es la Unión Europea (UE) puede y debe jugar un papel primordial para adoptar posturas homogéneas y de amplio consenso.

En este artículo se analizarán las acciones más importantes que la UE ha llevado a cabo desde que comenzó a trabajar en esta esfera, focalizadas esencialmente en contrarrestar las campañas de desinformación provenientes de Rusia como instrumento indiscutible de la denominada guerra híbrida o amenazas híbridas. Para ello se abordarán las recomendaciones y medidas implantadas, así como el análisis de su afiliación y repercusión en España.

Los primeros pasos de la UE ante la desinformación

El despertar de la Unión Europea ante la desinformación se iniciaba en marzo de 2015 cuando el Consejo Europeo alertaba de la necesidad de tomar medidas ante las campañas de desinformación al hilo de la intervención de Rusia en Ucrania. Se instaba al Alto Representante, en coordinación con los Estados miembros, a desarrollar un «Plan de Comunicación Estratégica» y a adoptar, como primer paso, la creación de un equipo de comunicación (Consejo Europeo, 2015).

Ese mismo mes se creaba la East Strategic Communications Task Force dentro del Servicio Europeo de Acción Exterior (EEAS), cuya misión principal es el desarrollo de elementos de comunicación y campañas informativas orientadas a explicar mejor las políticas de la UE en los países de la zona Oriental, así como informar y analizar las tendencias de desinformación, explicar y corregir las narrativas de desinformación y crear conciencia sobre la desinformación proveniente del Estado ruso, el idioma ruso y los medios de comunicación locales del este (EEAS, 2018).

Continuando el avance en este ámbito, en mayo de 2016 el Alto Representante generaba el «Marco Conjunto para Contrarrestar las Amenazas Híbridas», que incluía una serie de medidas necesarias para la mejora en el plano de la desinformación:

- Creación de una Célula de Fusión contra la Amenaza Híbrida de la UE dentro de la estructura existente del Centro de Situación e Inteligencia (INTCENT) de la UE, capaz de recibir y analizar información de fuentes abiertas y clasificadas sobre amenazas híbridas. Así mismo se instaba a los países a generar dentro de sus estructuras de información una célula en el mismo dominio para garantizar la cooperación y la comunicación segura con la célula de la UE.
- Buscar formas de coordinación entre la UE y los Estados miembros para mejorar la comunicación estratégica y hacerla más proactiva optimizando la monitorización de los medios.

- Conveniencia del establecimiento en los Estados miembros de un Centro de Excelencia (COE) contra la Amenaza Híbrida, centrado en investigar las estrategias híbridas, y que podría alentar el desarrollo de nuevos conceptos y tecnologías dentro del sector privado y la industria, para ayudar a los Estados miembros a desarrollar su resiliencia. Estos centros formarían una red que permitiría coordinar esfuerzos y políticas dentro de la UE y la OTAN (Unión Europea, 2016).

Como consecuencia del desarrollo de este marco se creaba en 2016 la Célula de Fusión contra las Amenazas Híbridas dentro del EEAS, incorporándose a la división de análisis del INTCEN, que, junto con el EU Military Staff Intelligence Directorate y en el marco de la Capacidad Única de Análisis de Inteligencia (SIAC), proporciona análisis y alerta temprana al EEAS, a la Comisión, al Consejo y a los Estados miembros. El principal propósito de esta célula es analizar, compartir e intercambiar información relativa a las amenazas híbridas y dentro de estas se encuentran las campañas de desinformación (EEAS, 2017).

En 2017 se creaba en Helsinki el Centro Europeo de Excelencia para la Lucha contra las Amenazas Híbridas (Hybrid COE), que, si bien no pertenece a la UE, sí que responde al llamamiento efectuado en el marco citado anteriormente y sirve como plataforma de colaboración entre los países miembros, la UE y la OTAN en la defensa contra las amenazas híbridas (Hybrid COE, 2019).

En enero de 2018, la Comisión Europea reunió un grupo de expertos de alto nivel (2) (*High Level Expert Group*, HLEG) para asesorar sobre las posibles iniciativas políticas para contrarrestar las noticias falsas y su diseminación en línea. El principal entregable del HLEG fue un informe destinado a proponer las mejores prácticas ante este fenómeno (HLEG, 2018). El HLEG finalizó su análisis en marzo y advertía a la Comisión sobre el peligro de adoptar soluciones simplistas, señalando que cualquier forma de censura, ya fuera pública o privada, debía evitarse. Las medidas recomendadas se estructuraban en cuatro campos de actuación:

- Aumentar la transparencia del ecosistema digital *online* y promover la alfabetización mediática para contrarrestar la desinformación y ayudar a los usuarios a navegar en el entorno informativo.

(2) «The HLEG consisted of 39 members. Its members had different backgrounds, including academia and journalism, written press and broadcasting organizations, online platforms as well as civil society and fact-checking organizations. The HLEG's tasks were to advise the Commission on all issues arising in the context of false information spread across traditional and social media and on possible ways to cope with its social and political consequences» (HLEG, 2018).

- Desarrollar herramientas para capacitar a usuarios y periodistas y fomentar un compromiso positivo con la rápida evolución de las tecnologías de la información.
- Salvaguardar la diversidad y la sostenibilidad del ecosistema de los medios de comunicación europeos.
- Medir la efectividad de las respuestas a través del seguimiento continuo del impacto de la desinformación en Europa y el desarrollo de requerimientos de control e informes periódicos.

Dentro del primer campo de actuación se requieren acciones para incrementar la transparencia en lo que respecta a las fuentes de financiación de forma que todos los medios digitales dejen patente quién es el propietario de la información que difunden, así como quién o quiénes son los patrocinadores de esa información. Igualmente, primordial es aumentar la transparencia de las fuentes de noticias *online* y el proceso periodístico por medio del desarrollo de indicadores de transparencia (3) que permitan al lector evaluar de donde viene la información, el propietario y su adherencia a códigos profesionales de conducta y éticas editoriales. Para que estos indicadores sean útiles será preciso su incorporación por parte de los buscadores de contenido en sus algoritmos de búsqueda, de forma que presenten precedentemente aquellas fuentes donde estén presentes estos indicadores.

