



## **ESTRATEGIA DE LA UNIÓN EUROPEA ANTE EL DESAFÍO DE LA DESINFORMACIÓN**

### ***EUROPEAN UNION STRATEGY BEFORE THE CHALLENGE OF DISINFORMATION***

**Miguel Ángel Benedicto Solsona<sup>1</sup>**

 <https://orcid.org/0000-0002-9447-8288>

*Universidad Complutense de Madrid  
Universidad Europea de Madrid*

Recibido: 25 de enero de 2020.

Aceptado: 31 de mayo de 2020.

Publicado: 31 de mayo de 2020.

**Resumen:** El fenómeno de la desinformación ha sido utilizado por actores internos y externos a la UE para debilitar sus instituciones, erosionar la democracia y crear división social. Tras los ataques sufridos, las instituciones europeas han puesto en marcha desde 2015 una estrategia para protegerse contra la desinformación. En las elecciones europeas de 2019, pese a los problemas sufridos, la UE salió airosa. Sin embargo, las campañas de desinformación seguirán siendo una amenaza ante la que los Estados europeos deben coordinarse y trabajar de manera conjunta porque los ataques son cada vez más sofisticados e incluso disfrazados de soft power.

**Palabras clave:** Unión Europea, Prensa ética, Información pública, Medios de comunicación de masas, Opinión pública.

**Abstract:** The disinformation phenomenon has been used by internal and external EU actors to weaken their institutions, erode democracy, and create social division. After the attacks suffered, the European institutions has been launching since 2015 a strategy to protect against disinformation. In the European elections of 2019, despite the problems suffered, the EU was successful. However, disinformation campaigns will continue to be a threat to which European states must coordinate and work together because the attacks are increasingly sophisticated and even disguised as soft power.

**Keywords:** European Union, Press ethics, Public information, Mass media, Public opinion.

---

<sup>1</sup> Académico, Universidad Complutense de Madrid y Universidad Europea de Madrid, Madrid, España. Doctor en Ciencias Políticas, Universidad Complutense de Madrid, España. e-mail: [miguel.benedictosolsona@gmail.com](mailto:miguel.benedictosolsona@gmail.com).



## Introducción

La desinformación no es un fenómeno nuevo pero la implantación masiva de las redes sociales ha aumentado su velocidad de propagación y su alcance a niveles imprevisibles. De este modo, el 97% de los europeos afirma haber estado expuesto a noticias falsas (European Commission (2018d).

La desinformación utilizada por actores estatales y no estatales, internos y externos a la Unión Europea (UE), sobre todo desde 2014, ha servido para desestabilizar la democracia en Europa, erosionar la confianza en las instituciones y en los medios de comunicación, buscar la división en las sociedades europeas con narrativas alternativas como por ejemplo en Ucrania<sup>2</sup>; con falsos mitos en apoyo del Brexit; o con el fin de desprestigiar a la Unión y dividirla mediante la introducción de información manipulada en procesos electorales.

La revolución digital ha traído consigo una crisis en los medios de comunicación tradicionales que junto a la crisis de la democracia representativa y el ascenso de los populismos da lugar a una desintermediación entre los ciudadanos y la política. Esta situación genera un terreno bien abonado para que pueda crecer el fenómeno de la desinformación.

Por un lado, el populismo se vale de la desinformación para introducir elementos divisivos en el debate público como la inmigración o el control de

armas para, según Rabin-Havt (2016, pag-5-7), “imposibilitar el consenso político y evitar la participación y la acción política.”

Por otro lado, el uso de *fake news* también puede ser geopolítico, como en el caso de Rusia, para evitar intrusiones en su área de influencia al intentar debilitar a sus oponentes creando tensiones internas o incluso revueltas sociales desde el exterior. Desde 2015, la UE se puso en marcha para frenar la desinformación proveniente de Moscú y creó el grupo de trabajo Stratcom con el fin de contrarrestar las noticias falsas en favor del Kremlin que se distribuían en los países de la vecindad oriental europea. En ocasiones, esa desinformación forma parte de estrategias de *sharp power* que usan algunas potencias como Rusia para debilitar y dividir a la UE.

En este trabajo se delimitará el concepto de *fake news* y desinformación, el de *sharp power* y se analizarán algunos de los ataques recibidos por los Estados miembros de la UE, qué piensa la opinión pública sobre la desinformación y la estrategia de la UE y su utilidad para contrarrestarla.

## Desinformación, Fake News y Posverdad

El concepto que vamos a utilizar es el de desinformación que engloba al de *fake news* y es el que usó la Comisión Europea en su informe del Grupo de Expertos de Alto Nivel (HLEG) “como todas las formas de información falsa,

<sup>2</sup> En Ucrania, después de la revolución de Euromaidan, las campañas de desinformación incluyeron negaciones de la participación de Rusia en la anexión ilegal de Crimea y el este de Ucrania; socavando la credibilidad de Ucrania como estado independiente; noticias falsas sobre la supuesta crueldad de los ucranianos, como la crucifixión falsificada de un niño de tres años por un soldado ucraniano; y las teorías de

conspiración sobre la Revolución Naranja y la de Euromaidan como complotos occidentales y del gobierno pro occidental en Kiev presentado como un “régimen títere”. El derribo en 2014 del avión de pasajeros MH17 sobre Ucrania provocó una ola de teorías de conspiración para ocultar la participación de Rusia.



inexacta o engañosa diseñada, presentada, editada o promovida para causar daño público intencionadamente o para conseguir lucrarse” (Comisión Europea, 2018: p. 3).

La desinformación es algo que viene ocurriendo desde hace siglos cuyos orígenes ya se intuyen en historias antisemitas del S.XV<sup>3</sup> o en la Guerra hispano-americana de 1898 en Cuba<sup>4</sup>.

Wardle y Derakshan (2017. P.20) distinguen tres dimensiones de falsedad:

*Desinformación o propaganda. (Disinformation): Información falsa y creada deliberadamente para dañar a una persona, grupo social, organización o país.*

*Información errónea. (Misinformation): Información que es falsa, pero no creada con la intención de causar daño.*

*Desinformación. (Malinformation): Información basada parcialmente en la realidad, utilizada para infligir daño a una persona, organización o país.*

Para la agencia Reuters (2017), la definición de noticias falsas se aplica a tres categorías: noticias que se inventan para ganar dinero o desacreditar a otros; noticias que tienen una base de hecho, pero que se hilan para adaptarse a una agenda particular; y noticias con las que las personas no se sienten cómodas o con las que no están de acuerdo.

Las noticias falsas también se clasifican (Martins et al. 2018) conforme a la fuente, el contenido (puntos de vista erróneos o distorsionados), el método de propagación (publicidad dirigida, bots<sup>5</sup>, redes) y la intención (influir en las elecciones, dividir y avivar el descontento, o ganar dinero).