En este mismo campo, también resulta oportuno incrementar la transparencia y eficiencia de las prácticas de verificación de hechos por medio de la colaboración entre las organizaciones de verificación, de forma que se trasciendan las fronteras entre los Estados miembros y entre los sectores. La meta final debe ser la presencia de un mercado abierto y amplio de verificadores que evite la existencia de un monopolio de la verdad. Para que esta meta sea alcanzable sería deseable el apoyo a la creación de centros europeos interdisciplinarios e independientes de verificación.

Para que la verificación resulte adecuada se debe mejorar el acceso a los datos de las plataformas por parte de los verificadores para permitir identificar los actores involucrados en la diseminación de desinformación y sus estrategias. Esta medida permitiría una mayor transparencia y la identificación de los actores fraudulentos, pudiendo evitar que las agencias publicitarias patrocinaran la desinformación. Como colofón a este segmento y con el objetivo de asegurar una verificación justa e independiente por parte de los verificadores de información, se puede adoptar como primera aproximación la adherencia al

(3) Aunque los indicadores no tienen que ver con la calidad de las noticias, sí que reflejarán un mejor proceso periodístico que al final aumentará la sensación de calidad de las noticias y tenderá a que las empresas de publicidad sitúen sus anuncios en aquellas páginas de mayor calidad, disminuyendo la difusión de la desinformación que quedará relegada a páginas y plataformas residuales (HLEG, 2018, pág. 24).

estándar, ya en funcionamiento, denominado «International Fact Checking Network (IFCN) Code of Principles» (4) al que se encuentran adheridos los verificadores más prestigiosos y que requiere un proceso de acreditación muy riguroso.

Con relación a la alfabetización mediática, quizás uno de los apartados más relevantes, se requieren acciones encaminadas a ajustar las políticas educativas para construir una sociedad resiliente donde predomine el pensamiento crítico ante la información que habilite la defensa ante la desinformación. Por ello es necesario que dentro de los currículos de la educación en toda su extensión se incluya una parcela dedicada a la alfabetización mediática y que esta faceta sea incluida en los informes PISA (5) para valorar su evolución.

Sin embargo, no solo es necesario abordar la alfabetización de los alumnos sino también de profesores y periodistas y para ello será preciso que los gobiernos incluyan en los currículos correspondientes módulos específicos de alfabetización mediática y verificación como parte integral de su formación. Y, por último, será necesario abordar los programas de alfabetización mediática para los ciudadanos de cualquier edad que permitan llegar a toda la población y donde será ineludible la colaboración de todos los actores involucrados en esta tarea, tanto gubernamentales, como no gubernamentales, pudiendo utilizar como modelos algunas de las herramientas que ya están funcionando para los jóvenes, como puede ser el Observatorio Audiovisual Europeo (6) o el grupo de trabajo ET2020 (7).

Pasando a abordar el empoderamiento, será preciso el desarrollo de herramientas *online* que permitan a los usuarios decidir la información a utilizar en función de criterios de calidad y que la información mostrada esté escalada

(4) «This code of principles is for organizations that regularly publish nonpartisan reports on the accuracy of statements by public figures, major institutions, and other widely circulated claims of interest to society. It is the result of consultations among factcheckers around the world and offers conscientious practitioners principles to aspire to in their everyday work» (Comisión Europea, 2018c).

(5) «The Programme for International Student Assessment (PISA) is a triennial international survey which aims to evaluate education systems worldwide by testing the skills and knowledge of 15-year-old students who are nearing the end of their compulsory education» (OECD, 2019).

(6) «The European Audiovisual Observatory is part of the Council of Europe in Strasbourg, France. It is a public service organisation. The Observatory was created in 1992 in order to collect and distribute information about the audiovisual industries in Europe. By making this information available, the Observatory aims at promoting greater transparency and a clearer understanding of the ways in which the audiovisual industries in Europe function, both from an economic and legal point of view» (EAO, 2019).

(7) «Educación y Formación 2020 (ET2020) es un marco estratégico para la cooperación europea en el ámbito de la educación y la formación [...] El objetivo primordial del marco es seguir apoyando el desarrollo de los sistemas de educación y formación en los Estados miembros» (Ministerio de Educación de España, 2018).

en función de esos mismos criterios, así como dotarlos de la oportunidad de elegir fuentes alternativas a una misma noticia. Otra faceta igualmente importante será el empoderamiento de periodistas, por medio de la provisión de herramientas automáticas de verificación de material audiovisual e informes de texto que les permitan trabajar de forma solvente para disminuir el riesgo de difusión de la desinformación y mantener de esta forma su credibilidad. A esta tarea podrá ayudar la creación de grupos de verificación interdisciplinarios que puedan aportar sus servicios tanto a redes sociales como a otros medios de información.

En el campo del proceso a seguir y su evaluación se hace indispensable el establecimiento de un marco de aplicación estructurado, a través de un código de prácticas europeo con una aproximación integral y de amplio consenso, que refleje las responsabilidades de todos los actores principales, especialmente las plataformas online, medios de comunicación, organizaciones de verificación e instituciones de investigación.

Continuando con los avances en el tema que nos ocupa, en el mes de abril de 2018, la Comisión planteó un «enfoque integral europeo para luchar contra la desinformación en los medios online», donde se incluía un código de buenas prácticas válido para toda la UE (8), en línea con lo aconsejado por el HLEG y donde se establecía la necesidad de proteger los procesos electorales contra la desinformación y potenciar la educación tanto a nivel básico como a nivel profesional en este ámbito, así como apoyar un periodismo de calidad y fortalecer las comunicaciones estratégicas (Comisión Europea, 2018a).

En septiembre de 2018, la Comisión expuso un conjunto de medidas necesarias para asegurar que las elecciones europeas se desarrollaran de forma democrática, incluyendo una mayor transparencia de la publicidad política online y la posibilidad de imponer sanciones por el uso ilegal de datos personales para influir deliberadamente en el resultado de las elecciones (Comisión Europea, 2018b).

El 5 de diciembre de 2018 la UE presentó un plan de acción que contempla medidas adicionales para contrarrestar la desinformación y que pone el foco en la exigencia de una gran determinación política y una unidad de acción para poner en funcionamiento todos los estamentos de gobierno que formen parte de la solución (Comisión Europea, 2018d). La base de las acciones a desarrollar dentro este plan se establece sobre cuatro pilares fundamentales:

(8) Este código recoge el compromiso de los signatarios en el análisis del posicionamiento de anuncios, la publicidad política y sobre aspectos concretos, la integridad de los servicios, el empoderamiento de los consumidores y por último el empoderamiento de la comunidad investigadora. Este código ha sido suscrito por las principales plataformas online; *Google, Facebook, Twitter, Mozilla* y más recientemente Microsoft. En el sector publicitario se han adherido las siguientes asociaciones: Federación Mundial de Anunciantes, Asociación Europea de Agencias de Comunicación y Agencia Europea de Publicidad Interactiva (Comisión Europea, 2018c).

- Mejorar las capacidades de las instituciones de la Unión Europea para detectar, analizar y contrarrestar la desinformación, potenciando la EEAS East Stratcom Task Force, las delegaciones de la Unión en los países vecinos, y la EU Hybrid Fusion Cell.
- Reforzar una respuesta conjunta y coordinada contra la desinformación, por medio del establecimiento, en cooperación con los Estados miembros, de un sistema de alerta para hacer frente a las campañas de desinformación.
- Movilizar el sector privado para luchar contra la desinformación. Las acciones en este campo están dirigidas a permitir a la Comisión una monitorización continua de la aplicación del código de buenas prácticas, para lo cual se apoyará en el European Regulators Group for Audio-visual Media Services (9) que debe generar informes periódicos de las medidas adoptadas.
- Elevar la concienciación y la resiliencia de la sociedad. Este es un elemento esencial y para su consecución se llevarán a cabo campañas de concienciación para el público en general y sesiones de aprendizaje para los medios de comunicación y sus componentes, se apoyará la creación de equipos de verificadores de contenido independientes, multidisciplinarios, con conocimiento específico de los entornos locales de información, para detectar y sacar a la luz campañas de desinformación en diferentes redes sociales y medios digitales y anualmente se llevarán a cabo unas jornadas de Alfabetización Mediática para fomentar la cooperación. Por último, se insta a los Estados miembros a implementar rápidamente las disposiciones de la Directiva de Servicios de Medios Audiovisuales (AVMSD), en lo que atañe a la alfabetización mediática (10).

Poco después del lanzamiento del plan anterior se conocía la puesta en marcha de FactCheckEU, un proyecto de colaboración entre los firmantes europeos del código de principios de la Red Internacional de Verificación de Información (IFCN) de cara a las elecciones europeas de 2019. El proyecto, que contó con 19 medios europeos de 13 países diferentes, se presentaba como un recurso, pero también como una iniciativa para mantener la estabilidad democrática dentro de la Unión Europea.

(9) «The European Regulators Group for Audiovisual Media Services brings together heads or high-level representatives of national independent regulatory bodies in the field of audiovisual services, to advise the Commission on the implementation of the EU's Audiovisual Media Services Directive (AVMSD)» (ERGA, 2018).

(10) «Artículo 33 bis 1. Los Estados miembros promoverán y tomarán medidas para el desarrollo de las capacidades de alfabetización mediática» (Parlamento Europeo, 2018, pág. 91).

En octubre de 2019 se publicaban los primeros informes anuales de autoevaluación de *Facebook*, *Google*, *Microsoft*, *Mozilla*, *Twitter* y siete asociaciones comerciales europeas con arreglo al código de buenas prácticas en materia de desinformación, donde se recogían los progresos efectuados por los signatarios del código en la lucha contra la desinformación *online* (Comisión Europea, 2019).

El 1 de junio de 2020, el Observatorio Europeo de Medios Digitales (EDMO) iniciaba su andadura. Un proyecto financiado por la Unión Europea que reúne a verificadores de datos, expertos en alfabetización mediática e investigadores para entender y analizar la desinformación, en colaboración con medios de comunicación, plataformas en línea y profesionales de la alfabetización mediática (EDMO, 2020).

El 18 de junio el Parlamento Europeo aprobaba el establecimiento de una comisión especial sobre interferencia extranjera en todos los procesos democráticos en la UE, incluida la desinformación, cuyo objetivo es identificar potenciales medidas en el ámbito de las redes sociales, establecer una estrategia coordinada frente a las amenazas híbridas y contrarrestar las campañas de comunicación que desde terceros países buscan socavar la credibilidad y estabilidad de la UE (Parlamento Europeo, 2020).

En septiembre se publicaba la evaluación del código de buenas prácticas por parte de la Comisión Europea, en base a dos informes, el primero remitido por el ERGA como responsable de la monitorización de este código y el segundo llevado a cabo por la consultora externa Valdani, Vicari, and Associates (Comisión Europea, 2020a) contratada para el análisis independiente del código de buenas prácticas. En este informe se reflejan los logros y deficiencias del código y su margen de mejora (Comisión Europea, 2020b).

El 2 de diciembre salía a la luz el «Plan de Acción para la Democracia Europea», que surgía en parte a raíz de los estudios de la comisión especial contra la desinformación y que tiene como objetivo el empoderamiento de los ciudadanos y la construcción de sociedades democráticas más resilientes en el seno de la Unión Europea. Este plan de acción basa su actuación en tres pilares fundamentales; promover elecciones libres y justas, reforzar la libertad de los medios de comunicación y la lucha contra la desinformación (Comisión Europea, 2020c).

Por último, en abril de este año se publicaba el Eurobarómetro 94 sobre opinión pública en la Unión Europea, encuesta elaborada sobre 32.743 ciudadanos de los 27 países de la UE, de los cuales 1.007 eran españoles (Comisión Europea, 2021).

Resultados

Como se ha podido comprobar muchas han sido las recomendaciones que han emanado de la UE y algunas las medidas adoptadas, pero su aplicación y

resultados han sido dispares, debido principalmente a la cantidad de actores involucrados. En este apartado analizaremos como se han comportado estas medidas para frenar la desinformación, intentando focalizarnos en su impacto en la realidad española.

Para comenzar, a pesar de los esfuerzos realizados por la UE y en base a los resultados obtenidos de la encuesta del Eurobarómetro estándar 94, realizado entre los meses de febrero y marzo de este año, podemos constatar que la exposición de los españoles a la desinformación continúa siendo alta, con más de un 83 por 100 de los encuestados que asegura recibir a diario informaciones que distorsionan la realidad o que son falsas, frente a un 71 por 100 en el entorno global de la UE (Comisión Europea 2021).