El debate sobre noticias falsas se intensificó tras las elecciones estadounidenses de 2016, y puso el problema en la agenda de todo el mundo. Si se quiere dar una definición más precisa de las *fake news* hay que centrarse en las noticias producidas con finalidad política o para conseguir un beneficio económico (Wardle, 2017). En la misma línea se pronuncia McNair (2018: p. 38) para quien son “desinformación intencionada (invención o falsificación de hechos conocidos) con fines políticos y/o comerciales, presentada como noticias reales.”

Algunos autores rechazan el término *fake news* porque es impreciso y puede ser usado por parte de los políticos como azote para criticar a los medios y a las plataformas (Sullivan, 2017) o porque ayuda a la gente a expresar su frustración frente a los medios tradicionales, *on line* y plataformas, y frente a los políticos (Nielsen, K. and Graves, L.; 2017). Así, populistas como Donald Trump utilizan el argumento de las *fake news* para desprestigiar las críticas de los medios de comunicación, reforzar opiniones y “entretener” a la ciudadanía. También lo hace el gobierno

<sup>3</sup> Destaca la eficacia de la Inquisición en la diseminación de historias falsas como el caso del Santo Niño de la Guardia ocurrido en Toledo. Varios judíos y conversos fueron acusados de asesinar a un niño que nunca existió y fue uno de los pretextos para la expulsión en 1492 de los judíos.

<sup>4</sup> La explosión del acorazado Maine en el puerto de La Habana en 1898 fue presentada en el New

York Journal de William Randolph Hearst, de manera infundada, como un acto de responsabilidad del estado español, con el objetivo de convencer a la sociedad norteamericana de que la guerra con España era necesaria.

<sup>5</sup> Programas informáticos que imitan la interacción humana y difunden de manera automática campañas de desinformación en las redes sociales.



español cuando califica como bulos información veraz<sup>6</sup>.

Las causas de las *fake news* son complejas y provienen, según Rodríguez-Ferrándiz (2019), del relativismo rampante, el declive de la confianza en las élites, la monetización de la información en competencia por los ingresos publicitarios, la proliferación de plataformas informativas y del auge del nacionalismo y del populismo.

Una parte del debate público se ha desplazado a las redes sociales donde la emoción prevalece sobre la razón en la época de la postverdad (D'Ancona 2017). La polarización que generan las redes es un buen caldo de cultivo para las voces más extremistas, que juegan con los temores y prejuicios de las personas y buscan el caos, la confusión y el antagonismo social. El ascenso de partidos populistas coincide con el crecimiento de cuentas fraudulentas o automatizadas en las redes sociales (Freedom House, 2019), que se usan para manipular a la opinión pública, y con la pérdida de confianza en los medios tradicionales. Según el Informe de noticias digitales de Reuters (2018) también ha disminuido la confianza en las fuentes de información de las redes sociales y la gente no confía en que el gobierno o las empresas tecnológicas actúen en favor del interés público.

El análisis<sup>7</sup> de Alto Analytics (2019 a) demuestra que una minoría de usuarios ligados a partidos populistas puede dominar la discusión política en las redes sociales. Esto significa que

menos del 0.2% de todos los usuarios generan alrededor del 11% de la actividad total en la conversación pública populista de Francia, Alemania, Italia, España y Polonia. Los temas transfronterizos que caracterizan el debate en todos los países incluyen la inmigración, el Islam, el Brexit y los chalecos amarillos, entre otros. Son estrategias editoriales muy segmentadas, que alimentan narrativas polarizantes en el debate digital con “guerras culturales en torno a cuestiones clave como la migración, los derechos de género y LGTB, la identidad nacional o el medio ambiente.” (Alto Analytics (2019 a)

La introducción de estos temas en las agendas políticas de otros partidos es posible que no signifique que el populismo gane más adeptos gracias a la desinformación. Según el análisis en Francia e Italia realizado por Fletcher et al. (2018) para el Reuters Institute “las noticias falsas tienen un alcance web limitado y el tiempo dedicado a los sitios web de noticias falsas es mucho menor que el tiempo dedicado a los sitios web de noticias convencionales”. La investigación revela que la mayoría de los sitios web de noticias falsas analizados tenían un alcance de menos del 1% de la población *on line* en ambos países. En comparación, los sitios web de noticias más populares en Francia (Le Figaro) e Italia (La Repubblica) tuvieron un alcance mensual promedio de 22.3% y 50.9%, respectivamente.

Las *fake news* incluyen algoritmos y fórmulas que generan noticias sin respeto por la precisión; son usadas por

<sup>6</sup> Elías, C. (2018) El Gobierno y las 'fake news', *El Mundo*, <http://www.elmundo.es/opinion/2018/10/04/5bb4ee8de2704e3b1c8b45cf.html>.

<sup>7</sup> Es un proyecto de análisis de datos para comprender el debate público e identificar cualquier intento anormal de aumentar la polarización social o la radicalización en toda

Europa es una colaboración paneuropea que involucra a múltiples organizaciones, medios y eventos en toda Europa. La investigación incorpora datos recopilados en tiempo real desde mediados de diciembre de 2018 hasta mayo de 2019 en Francia, Alemania, Italia, Polonia y España



corrientes políticas populistas, y las poblaciones desconfían de los medios mientras carecen de habilidades de alfabetización mediática para discernir o comprender signos de sesgo periodístico, agendas sutiles o distinciones entre noticias y anuncios (Schudson, M. and Zelizer, B. 2017). La educación digital o alfabetización mediática supone fomentar la capacidad crítica para reducir el impacto de las *fake news* pues permite a las personas identificar la desinformación. Para el Resource Centre on Media Freedom (2019) puede ayudar a resistir “los efectos negativos de la disminución de la confianza pública, la polarización en la política y la sociedad y la fragmentación de los medios”.

Asimismo, hay que destacar la rentabilidad de las noticias falsas gracias a su distribución por internet, que como explica Standage (2017) “corroen la confianza en los medios en general, y hace que sea más fácil para los políticos sin escrúpulos vender medias verdades”. Ese desplazamiento de la publicidad de las organizaciones de noticias a las redes puede hacer mucho daño (Braun, J. and Eklund, J., 2019) a la credibilidad del periodismo y a las sociedades democráticas. Las plataformas digitales son un buen semillero de fake news pues como explica De Backer (2019) “combinan un modelo de negocio basado en la publicidad, los algoritmos que emplean para recomendar contenidos y el marco legal que les exime de cualquier responsabilidad legal respecto a los contenidos.”

La viralidad de las noticias falsas genera mucho tráfico y atención de los usuarios en las plataformas, lo que permite rentabilizar al máximo la

publicidad. El propietario del sitio web obtiene ingresos dependiendo del grado de interacción de los usuarios con los anuncios integrados. Para Bradshaw y Howard (2018) la economía del clickbait<sup>8</sup> “ha ejercido una presión sobre los productores de contenido de noticias para contar historias de una manera que sea digna de clics, alimentando el aumento de contenido exagerado, inexacto, engañoso y polarizador”. Es el modelo de negocio de Google y Facebook pero que también influye en los medios tradicionales de calidad que terminan contagiándose de la búsqueda de la viralidad de los contenidos.