Una de las primeras advertencias que hacía el informe del HLEG era la necesidad de no abordar la lucha contra la desinformación por medio de la censura. Durante los meses de confinamiento pudimos comprobar como la simple insinuación por parte del ejecutivo español de la «monitorización de las redes sociales» para buscar acciones de desinformación, así como unas declaraciones controvertidas del jefe del Estado Mayor de la Guardia Civil desataron todo un aluvión de críticas en defensa de la libertad de expresión, que elevó el conflicto y la polarización en las redes sociales (11).

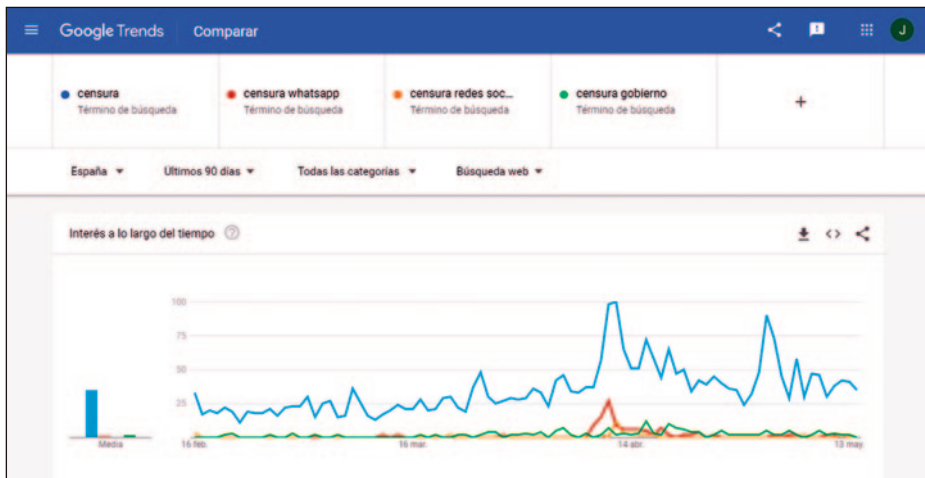


Ilustración 1. Grado de popularidad de las búsquedas relacionadas con «censura» en España. (Gráfico obtenido de *Gooble Trends*)

(11) En la ilustración 1 podemos apreciar como las búsquedas *web* en España relacionadas con el término «censura» llegaron a ser *Trendic Topic* entre el 11 y el 19 de abril, coincidiendo con declaraciones del ministro de Interior y el jefe del Estado Mayor de la Guardia Civil.

Abordando los resultados del código de buenas prácticas a partir del primer informe anual publicado a finales del mes de octubre de 2019 y subsiguientes podríamos aseverar que, aunque los signatarios han avanzado en sus requerimientos, los avances han sido inferiores a los esperados y se considera necesario la adopción de una postura más proactiva. En este sentido los comisarios de Justicia, de Seguridad y de Economía y Sociedad Digitales de la UE destacaban lo siguiente:

«[...] elogiamos el compromiso de las plataformas en línea por hacer más transparentes sus políticas y por establecer una cooperación más estrecha con los investigadores, los verificadores de datos y los Estados miembros. No obstante, el grado de progreso varía mucho entre signatarios y los informes ofrecen poca información sobre el impacto real de las medidas autorreguladoras adoptadas a lo largo del pasado año, así como sobre los mecanismos para un análisis independiente. [...] Persisten la propaganda y la desinformación automatizadas a gran escala y es preciso seguir trabajando en todos los ámbitos contemplados en el Código. [...] Si bien los esfuerzos de las plataformas en línea y los verificadores de datos pueden reducir la viralidad nociva a través de los servicios de las plataformas, sigue siendo urgente que estas establezcan una cooperación constructiva con una muestra más amplia de organizaciones fiables e independientes» (Comisión Europea, 2019).

Los resultados extraídos por los responsables de la propia UE se pueden extraer en los siguientes puntos:

- Existe una mayor transparencia de los signatarios a la hora de aplicar el código.
- Las medidas adoptadas para empoderar a los usuarios y a los investigadores se muestran insuficientes.
- El alcance de las medidas adoptadas y su aplicación varía significativamente entre las plataformas.
- El detalle de los informes es muy variable entre plataformas y si bien se dan datos concretos de la aplicación de las políticas, no existen datos de su repercusión en los efectos deseados.

Profundizando un poco más en este análisis y con apoyo del informe «EU Code of Practice on Disinformation: Briefing Note for the New European Commission» realizado por el Think Tank Carnegie en marzo de 2020 (Pamment, 2020) se puede resaltar el avance de los signatarios del código en áreas como la identificación y archivado de publicidad política, donde tanto *Facebook*, *Google*, como *Twitter* han generado espacios dedicados donde se almacenan los anuncios publicados, así como el gasto en publicidad política y su financiación.

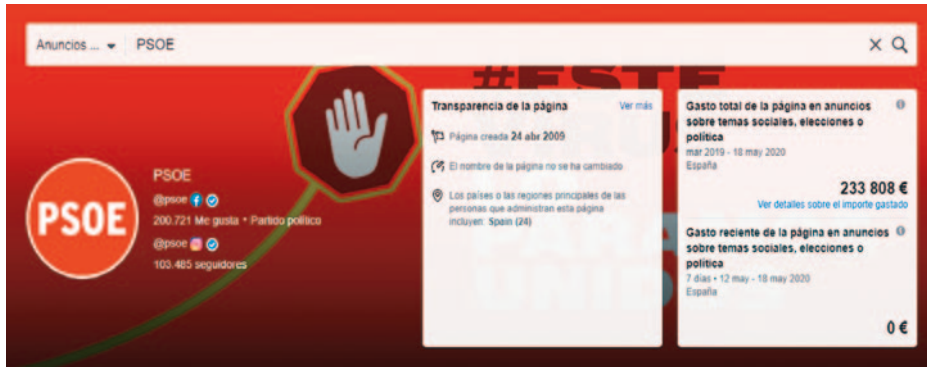


Ilustración 2. Ejemplo de informe extraído de la biblioteca de anuncios de *Facebook*. (*Facebook*, 2020)

También se ha avanzado en el acceso a los datos suprimidos, permitiendo tanto *Twitter* como *Facebook* el acceso a estos datos por parte de terceros para su investigación.

Otro de los campos donde se ha evolucionado, aunque en menor medida, es la identificación y el etiquetado de la desinformación, en este sentido los verificadores independientes han sido la opción de plataformas como *Facebook* para soslayar la necesidad de erigirse en garantes de la verdad, rol que pocos están dispuestos a asumir. *Facebook*, se apoya en agencias de verificación que forman parte de la International Fact Checking Network, asociación que, en principio, es avalista de la imparcialidad y rigurosidad de sus socios. Para que este sistema funcione, tal y como aconseja el HLEG en su informe, el número de agencias de verificación existentes en un país y adheridas a esta red debe ser numeroso, cosa que no ocurre en España, donde solo tres forman parte de esta red, *Newtral*, *Maldita.es* y en el mes de marzo de 2020 consiguió la acreditación *EFE Verificación*. De estas tres solo las dos primeras han trabajado para *Facebook* desde el principio y posteriormente se ha unido la Agencia EFE, con menor intensidad y con una dedicación menos profusa a la verificación (12).

Este duopolio de la verdad ha provocado grandes tensiones en los meses álgidos de la pandemia, en un momento donde las críticas por la gestión del gobierno de la crisis se multiplicaban y donde el porcentaje de desmentidos que «aparentemente» favorecían al gobierno y sus socios parecían superar a los desmentidos que les perjudicaban (13). Esta situación ha puesto en

(12) El 28 de mayo se unía *EFE Verificación* a la verificación de *Facebook* en España.

(13) A partir del análisis de 621 desmentidos publicados por el verificador *Maldita.es* en su sección *Maldito Buló* desde el 1 de marzo al 20 de mayo de 2020.

entredicho la credibilidad e imparcialidad de estas agencias de verificación que si bien pueden actuar siguiendo los criterios de rigurosidad que les demanda su pertenencia a la IFCN, tienen libertad para acometer la investigación de una u otra noticia (ya que sería imposible abordarlas todas) bajo criterios que, si bien se encuentran recogidos en su metodología, resultan poco transparentes para los usuarios.

Otros ejemplos del avance en la verificación lo podemos encontrar en el «Fact check explorer» desarrollado por *Google* y que permite enlazar las búsquedas con los artículos publicados por distintos verificadores según el idioma y el país, adoleciendo en el caso de España del mismo problema anterior, la falta de pluralidad de verificadores, aunque en este caso a los tres existentes se une la agencia de noticias AFP en español.

Uno de los aspectos en los que los signatarios han puesto mayor empeño (dinero) es el apoyo a la alfabetización mediática en dos direcciones, por un lado, enfocada en el periodismo de calidad por medio de programas como el *Facebook's Journalism Project* o el *Google News Initiative* y por otro en la ciudadanía en general con iniciativas como la liderada por *Fondazione Mondo Digitale* o «Educational» de Naciones Unidas.

En cuanto a las mejoras propuestas, cabría destacar que el primer paso necesario es clarificar los términos que se usan en este ámbito, ya que su homogeneidad es imprescindible para que las medidas adoptadas vayan en la misma dirección, así mientras la UE utiliza el término desinformación, *Facebook* habla de «coordinated inauthentic behavior», *Google* «influence operations» y «misrepresentation» y *Twitter* utiliza términos como «malicious automation, inauthentic activities, and information operations». Este uso no es causal y tiende a amoldar los requerimientos de la UE a las políticas seguidas por las distintas plataformas para la eliminación y etiquetado de contenido.

Por otro lado, los datos aportados por las plataformas carecen del detalle necesario para que se pueda valorar realmente el esfuerzo realizado dentro de lo exigido por la UE y más allá de las actuaciones llevadas a cabo bajo la política de funcionamiento que dicta cada una de las plataformas.

Otra de las lagunas que dejan los informes recibidos es la falta de estudios sobre el impacto de las medidas adoptadas en el efecto deseado de frenar la desinformación online. Este hecho no permite precisar el sentido en que se deben orientar los nuevos esfuerzos e identificar aquellos que resultan poco útiles para el fin perseguido.

A la vista de los resultados, la Comisión Europea considera que se puede hacer más y así lo expresaba el comisario europeo de Mercado Interior, Thierry Breton, en una videoconferencia con el fundador y consejero delegado de *Facebook*, Mark Zuckerberg, en mayo de 2020, donde afirmaba:

«Las plataformas están jugando un enorme papel hoy y lo harán mañana, y si quieren seguir jugándolo, tienen que aprender cómo discutir y cooperar con nosotros [...] Nunca haremos lo suficiente contra la desinformación [...] si no se obtienen progresos suficientes, habrá que regular» (EFE Bruselas, 2020).

En el plano de la alfabetización mediática, España ha hecho caso omiso de las recomendaciones en lo que respecta a la educación reglada, no efectuando ningún cambio que permita avanzar en este aspecto para generar una sociedad con capacidad crítica y solvente a la hora de abordar la desinformación. Sí que se han hecho tímidos avances en el campo de la concienciación, mediante campañas de pequeña difusión que dan las pautas básicas para abordar la información que nos llega desde las redes sociales, como pueden ser la campaña del Ministerio del Interior (Ministerio del Interior, 2020) o del CCN CERT (CCN-CERT, 2019).

En lo que respecta al empoderamiento de usuarios y periodistas, aunque se ha avanzado algo más, las herramientas incorporadas no parecen de gran utilidad para el usuario de a pie, pongamos como ejemplo la extensión para navegadores desarrollada por *Maldita.es* que al instalarla y visitar una página de noticias nos permite conocer el número de noticias que han sido desmentidas en ese medio. En principio la idea es buena para que el usuario pueda hacerse una idea de aquellos medios que publican información más rigurosa, sin embargo, se dan situaciones paradójicas que disminuyen la credibilidad de estos verificadores. Por ejemplo, si entramos en las páginas de los diarios *El Mundo* y *El*