Además, las plataformas o redes sociales, a diferencia de los medios de comunicación tradicionales no tienen responsabilidad editorial sobre los contenidos que circulan por sus redes.

En el informe de 2018 del HLEG de la Comisión, la desinformación se concibe como un fenómeno que va mucho más allá del término «noticias falsas». Un concepto que actores poderosos se han apropiado con el fin de descartar la cobertura de noticias que consideraban perjudiciales para sus intereses particulares. El término no cubre los problemas derivados de la creación y difusión *on line* de contenido ilegal (como la difamación, el discurso de odio, incitación a la violencia), que están sujetos a las leyes nacionales o de la UE, ni tampoco otras formas de distorsión deliberada de los hechos, pero no engañosa, como la sátira y la parodia (Comisión Europea, 2018).

En la desinformación se incluyen contenidos que no son completamente falsos, pero son elaborados de manera

<sup>8</sup> Un contenido diseñado para atraer la atención, a menudo estimulando la indignación, la curiosidad o ambas cosas, para alentar a los visitantes a hacer clic en un enlace a una página

web. Este enlace a menudo conduce a un anuncio u otro sitio web donde se muestran anuncios pagados



deliberada y presentados como periodismo para manipular a los lectores, un fenómeno que forma parte de una tendencia descrita como “posverdad” que distorsiona la realidad para manipular emociones e influir en la opinión pública. Para McIntyre (2018) genera una realidad paralela y, según D’Ancona (2017), lo esencial de la posverdad es la indiferencia y pasividad que genera en la ciudadanía.

Las noticias falsas se ven por autores como Rodríguez-Ferrándiz (2019) como un “instrumento de la posverdad”, un término acuñado durante la Guerra del Golfo como proceso de degradación de la calidad de la democracia y de la sociedad civil. En su artículo de 1992 “Un gobierno de mentiras”<sup>9</sup>, Steve Tesich criticó al público estadounidense por aceptar sumisamente las mentiras de la administración Bush. El diccionario de Oxford declaró la posverdad como palabra del año en 2016, un año después del Brexit y cuando llegó Trump a la Casa Blanca. Al definir el concepto en dicho diccionario se explica que “los hechos objetivos son menos influyentes en la formación de la opinión pública que las apelaciones a las emociones y creencias personales”<sup>10</sup>...

Para Brahms (2019, p. 1) nuestra “capacidad de clarificar la realidad para comprenderla y funcionar dentro de ella, se está debilitando como resultado de la interferencia de alta intensidad por cuatro ondas: la explosión de información y la tecnología disruptiva; la disminución de la fe en las instituciones y en los “narradores de

verdad”; socavando las ideas posmodernas; y amargas batallas políticas”.

Lo que aún hace diferente la tendencia actual de las noticias falsas, dice Harari (2018), es la tecnología, que nos permite adaptar la propaganda de manera individual y unir las mentiras a los prejuicios individuales. Los *trolls*<sup>11</sup> y los hackers usan algoritmos de *big data* para identificar las debilidades y tendencias únicas de cada persona y luego fabrican historias consistentes con ellas y se ayudan de los *bots* para difundirlas. Utilizan estas historias para reforzar los prejuicios de quienes creen en ella para exacerbar las grietas en la sociedad y perforar el sistema democrático desde adentro. (Brahms, 2019).

En esta era de la posverdad también se produce “el desafío de los hechos alternativos”: la negación de los hechos descubiertos, la preferencia por los hechos que corresponden y refuerzan la opinión de una persona sobre los hechos que refutan y la fabricación de “hechos” que nunca existieron. Se prefiere las teorías de la conspiración a las científicas tras años de experimentos y todo ello porque determinados hechos apoyan y refuerzan su creencia sobre aquellos que lo refutan. Es lo que se denomina el sesgo de confirmación, que interpreta la información conforme a nuestras creencias. Aceptamos la información que encaja con nuestras opiniones y creamos una realidad paralela para que las noticias falsas se conviertan en verdad y así evitar la disonancia cognitiva<sup>12</sup>. Este sesgo

<sup>9</sup> Steve Tesich, “A Government of Lies,” *The Nation*, January 6, 1992.

<sup>10</sup> Oxford Dictionary, “Word of the Year 2016,” 2016, <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>.

<sup>11</sup> Persona que usa las redes sociales para distribuir *fake news* o publicar comentarios con

el objetivo de desestabilizar e influir en la opinión pública.

<sup>12</sup> La tensión, malestar o incomodidad que percibimos cuando mantenemos dos ideas contradictorias o incompatibles, o cuando nuestras creencias no están en armonía con nuestra conducta.



todavía se refuerza más en las redes sociales gracias a las cámaras de eco que provocan, que es la tendencia de los usuarios a promover sus narrativas favoritas y, por lo tanto, a formar grupos polarizados (Quattrociocchi et al. 2016).

### **Aproximación al Concepto de *Sharp Power***

Las amenazas híbridas son acciones coordinadas y sincronizadas que se dirigen deliberadamente a los estados democráticos para vulnerar las instituciones a través de medios políticos, económicos, militares, civiles y relacionados con la información.

Los estados autoritarios utilizan el poder blando (*soft power*) para atraer al público extranjero, pero bajo ese disfraz se esconden operaciones disruptivas que pueden calificarse como *sharp power* o poder afilado; utilizado por algunos países para agrietar los sistemas democráticos como el de la UE.

En diciembre de 2017, Walker y Ludwig (2017a), acuñaron en la revista *Foreign Affairs* el término *sharp power* como el uso de políticas diplomáticas manipuladoras por un país para influir y socavar el sistema político de otro país. Los autores argumentan que los esfuerzos de Rusia y China en materia de diplomacia pública a través de *think tanks*, medios de comunicación e instituciones culturales no se basan en atracción y ni siquiera en la persuasión, si no en la manipulación. Walker y Ludwig (2017b), subrayan que el *sharp power* busca "penetrar o perforar" la información política y los entornos de los países seleccionados. Es un poder que usa políticas que ayudan a los regímenes autoritarios a coaccionar y manipular opiniones en el extranjero. Los efectos corrosivos del *sharp power* son evidentes en las esferas de la cultura, la academia, los medios y las

publicaciones. Las democracias como la UE, abiertas y accesibles, son vulnerables a ese poder afilado.

Ante la relevancia que ha tomado el fenómeno de la desinformación y los peligros que conlleva para la democracia, en este artículo analizamos las amenazas que se ciernen sobre la Unión Europea y las estrategias que se han puesto en marcha para combatirlas.