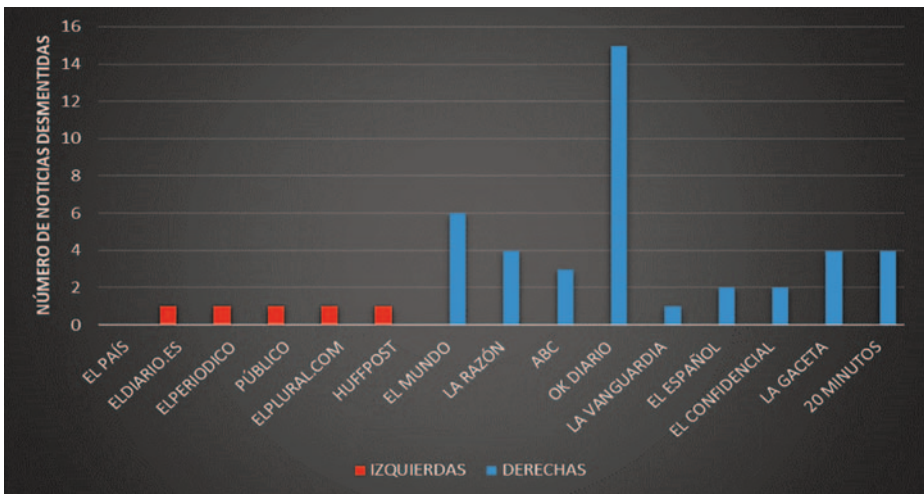


Ilustración 3. Número de noticias desmentidas por el verificador *Maldita.es* en periódicos digitales de España. Elaboración propia a partir de información obtenida a través de la extensión de *Maldita.es* para *Google Chrome*. Medios clasificados por la web *PrensaDigital.com*

País, los dos únicos periódicos españoles que se encuentran adheridos al proyecto «The Trust Project» (que implica el seguimiento de ocho indicadores de confianza, que aseguran una información rigurosa y plural), nos encontramos que en el periódico *El Mundo* se han desmentido seis noticias, mientras que en el periódico *El País* no se ha desmentido ninguna. Esta circunstancia de forma aislada podría darnos a entender que el periódico *El País* es más riguroso que *El Mundo*, pero nos falta una información fundamental, ¿cuántas noticias se han verificado de cada uno de los medios?, información a la que es difícil acceder. Por otro lado, si hacemos una revisión de las noticias desmentidas en medios clasificados por la web *PrensaDigital.com* (*PrensaDigital.com*, 2020) como de derechas o izquierdas obtenemos la distribución de la ilustración 3.

Gráfica que nos lleva de forma inexorable a preguntarnos si los medios clasificados como de «izquierdas» son más confiables que los de «derechas» o por el contrario la balanza en la verificación se encuentra desequilibrada, «duda razonable» que supone un desafío a la utilidad de esta herramienta.

En el caso de las herramientas desarrolladas para empoderar a periodistas, han tenido un gran avance en estos últimos años, sobre todo aquellas dirigidas a desenmascarar las informaciones en formato imagen o video, las *deep-fakes* (14) y las informaciones descontextualizadas. Ejemplos de estas herramientas podemos citar *RevEye* para la búsqueda inversa de imágenes e *InVID* para el estudio de videos que facilitan la tarea de los periodistas a la hora de utilizar videos o imágenes procedentes de las redes sociales.

En lo que respecta a la mejora de las capacidades de las instituciones de la UE para detectar, analizar y contrarrestar la desinformación y más en concreto, en el aporte de personal a los centros de excelencia en materia de desinformación y guerra híbrida, España solo participa en el Hybrid COE de Finlandia, pero no aporta ningún experto al EEAS East Stratcom Team.

Atendiendo a la necesidad de reforzar una respuesta conjunta y coordinada contra la desinformación, en marzo del año pasado se puso en marcha un sistema de alerta entre la UE y sus Estados miembros con vistas a alertar de las posibles campañas de desinformación que se pudieran cernir sobre la UE o sus miembros y, sobre todo, para proteger las elecciones europeas frente a este fenómeno. A este respecto, España estableció, en ese momento, como punto único de contacto en este ámbito ante la UE la Secretaría de Estado de Comunicación, que también ejerce de responsable nacional en esta parcela.

Por otro lado, en el Consejo de Seguridad Nacional convocado por el presidente del Gobierno el 15 de marzo de 2019 se aprobó el «Procedimiento

(14) La palabra *deepfake* alude a los sistemas informáticos que permiten, mediante técnicas de inteligencia artificial, desarrollar vídeos manipulados extremadamente realistas (Fundéu BBVA, 2019).

de lucha contra la desinformación», que incluye algunas de las medidas requeridas por la UE en el «Plan de Acción contra la desinformación» anteriormente citado (Departamento de Seguridad Nacional, 2019). Dentro de estas medidas se encuentra la creación de una Comisión Permanente Interministerial contra la Desinformación coordinada por la Secretaría de Estado de Comunicación y de la que forman parte Presidencia del Gobierno (Departamento de Seguridad Nacional y la Dirección de Análisis y Estudios), los ministerios de Defensa (CNI), Interior (CNPIC), Asuntos Exteriores, Unión Europea, Cooperación (Dirección de Comunicación e Información Diplomática) y Economía y Empresa (Secretaría de Estado para el Avance Digital), cuyo trabajo se centra en aquellas campañas de desinformación encaminadas a desacreditar España y a las orientadas a los procesos electorales.

Si bien la estructura está creada, poco se sabe acerca de su trabajo y sus resultados, al menos al alcance del ciudadano. La situación actual, donde la desinformación supone una amenaza para la seguridad de los ciudadanos españoles habría sido un buen momento para evaluar la eficacia de esta red de alarma tanto en lo que respecta a la desinformación procedente del exterior como la generada desde el interior.

En diciembre de 2020 la vicepresidenta de la Comisión Europea anunciaba el Plan de Acción para la Democracia Europea en el que se incluye como uno de los pilares fundamentales la lucha contra la desinformación y aunque evadía cualquier posibilidad de regulación en relación con el código de buenas prácticas, expresaba lo siguiente:

[...] No regularemos la eliminación de contenidos en disputa. No queremos crear un ministerio de la verdad. La libertad de expresión es esencial y no apoyaré ninguna solución que la socave. Hemos intentado, como usted sabe, la autorregulación durante nuestro último mandato con el Código de Prácticas contra la desinformación. Y vamos a construir sobre este. Pero tenemos que ir mucho más allá y hacer frente a las deficiencias que la autorregulación pura ha demostrado. Por último, impulsaré cambios estructurales. Estableceremos un sistema de monitorización para aumentar el escrutinio, ya que las plataformas no pueden vigilarse solas. Pasaremos de la autorregulación a la co-regulación [...].