### **Populismo y Rusia: El Cocktail de Desinformación que Amenaza a la UE**

Como ya apuntábamos en la introducción los partidos populistas pueden dominar la discusión política en las redes sociales de distintos países de la UE pues se adaptan muy bien a ellas y les sirven para amplificar posiciones antieuropeas, antiinmigración y antisistema. Además, en ocasiones, la actividad de esos partidos es apoyada por actores extranjeros, rusos en su mayoría, que buscan aumentar la polarización, crear confusión y caos para desacreditar a la UE con el fin de preservar la hegemonía geopolítica rusa en su área de influencia en el Este de Europa.

Rusia es uno de los estados que más ha utilizado la guerra de la información y los ataques cibernéticos en los últimos años con el fin de interferir en distintas campañas electorales europeas y de dividir a Europa. La UE es vista desde Moscú como una fuerza que puede imponer valores democráticos en los países con los que Rusia comparte fronteras y que alguna vez fueron parte de su área de influencia. Las campañas de desinformación rusas se utilizan para desacreditar a los políticos y las instituciones democráticas como las elecciones y los medios independientes.

Moscú tiene un importante presupuesto para medidas de



desinformación de entre 3.000 y 4.000 millones de dólares (McCauley, 2016). El gobierno ruso como explica Roig (2018) utiliza instrumentos como las agencias de información rusas RT y Sputnik para el exterior; y “controla casi todas las televisiones nacionales y desarrolla la fábrica de *bots* y *trolls*, la Agencia de Investigación de Internet (IRA en sus siglas en inglés), para inundar las redes sociales” y generar operaciones de desinformación sofisticadas y masivas. Unas 15.000 personas trabajan en esas tareas de desinformación (McCauley, 2016). Los *trolls* profesionales trabajan en turnos de 12 horas y los piratas informáticos rusos configuran *bots* por miles para mantener a Twitter bien alimentado. Sputnik y RT, la agencia de noticias y la televisión controladas por el gobierno, proporcionan historias para ser propagadas a través de Facebook, Instagram y Twitter.

La Unión Europea creó Disinformation Review<sup>13</sup> que se dedica a desacreditar las noticias falsas y la propaganda rusa. El profesor Alemanno (2018) se dirigió al Servicio de Acción Exterior Europeo (SEAE) para preguntar sobre los criterios que utiliza para identificar la desinformación y cómo se lo notifica a las entidades que investiga. La respuesta del SEAE no describió criterios claros para etiquetar desinformación / noticias falsas. Para Alemanno (2018) es preocupante que los “criterios parezcan vagos y subjetivos”.

Se acusa a Rusia de usar "noticias falsas" como guerra de información en el extranjero. Un estudio sobre

manipulación de la información realizado por el gobierno francés (Vilmer J. et alia. 2018) afirma que el 80% de las autoridades europeas consultadas atribuyen a Rusia interferencias en Europa; pero también lo hacen a otros Estados (principalmente China e Irán) y actores no estatales (grupos yihadistas, en particular el ISIS). Sin embargo, algunos académicos han cuestionado este porcentaje sobre la base de que tal volumen es apenas medible “porque no hay consenso sobre qué constituye exactamente la desinformación”.

En Italia, EU DisinfoLab ha probado un sistema de detección de desinformación en Twitter en el período previo a las elecciones de marzo de 2018, “encontrando solo unos pocos ejemplos de desinformación y ninguna evidencia de intromisión de actores extranjeros (Resource Centre on Media Freedom (2019))”.

Rusia se queja de que se le acuse de ser siempre la culpable de campañas de desinformación. El senador ruso Alexéi Pushkov concluye que “cuando un desastre se produce dentro de sus países, los neoliberales de Occidente en seguida pasan a acusar a Rusia.<sup>14</sup>” Moscú también solicitó a la Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa (OSCE) que reaccione a las *fake news* “publicadas en medios británicos sobre la presunta implicación rusa en las protestas en Francia”<sup>15</sup> de los “chalecos amarillos”.

### **Ataques a Ucrania**

<sup>13</sup> Una red de más de 400 periodistas, funcionarios, ONG y grupos de expertos en más de 30 países que informan sobre artículos de desinformación a funcionarios de la UE y luego al público.

<sup>14</sup> Sputnik (2018) Cuando Rusia está detrás de todo, incluso las protestas de París 10/12/2018.

<sup>15</sup> Sputnik (2018) Moscú pedirá a la OSCE reaccionar a las *fake news* sobre “la huella rusa” en las protestas de París.16/12/2018



Países vecinos a Rusia como Estonia ya sufrieron los primeros ciberataques en 2007 tras la decisión de Tallin de mover un monumento soviético. Este tipo ataques híbridos se intensificaron en Ucrania tras la caída del presidente prorruso Victor Yanukovich, con campañas de desinformación para influir en la población y justificar intervención militar y anexión ilegal de Crimea. Esas “narrativas alternativas” sobre Ucrania cambiaron por completo la relación entre Rusia y la UE. Moscú ha pasado de ser un socio estratégico a un “desafío estratégico” en la Estrategia Global de la UE que elaboró la anterior Alta Representante Federica Mogherini (Colomina, 2019).

### **La campaña del Brexit**

Moscú volvió a impulsar su política de desinformación y su poder afilado en la UE tras los ataques terroristas en Reino Unido y durante la campaña del Brexit. Los *trolls* invadieron twitter en favor de la salida del país de la Unión Europea (Lewellyn, 2018). Según el informe sobre “Desinformación y noticias falsas” (House of Commons, 2019), más de 150.000 cuentas rusas publicaron mensajes a favor del Brexit justo antes del referéndum, y los medios alineados con el Kremlin publicaron un número significativo de noticias sobre el referéndum de la UE. Se analizaron los artículos más compartidos y se identificaron 261 con un claro sesgo anti-UE, que eran diseminados sobre todo a través de RT y Sputnik, con videos producidos por Ruptly. Los artículos que se volvieron más virales eran los contrarios a la UE y publicados por los canales prorrusos, que tuvieron 134 millones de impresiones potenciales, en comparación con un alcance total de solo 33 millones de impresiones del contenido compartido por la web Vote

Leave y los 11 millones para todo el contenido compartido por el sitio web Leave.EU. Un dato que demuestra la dimensión de la influencia exterior de Rusia que supera, incluso, dimensiones y medios locales. El coste de una campaña similar en redes sociales estaría entre 1.4 y 4.14 millones de libras (House of Commons, 2019). El informe reconoce que el Reino Unido es claramente vulnerable a la cobertura digital de las campañas electorales y el gobierno debe analizar el alcance de como influyeron en los votantes algunos actores extranjeros, y pide al ejecutivo actualizar la legislación para que esté en línea con los últimos desarrollos tecnológicos y sea explícita sobre la influencia ilegal por parte de actores exteriores en el proceso democrático.

Además, el empresario británico y partidario del Brexit, Arron Banks, está siendo investigado por la Agencia Nacional del Delito por presuntos delitos penales basados en las fuentes de sus 8 millones de libras en contribuciones a la campaña para dejar la UE. Banks negó la acusación de que gran parte de este dinero fue canalizado desde Rusia. (Taylor, 2019).

Después que la primera ministra británica Theresa May reconociese la amenaza de Rusia, en un discurso en noviembre de 2017, acusando al Kremlin de intentar socavar las sociedades libres y sembrar la discordia en Occidente, mediante el despliegue de sus organizaciones de medios estatales para inocular historias falsas; el gobierno del Reino Unido estableció en enero de 2018 una “Unidad de Comunicaciones de Seguridad Nacional encargada de combatir la desinformación de los actores estatales y otros” (BBC, 2018).

Con Boris Johnson como primer ministro, el Kremlin continúa sus esfuerzos para difundir el caos en el



Reino Unido, sobre todo utilizando las redes sociales para aumentar las tensiones en Irlanda del Norte. En la cuestión de la frontera entre el Reino Unido e Irlanda, que ha sido un tema clave en las negociaciones del Brexit, según de Irish Times, la inteligencia rusa difundió información falsa, incluidas las interacciones entre la política norirlandesa Arlene Foster y el principal negociador de Brexit de la UE, Michel Barnier, para "exacerbar las divisiones ya complejas entre Irlanda y el Reino Unido" (Taylor, 2019). El Ministerio de Asuntos Exteriores de la Federación Rusa (2019) negó estas acusaciones y apuntó al think tank Atlantic Council, autor del informe, "de estar al servicio de los intereses políticos OTAN". Además, acusa al diario irlandés The Irish Times "de ser una herramienta de la guerra sucia de información contra Rusia" y de propagar esas falsedades sin que haya ningún hecho o evidencia que las respalde.

### **Las elecciones alemanas**

Otros países europeos que celebraban elecciones como Alemania también fueron objetivo de la desinformación. Un caso paradigmático de "infoxicación"<sup>16</sup> fue el de Lisa, una niña de 12 años, que en enero de 2016 parecía haber sido secuestrada y violada por parte de un grupo de refugiados en Berlín. El bulo fue azuzado por medios rusos como Ruptly y RT, e incluso con la intervención del ministro ruso de Exteriores, todo ello meses antes de las elecciones con el fin de que el partido de ultraderecha Alternativa por Alemania (AFD) subiera en número de votos. Durante las elecciones *bots* y cuentas cercanas a Rusia amplificaron mensajes

de contenido extremo, siendo identificadas 2840 cuentas pro Kremlin en las discusiones *on line*. Los votantes de la extrema derecha en Alemania creen más en las *fake news* que el resto de la población. El 63% de todos los encuestados cree en los medios tradicionales y sólo lo hace el 26% de los votantes de Alternativa por Alemania, para quienes las redes sociales son el medio que más utilizan para informarse (Scott, 2017).

### **Referéndum y comicios en Italia**

Italia también sufrió campañas de desinformación que impulsaron a partidos extremistas y desestabilizan al país. Primero, durante la campaña del referéndum para aprobar la reforma constitucional de 2016 que finalizó con la dimisión del primer ministro, Matteo Renzi. El populismo del Movimiento Cinco Estrellas (M5E) tiene vínculos con Moscú que no se limitan a la difusión de propaganda rusa sino también a sus movimientos en política exterior para acabar con las sanciones económicas a Rusia, abogar por la anexión de Crimea o impulsar una consulta popular para salir de la OTAN (Hernández, H. 2019a).

Durante las elecciones de 2018, cuentas relacionadas con Rusia amplificaron sentimientos negativos hacia la inmigración, por ejemplo, cuando se difundieron informaciones de monjas embarazadas tras acoger inmigrantes; uno de los temas estrella del partido de extrema derecha, Liga Norte.

### **Noticias falsas contra Macron**

Durante las elecciones presidenciales francesas de 2017, el candidato de En Marche!, Emmanuel

---

<sup>16</sup> La infoxicación es el exceso de información que limita nuestra capacidad para comprender los hechos.



Macron, fue blanco de numerosas noticias falsas destinadas a mermar su credibilidad y popularidad, como por ejemplo, un informe que aseguraba que el candidato poseía cuentas bancarias en las Bahamas; otro, que provenía de un sitio web muy similar al del diario belga *Le Soir*, en el que se señalaba que Arabia Saudí financiaba la campaña de Macron; o rumores de su supuesta relación homosexual secreta fuera del matrimonio. El objetivo era dar una mala imagen de Macron frente a la de su oponente del Frente Nacional, Marine Le Pen, si bien, Macron logró obtener la victoria electoral. (Jofré, 2018). Durante la campaña, Sputnik informó sobre una encuesta totalmente ficticia que pretendía poner al candidato conservador François Fillon a la cabeza. Fillon demostró su inclinación amistosa hacia Moscú, calificando las sanciones occidentales contra Rusia de "totalmente ineficaces". Sin embargo, sus malos resultados no le permitieron pasar a segunda vuelta y en ese momento el apoyo ruso viró hacia Marine Le Pen, la candidata populista de extrema derecha

En el período previo a las elecciones presidenciales francesas de 2017, Marine Le Pen recibió el apoyo financiero de Rusia. En 2014, su partido, el Frente Nacional, recibió un préstamo de nueve millones de euros de un banco ruso después de que las instituciones financieras francesas le negaron un crédito<sup>17</sup>. "El gobierno francés presionó a Facebook para eliminar cuentas falsas, y aproximadamente 70,000 cuentas francesas de la red social fueron suspendidas en los días previos a las elecciones" (Taylor, 2019).

## Desinformación en Holanda

Medio año antes de que se celebran las elecciones en los Países Bajos, el gobierno holandés detectó cientos de intentos de ataques cibernéticos contra sus ministerios. Los ataques se atribuyeron a dos grupos de hackers PT28 y APT29, conocidos en Estados Unidos como Cozy Bear y Fancy Bear, de los que se ha podido establecer que "están afiliados al Gobierno ruso y recopilan inteligencia política y militar" (Hernández, H. 2019a). Esta amenaza de injerencia extranjera y el miedo a que el PVV de Geert Wilders recibiera apoyo encubierto desde Rusia, llevo la decisión de contar los votos a mano, en vez de a través de los sistemas informáticos.

## Objetivo: dañar a la democracia sueca

En 2017, Suecia fue el objetivo de "una amplia gama de medidas activas" de Rusia utilizando noticias falsas, documentos falsos y desinformación como parte de una campaña coordinada para influir en la opinión pública sueca y en la toma de decisiones. La interferencia extranjera en las elecciones suecas tenía como objetivo reducir la confianza del público en el proceso electoral y dividir a los suecos en los principales problemas sociales y políticos. Además de dañar la democracia de Suecia, el Kremlin buscaba preservar el statu quo geoestratégico y disuadir la perspectiva de la membresía sueca en la OTAN (Kragh & Åsberg, 2017), al igual que en Lituania donde en 2017 aparecieron rumores de soldados de la OTAN que habían abusado de una joven.