Este plan veía la luz a los pocos días de este anuncio (Comisión Europea, 2020c) y se basa en los siguientes pilares:

- Proteger la integridad de las elecciones y promover la participación democrática.
- Reforzar la libertad y el pluralismo de los medios de comunicación.
- Contrarrestar la desinformación.

Dentro de este último punto se establecen medidas para contrarrestar la desinformación, la injerencia extranjera y las operaciones de influencia adoptando actuaciones entre las que se pueden citar las siguientes, orientadas al código de buenas prácticas:

- Más obligaciones y rendición de cuentas para las plataformas en línea:
 - Publicar orientaciones que establezcan objetivos para reforzar el código de buenas prácticas sobre desinformación.
 - Convocar a los signatarios del Código de buenas prácticas y a los grupos interesados pertinentes para reforzar el Código de acuerdo con las orientaciones.
 - Establecer un marco permanente para el seguimiento del Código.

El Plan de Acción para la Democracia Europea pretende ahondar en los elementos que ya estaban en marcha y paliar ciertas deficiencias que salieron a la luz en las evaluaciones del código de buenas prácticas, sin embargo mientras la vicepresidenta de la Comisión Europea afirma que no se regulará, en sus propios pilares establece la puesta en marcha de mecanismos sancionadores, la capacitación para responder a la desinformación y las campañas de influencia extranjera y el avance en el código de buenas prácticas, elementos que son difícilmente alcanzables sin la ayuda de una regulación.

Por otro lado, y en línea con este plan se generó en diciembre de 2020 la nueva Ley de Servicios Digitales (Comisión Europea, 2020d), que se encuentra siguiendo el proceso legislativo ordinario para su aprobación y en la que se contemplan una serie de medidas orientadas a las empresas que ofrecen servicios online, entre las que se encuentran las redes sociales y que aboga por una mayor supervisión pública de estas plataformas por parte de los estados con la ayuda de un nuevo Consejo Europeo de Servicios Digitales, aumentando el control sobre las plataformas al estilo de una regulación.

Conclusiones

Como hemos podido comprobar en los puntos precedentes, son muchas las recomendaciones y algunas las acciones puestas en práctica por la UE para la lucha contra la desinformación, pero el éxito subyace en su aplicación efectiva por parte de los Estados miembros. Su acometida tibia o inobservancia nos expone a situaciones intermedias que no producen los efectos deseados y que ponen en peligro la propia credibilidad de las medidas y de la propia UE en este ámbito.

Por otro lado, la UE, siguiendo las recomendaciones del informe del HLEG, ha basado sus actuaciones en el código de buenas prácticas, una auto-

regulación que deja en manos de sus firmantes y su predisposición la consecución de las condiciones decisivas para lograr la victoria contra la desinformación.

Sin embargo, son muchos los condicionantes de todo tipo, económicos, políticos, etc. que impiden el avance en este sentido más allá de lo conseguido y la UE no cuenta, en estos momentos, con ninguna herramienta coercitiva con la que hacer presión, encontrándose en manos de la buena voluntad de plataformas como *Google*, *Facebook*, *Twitter*, etc., que avanzan de forma limitada únicamente por miedo a ser consideradas legalmente como editoras de contenidos y no como meras intermediarias, en cuyo caso su responsabilidad en la difusión de contenidos indeseables sería mucho mayor y estarían a expensas de las regulaciones nacionales.

El Plan de Acción para la Democracia Europea junto con la nueva Ley de Servicios Digitales, si definitivamente se firma tal y como está redactada, constituyen un avance para paliar algunas de las deficiencias encontradas hasta ahora en el ámbito de la desinformación, pero habrá que esperar a su implementación para comprobar sus bondades y resultados. Dejamos para otro trabajo el estudio de las medidas adoptadas por los países de la UE, algunas en la dirección apuntada por las recomendaciones abordadas en este artículo y otras explorando caminos diferentes que han obtenido resultados heterogéneos.

BIBLIOGRAFÍA

- CCN-CERT. (2019): «Cómo actuar frente a las campañas de desinformación en el ciberespacio, uno de los mayores retos de seguridad del país». Disponible en <https://www.ccn-cert.cni.es/comunicacion-eventos/comunicados-ccn-cert/7680-como-actuar-frente-a-las-campanas-de-desinformacion-en-el-ciberespacio-uno-de-los-mayores-retos-de-seguridad-el-pais.html>.
- Comisión Europea (2018a): «The digital transformation of news media and the rise of disinformation and fake news». Disponible en https://ec.europa.eu/jrc/communities/sites/jrccties/files/dewp_201802_digital_transformation_of_news_media_and_the_rise_of_fake_news_final_180418.pdf.
- Comisión Europea (2018b): «Estado de la Unión 2018: La Comisión Europea propone medidas para garantizar unas elecciones europeas libres y justas». Disponible en http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-5681_es.htm.
- Comisión Europea (2018c): «Code of Practice on Disinformation». Disponible en <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-practice-disinformation>.
- Comisión Europea (2018d): «Action Plan against Disinformation». Disponible en https://ec.europa.eu/commission/publications/action-plan-disinformation-commission-contribution-european-council-13-14-december-2018_en.
- Comisión Europea (2019): «El código de buenas prácticas contra la desinformación cumple un año: las plataformas en línea presentan informes de autoevaluación». Disponible en https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/STATEMENT_19_6166.