<sup>17</sup> Vladimir Putin y Marine Le Pen, el eje antieuropeo

<https://www.elmundo.es/internacional/2017/03/25/58d57d11ca474108128b4600.html>



## **El referéndum en Cataluña**

Tampoco España se libró de la desinformación durante el referéndum ilegal de Cataluña donde, según EUvsDisinfo, los *bots* y cuentas relacionadas con Rusia incrementaron su actividad en un 2000% durante el día del referéndum. Vesti.ru afirmó que el “español se enseña como lengua extranjera en las escuelas catalanas” o Sputnik aseguró que las “islas Baleares también piden la independencia”.

Durante el proceso separatista catalán en España, se han detectado más de 4.800 robots difundiendo información manipulada a favor de la ruptura, e incluso diputados españoles han denunciado frente a la Eurocámara que RT difundió el 28 de octubre de 2017 noticias sobre de carros de combate dirigiéndose a Barcelona (RTVE.es, 2018). Sin embargo, el gobierno español, pese a que noticias y mensajes en redes sociales procedían de cuentas ubicadas en Rusia y en menor medida en Venezuela, dejó claro que no involucraba al gobierno ruso<sup>18</sup>.

## **Instrumentos de la UE contra la desinformación**

Aunque cada país europeo ha tomado medidas frente a la desinformación y las amenazas híbridas, la dimensión transfronteriza del fenómeno obliga a un enfoque coordinado y a largo plazo entre los Estados miembros de la UE para responder a este reto. Combatir la desinformación en la era de las redes sociales debe ser un esfuerzo coordinado que involucre a todos los actores relevantes. En esta parte del artículo vamos a analizar los instrumentos que se

han puesto en marcha desde las instituciones europeas.

## **Grupo de Trabajo East Stratcom**

En 2015, tras el llamamiento del Consejo Europeo a contrarrestar las campañas de desinformación rusas, se creó el Grupo de Trabajo East Stratcom (Estrategia de Comunicación para el Este), adjunto al Servicio Europeo de Acción Exterior (SEAE). El Grupo de Trabajo difundió, a través de euvdisinfo.eu, miles de ejemplos de desinformación favorable al Kremlin y comprendió mejor las técnicas e intenciones de las campañas de origen ruso.

El presupuesto para comunicación estratégica del SEAE, destinado a combatir la desinformación y sensibilizar sobre sus peligrosos efectos, ha pasado de 1,9 millones de euros en 2018 a 5 millones de euros en 2019; además de ir acompañado de un refuerzo del personal (de 50 a 55 miembros entre 2020 y 2021). Esas medidas permiten un mejor seguimiento del espacio informativo en los países de la Asociación Oriental y de los medios de comunicación rusos.

El Parlamento Europeo a principios de 2019 pidió a la Alta Representante que el East Stratcom se convirtiese en una unidad dentro del SEAE y proporcionó recursos para ayudar a los países candidatos y socios de la vecindad de la UE, en sus esfuerzos por contrarrestar las actividades hostiles de propaganda y desinformación (European Parliament, 2019).

---

<sup>18</sup> Sputnik (2017) El Gobierno asegura que “de ninguna manera” acusó al Kremlin de injerencia. Noviembre de 2017.



## **Marco Común frente a las amenazas híbridas**

En 2016 la UE adoptó un Marco Común relativo a la lucha contra las amenazas híbridas (Parliament and the Council, 2016), al que siguió en 2018 la comunicación conjunta sobre el aumento de la resiliencia e impulso de las capacidades para hacer frente a esas amenazas

Para el Marco Común, las campañas masivas de desinformación a través de redes sociales para controlar la narrativa política son instrumentos de las amenazas híbridas. En la medida en que la lucha contra esas amenazas se relaciona con la seguridad y defensa nacional, la responsabilidad principal recae en los Estados miembros. Sin embargo, muchos países se enfrentan a amenazas comunes, que pueden atacar las redes o infraestructuras transfronterizas y se afrontan de modo más eficaz con una respuesta coordinada a nivel europeo (European Parliament and the Council, 2016).

En 2016 se creó en el SEAE la Célula de Fusión contra las Amenazas Híbridas (EU Hybrid Fusion Cell, en sus siglas en inglés), dependiente del Centro de Inteligencia y Situación de la UE, que analiza este tipo de amenazas contra la UE. Un año después, abrió en Helsinki el Centro para la Lucha contra las Amenazas Híbridas (HybridCoe, en sus siglas en inglés) con la participación de 10 Estados miembros de la UE, Noruega y los EE. UU. Su apertura fue una señal de que las tensiones con Rusia por sus campañas de influencia en Occidente ya no podían ser ignoradas. El estrecho contacto entre ambos centros es una muestra de la cooperación entre la OTAN y la UE para abordar las amenazas híbridas.

## **Grupo de Expertos sobre desinformación y *fake news***

A finales de 2017, la Comisión creó un grupo de expertos de alto nivel (HLEG, en sus siglas en inglés) encargado de asesorar sobre *fake news* y desinformación, que presentó su informe de conclusiones en marzo de 2018 (European Commission, 2018a).

La HLEG aconsejó a la Comisión evitar cualquier forma de censura, ya sea pública o privada y recomendó aumentar la resiliencia social frente a la desinformación. La recomendación del grupo de expertos muestra el interés de salvaguardar las libertades democráticas y crea un marco para evaluar la efectividad de las respuestas que descansa en cinco pilares: mejora de la transparencia de las noticias en línea; un intercambio de datos que respete la privacidad; promover la alfabetización mediática e informativa; desarrollar herramientas para capacitar a los usuarios y periodistas frente a la desinformación; salvaguardar la diversidad y la sostenibilidad del ecosistema europeo de medios de comunicación, y promover la investigación continua sobre el impacto de la desinformación en Europa.

## **Las *fake news* y la desinformación en la opinión pública europea**

La Comisión puso en marcha un proceso de consulta pública sobre noticias falsas y desinformación, con cuestionarios en línea (European Commission, 2018d) que recibieron 2.986 respuestas, diálogos estructurados con las partes interesadas relevantes (European Political Strategy Centre, 2018) y una encuesta de opinión pública (Flash Eurobarometer 464, 2018) que cubrió a los 28 Estados miembros.

El objetivo de la consulta era evaluar la efectividad de las acciones de



actores como plataformas, medios de comunicación y organizaciones de la sociedad civil para contrarrestar la difusión de información falsa. Según la consulta más del 97% de los ciudadanos afirmaron haber estado expuestos a noticias falsas: 38% a diario y 32% semanalmente. El 74% consideró las redes sociales y las aplicaciones de mensajería como los canales principales a través del cual se encuentran con noticias falsas.

De la consulta se desprendió una percepción común entre todos los encuestados: que las noticias falsas en general tienen muchas probabilidades de causar daño a la sociedad, en áreas como asuntos políticos, inmigración, minorías y seguridad.