- Comisión Europea (2020a). «STUDY FOR THE «Assessment of the implementation of the Code of Practice on Disinformation»». Recuperado de <https://tinyurl.com/ye5yey9e>.
- Comisión Europea (2020b). «Assessment of the Code of Practice on Disinformation-Achievements and areas for further improvement». Recuperado de <https://tinyurl.com/yfcfwfor>.
- Comisión Europea (2020c). «Plan de Acción para la Democracia Europea». Recuperado de <https://tinyurl.com/yegjrde5>.
- Comisión Europea (2020d). «Ley de Servicios Digitales: para un entorno online seguro y responsable». Recuperado de <https://tinyurl.com/yey4lprm>.
- Comisión Europea. (2021). «Eurobarómetro Estandar 94. Opinión Pública en la Unión Europea». Recuperado de <https://tinyurl.com/yglhh8vu>.
- EDMO (2020). «Home. European Digital Media Observatory». <https://edmo.eu/>
- Parlamento Europeo. (2020). «Tres comisiones especiales, subcomisión sobre fiscalidad y otra de investigación». Recuperado de <https://tinyurl.com/yfulmzu4>.
- Consejo europeo (2015): «European Council meeting (19 and 20 March 2015)» - Conclusions. Disponible en <https://www.consilium.europa.eu/media/21888/european-council-conclusions-19-20-march-2015-en.pdf>.
- Departamento de Seguridad Nacional (2019): «Consejo de Seguridad Nacional». Disponible en <https://www.dsn.gob.es/actualidad/sala-prensa/consejo-seguridad-nacional-15032019>.
- EAO (2019): «About us. European Audiovisual Observatory». Disponible en <https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/about>.
- EEAS (2017): «European External Action Service. Speech by the High Representative/Vice-President Federica Mogherini at the conference «Hybrid threats and the EU: State of play and future progress»». Disponible en https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/33141/speech-high-representative-vice-president-federica-mogherini-conference-hybrid-threats-and-eu_en.
- EEAS (2018): «EEAS Strategic Communications. Questions and Answers about the East Strat-Com Task Force». Disponible en https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage_en/2116/.
- EFE Bruselas (2020): «La CE pide a Facebook adaptarse a valores de la UE y controlar desinformación». Disponible en https://www.eldiario.es/tecnologia/CE-Facebook-adaptarse-UE-desinformacion_0_1028548220.html.
- ERGA (2018): «European Regulators Group for Audiovisual Media Services. About Us». Disponible en http://erga-online.eu/?page_id=7.
- Facebook (2019): «Facebook Ads library. PSOE». Disponible en [https://www.facebook.com/ads/library/?active_status=all&ad_type=political_and_issue_ads&country=ES&impression_search_field=has_impressions_lifetime&view_all_page_id=189318235003&sort_data\[direction\]=desc&sort_data\[mode\]=relevancy_monthly_grouped](https://www.facebook.com/ads/library/?active_status=all&ad_type=political_and_issue_ads&country=ES&impression_search_field=has_impressions_lifetime&view_all_page_id=189318235003&sort_data[direction]=desc&sort_data[mode]=relevancy_monthly_grouped).
- Fundación IO (2020): «Muertes por intoxicación relacionadas con alcohol adulterado como uso frente al COVID-19 en Irán». Disponible en <https://fundacionio.com/2020/03/26/muertes-por-intoxicaciones-relacionadas-con-alcohol-adulterado-como-uso-frente-a-covid-19-en-iran/>.
- Fundéu BBVA (2020): «Ultrafalso, alternativa española a deepfake». Disponible en <https://www.fundeu.es/recomendacion/ultrafalso-alternativa-a-deep-fake/>.
- HLEG (2018): «Comisión Europea. A multi-dimensional approach to disinformation». Disponible en <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>. ISBN 978-92-79-80420-5.
- Hybrid COE (2019): «HYBRID COE. What is hybrid COE?». Obtenido de <https://www.hybridcoe.fi/what-is-hybridcoe/>.

Ministerio de Educación de España (2018): «Marco estratégico Educación y Formación 2020 (ET2020)». Disponible en de <http://www.educacionyfp.gob.es/educacion/mc/riede-eurydice/espacio-europeo-educacion/contexto-politico/antecedentes/et2020.html>.

Ministerio del Interior de España (2020): «La Policía Nacional presenta la primera guía para evitar ser manipulados por las fake news». Disponible en http://www.interior.gob.es/prensa/noticias/-/asset_publisher/GHU8Ap6z7gsg/content/id/11676535.

OECD (2019): «What is PISA?». Disponible en <http://www.oecd.org/pisa/aboutpisa/>.

PAMMENT, J. (2020): «EU Code of Practice on Disinformation: Briefing Note for the New European Commission». Washington DC: Carnegie Endowment for International Peace. Disponible en <https://carnegieendowment.org/2020/03/03/eu-code-of-practice-on-disinformation-briefing-note-for-new-european-commission-pub-81187>.

Parlamento Europeo (2018): «Directiva (UE) 2018/1808 del Parlamento europeo y del consejo de 14 de noviembre de 2018 por la que se modifica la Directiva 2010/13/UE sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros». Disponible en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018L1808&qid=1549387931728&en>.

PrensaDigital.com. (2020): «Periodicos españoles» Disponible en <https://prensadigital.com/espagnol/>.

SANCHEZ, J. (2020) ABC: «El uso de redes sociales en España aumenta un 55% en la pandemia de coronavirus». Disponible en https://www.abc.es/tecnologia/redes/abci-redes-sociales-espana-aumenta-55-por-ciento-pandemia-coronavirus-202003241257_noticia.html.

UN Department of Global Communications (2020): «UN tackles ‘infodemic’ of misinformation and cybercrime in COVID-19 crisis». Disponible en <https://www.un.org/en/un-coronavirus-communications-team/un-tackling-%E2%80%98infodemic%E2%80%99-misinformation-and-cybercrime-covid-19>.

Unión Europea (2016): «Joint Framework on countering hybrid threats a European Response. Bruselas». Disponible en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016JC0018&from=en>.

MARINOGRAMA NÚMERO 556

1 R	2 E	3 F	4 D	5 L	6 S	7 E	8 V	9 I	10 L
11 N	12 O	13 C	14 U	15 A	16 N	17 B	18 I	19 B	20 C
21 A	22 G	23 M	24 Q	25 J	26 P	27 E	28 H	29 D	30 N
31 K	32 B	33 D	34 P	35 O	36 M	37 Q	38 H	39 F	40 A
41 Q	42 R	43 E	44 J	45 L	46 D	47 N	48 F	49 M	50 G
51 G	52 L	53 D	54 L	55 O	56 B	57 I	58 E	59 K	60 P
61 G	62 B	63 J	64 M	65 K	66 M	67 G	68 I	69 L	70 A
71 D	72 O	73 H	74 J	75 M	76 I	77 C	78 D	79 K	80 E
81 H	82 H	83 E	84 A	85 G	86 N	87 O	88 B	89 S	90 R
91 I	92 L	93 D	94 F	95 C	96 G	97 D	98 E	99 J	100 E
101 G	102 N	103 D	104 P	105 Q	106 J	107 L	108 R	109 A	110 C
111 C									

Dos versos de una seguidilla de Lópe de Vega



Embarcación de prácticos en la rta de Ferrol, mayo de 2021.
(foto: Pablo Avanzini González-Llanos)