La verificación de hechos a través de organizaciones de noticias independientes y organizaciones de la sociedad civil se considera el mejor método para contrarrestar la desinformación. Sin embargo, la mayoría de los ciudadanos (70%) cree que las plataformas no hacen lo suficiente para ayudar a los usuarios a verificar la información antes de compartirla.

Con respecto a posibles acciones futuras, el 84% de las organizaciones estuvo de acuerdo en reducir la propagación de la desinformación *on line* pero con respeto a la libertad de expresión y sin promover ningún tipo de censura.

En la consulta se apuesta por fortalecer los esfuerzos para aumentar la alfabetización mediática en todos los niveles de edad, desde los alumnos de la escuela hasta una audiencia más adulta; y entre los actores, desde los usuarios finales hasta los periodistas, y garantizar el apoyo y el acceso del público al periodismo de confianza, dado su papel

fundamental en el mantenimiento de una sociedad plural fuerte.

En la encuesta de febrero de 2018 sobre *fake news* y desinformación (Flash Eurobarometer 464, 2018), el 73% de los usuarios de internet en la UE están preocupados por la desinformación o la información errónea *on line* durante los períodos electorales. El 85% de los encuestados percibe las noticias falsas *on line* como un problema en su país y el 83% como un problema para la democracia en general.

### **Enfoque europeo para combatir la desinformación en línea**

Tras las consultas realizadas, la Comisión lanzó un documento (European Commission, 2018b) en el que planteó un enfoque europeo para combatir la desinformación y crear entorno *on line* más transparente, fiable y responsable.

En ese informe la Comisión describe los efectos nocivos de la desinformación para las instituciones, medios de comunicación y la ciudadanía. En concreto señala el aumento de desconfianza institucional y el incremento de las tensiones sociales, con las consecuencias que puede tener para la seguridad interna si se combina con ciberataques o en la elaboración de políticas públicas al influir en la opinión pública. La desinformación puede afectar a políticas, debates sociales y comportamientos en ámbitos como el del cambio climático, la migración, la seguridad pública, la salud y las finanzas; y puede mermar la confianza en la ciencia y en las pruebas empíricas (European Commission, 2018b).

En dicho documento se subraya el papel clave que juegan las plataformas, los servicios de intercambio de vídeos y los motores de búsqueda; en la difusión y la amplificación de la desinformación



*on line*. Según la Comisión, estas plataformas apenas habían tomado medidas frente a la desinformación (European Commission (2108b). Además, se duda que las plataformas protejan bien a sus usuarios contra el uso no autorizado de sus datos personales por terceros, tal como demostraron las revelaciones de Facebook y Cambridge Analytica, investigadas por la extracción de los datos personales de millones de usuarios de redes sociales en la UE y su utilización en contextos electorales.

Aunque la protección los procesos electorales nacionales depende de las competencias de los Estados, la Comisión subrayó que la dimensión transfronteriza de la desinformación *on line* requiere un enfoque a escala europea. El ejecutivo comunitario presentó herramientas para garantizar la protección de los valores europeos y los sistemas democráticos, y se inspiró en cuatro principios: mejorar la transparencia con respecto a la forma en que se produce o patrocina la información; diversidad de la información; credibilidad de la información; y soluciones inclusivas con amplia participación de los interesados.

### **Medidas electorales**

Durante su discurso del Estado de la Unión del 12 de septiembre de 2018 (State of the Union, 2018), el presidente de la Comisión Jean Claude Juncker planteó una serie de medidas (denominadas, el paquete electoral) para garantizar unas elecciones europeas libres, lo que incluía una mayor transparencia de la publicidad política *on line* y la posibilidad de imponer sanciones por el uso ilegal de datos personales para influir en el resultado de los comicios. Las elecciones europeas de 2019 tendrían lugar en un entorno político y jurídico muy diferente al de 2014; pues se había comprobado que los

períodos electorales son un objetivo estratégico y sensible de las amenazas híbridas.

La finalidad de las propuestas era hacer frente a las amenazas que pueden afectar a las elecciones para salvaguardar la transparencia y proteger los procesos electorales de interferencias extranjeras y reforzar así la resiliencia de los sistemas democráticos de la Unión. La comisaria de Justicia, Consumidores e Igualdad de Género, Vera Jourova denunció “el uso fraudulento de datos personales, especialmente por parte de agentes extranjeros” y los ataques contra la infraestructura electoral y los sistemas de información de campaña que constituyen amenazas híbridas contra las que había que luchar.

Con el Paquete Electoral se instaba a los Estados a crear una red nacional de cooperación electoral integrada por las autoridades electorales, de ciberseguridad, de protección de datos y policiales; y a que designaran un punto de contacto para que participase en una red de cooperación electoral a nivel europeo. Esto permitiría a las autoridades detectar rápidamente posibles amenazas, intercambiar información y garantizar una respuesta instantánea y bien coordinada.

La Comisión instó a los partidos políticos europeos y nacionales, las fundaciones políticas y los organizadores de campañas a hacer pública la información sobre su gasto en campañas de publicidad *on line*, y a publicar los criterios utilizados para seleccionar al público objetivo de la información que se difundirá. Cuando no se sigan estos principios, los Estados miembros deberían aplicar sanciones a nivel nacional.

Además, tras el escándalo de Cambridge Analytica, se dieron



orientaciones sobre la aplicación de la legislación europea en materia de protección de datos en el contexto electoral y la financiación de los partidos políticos se hizo más rigurosa en todos los actores participantes en las elecciones europeas.

### **Código de Buenas Prácticas contra la desinformación**

El 16 de octubre de 2018, las grandes plataformas como Facebook, Google, Twitter, Mozilla y Microsoft, que lo hizo en mayo de 2019, así como la asociación que representa a las plataformas online y las de la industria publicitaria firmaron un Código de Buenas Prácticas contra la desinformación. Los signatarios presentaron hojas de ruta individuales para tomar medidas en 5 áreas: interrumpir los ingresos publicitarios de ciertas cuentas y sitios web que difunden la desinformación; garantizar la transparencia de la publicidad política para que los usuarios sepan por qué han sido objetivo de un determinado anuncio publicitario; abordar el problema de las cuentas falsas y los *bots* en línea; empoderar a los consumidores para luchar frente a la desinformación y acceder a diferentes fuentes de noticias, al tiempo que mejora la visibilidad y la capacidad de encontrar contenido autorizado; empoderar a la comunidad de investigación para monitorear la desinformación en línea respetando la privacidad de los datos de las plataformas.

La Comisión se comprometió a supervisar su eficacia de manera regular y pidió informes mensuales entre enero y mayo de 2019 a las tres grandes plataformas (Google, Facebook y Twitter); cerrar las cuentas falsas, identificar todos los mensajes difundidos automáticamente por *bots* y cooperar con verificadores de datos e investigadores

universitarios para detectar campañas de desinformación y hacer que los contenidos verificados sean más visibles y gocen de mayor difusión.

La Comisión, en principio, apostó por la autorregulación de las plataformas online; si fracasaba, podría proponer otras medidas, incluso reglamentarias.

### **Plan de Acción contra la Desinformación**

Medio año antes de que tuvieran lugar las elecciones europeas, la UE presentó un Plan de Acción contra la Desinformación (European Commission, 2018c). Durante la presentación, el vicepresidente responsable del Mercado Único Digital, Andrus Ansip, señaló a Rusia como principal fuente de las campañas de desinformación.

El plan de acción propuso un enfoque coordinado de lucha contra la desinformación en la UE basado en 4 pilares: mejorar las capacidades de las instituciones de la Unión para detectar, analizar y desenmascarar la desinformación; impulsar respuestas coordinadas y conjuntas de las instituciones de la UE y los Estados miembros; movilizar al sector privado para luchar contra la desinformación y sensibilizar y aumentar la capacidad de resistencia de la sociedad.

Los esfuerzos apuntaban a luchar frente a las campañas de desinformación antes de las elecciones europeas. Entre las medidas concretas se creó un sistema de alerta rápida que se basará en una plataforma digital segura, en la que los Estados miembros podrán compartir información y coordinar las respuestas a las campañas extranjeras de desinformación que se produzcan. Cada uno de los Estados miembros deberá designar un punto de contacto, a ser



posible adjunto a sus servicios de comunicación estratégica.

La Comisión también apostó por sensibilizar sobre los efectos de la desinformación con campañas de alfabetización mediática a través de programas especializados, de la cooperación transfronteriza entre profesionales y de la creación de herramientas prácticas que ayuden a fomentarla entre la población.

En cuanto a los medios de comunicación, la Comisión apoyó el periodismo de calidad y priorizará la pluralidad de medios de comunicación en toda Europa, financiará el periodismo de investigación transfronterizo y apoyará a los periodistas amenazados.

La Comisión se comprometió a fomentar la cooperación entre los verificadores de datos europeos; con herramientas y plataformas *on line* para que puedan colaborar entre sí y mantener más limpio y fuerte el ecosistema informativo.

Tres meses antes de las elecciones europeas, el Parlamento aprobó un Informe (Parlamento Europeo, 2019) que llamaba a los Estados a protegerse con leyes frente a las amenazas híbridas y contra la propaganda hostil, junto con las injerencias al proceso electoral. El objetivo era sensibilizar a la opinión pública “acerca de las campañas de desinformación de Rusia, ya que constituyen la principal fuente de noticias falsas en Europa”, según el servicio de prensa del Parlamento Europeo.

La ponente del informe (Fotyga, 2019), señaló que “la difusión de la desinformación se ha vuelto más sofisticada debido a las nuevas herramientas (por ejemplo, aplicaciones de mensajería privada, optimización de

motores de búsqueda, sonido manipulado o imágenes) y más agresiva”. El informe condena las acciones de Rusia, China, Irán y Corea del Norte, que según los eurodiputados buscan socavar las democracias europeas y la soberanía de todos los países de la Asociación Europea Oriental, así como influir en las elecciones y apoyar a los movimientos extremistas. Los eurodiputados instaron a la UE a que refuerce el grupo de lucha contra la propaganda East StratCom para combatir los ataques desde Rusia.

Además, se propuso que las compañías tecnológicas deberían ser responsables de eliminar de manera sistemática las noticias falsas que alojen.

Acerca de la protección de los procesos electorales europeos, se propone que los países miembros reformen las leyes electorales para contrarrestar las campañas de desinformación, los ciberataques, los delitos cibernéticos y las violaciones a la libertad de expresión que se produzcan durante las votaciones y las campañas electorales.

La resolución va más allá de la UE y habla de apoyar a los Estados asociados y a los países de los Balcanes para garantizar sus procesos electorales ante la propaganda maliciosa.

### **Informe sobre la ejecución del Plan de Acción contra la Desinformación**

Tras las elecciones de mayo de 2019, en las que hubo la participación más elevada en los últimos veinte años (50,97 %), la Comisión y la Alta Representante lanzaron un Informe sobre la ejecución del Plan de Acción contra la Desinformación (Comisión Europea, 2019a). Para la comisaria de Economía y Sociedad Digital, Mariya Gabriel, las medidas adoptadas ayudaron a combatir la desinformación y preservar



la integridad de las elecciones. “Sin embargo, -como reconoció Gabriel- queda mucho por hacer. Al fin y al cabo, las elecciones europeas no estuvieron exentas de desinformación (Comisión Europea, 2019b).”

Según el Informe, “las pruebas disponibles no han permitido determinar la existencia de una clara campaña transfronteriza de desinformación procedente de fuentes externas y específicamente dirigida a las elecciones europeas” (Comisión Europea, p. 1, 2019a). Sin embargo, pusieron de manifiesto una actividad de desinformación continuada y sostenida por parte de fuentes rusas<sup>19</sup> con el objetivo de “desalentar la participación electoral e influir en las preferencias de los votantes”. Así se cuestionó la legitimidad democrática de la Unión y se explotaron debates públicos polémicos sobre cuestiones como la inmigración y la soberanía. “Esto confirma que las campañas de desinformación desplegadas por agentes estatales y no estatales<sup>20</sup> suponen una amenaza híbrida para la UE” (Comisión Europea, 2019a).

Las herramientas utilizadas para combatir la desinformación funcionaron. El sistema de alerta rápida permitió una coordinación más estrecha entre la UE y las autoridades nacionales. También se reforzó la cooperación con las plataformas, “aunque estas todavía tienen que responder mejor a los informes externos sobre los comportamientos no auténticos y los contenidos maliciosos” (Comisión Europea, 2019a). Facebook, Google y Twitter han realizado algunos avances en

el marco del código de buenas prácticas en materia de desinformación. Entre enero y mayo de 2019, las plataformas en línea tomaron medidas para limitar el alcance del correo basura y la desinformación a escala mundial.

Según el Informe, en los días anteriores a las elecciones, las plataformas detectaron y cerraron cuentas que difundían desinformación y discursos de incitación al odio a raíz de alertas procedentes de investigadores y periodistas independientes. “Más de 600 grupos y páginas de Facebook que operan en Francia, Alemania, Italia, Reino Unido, Polonia y España han difundido desinformación e incitación al odio o han utilizado perfiles falsos para potenciar de forma artificial el contenido de los partidos o sitios que apoyan” (Graham-Harrison, 2019). Estas páginas generaron 763 millones de opiniones de usuarios. Denuncias de investigadores, verificadores de datos y de la sociedad civil también sirvieron para detectar otros casos de intentos a gran escala de manipular el comportamiento de voto al menos en nueve Estados miembros (Avaaz, 2019a).

El movimiento ciudadano global de Avaaz (2019a) descubrió redes de desinformación de extrema derecha en Francia, Reino Unido, Alemania, España, Italia y Polonia, publicando contenido que se estima que fue visto 533 millones de veces tres meses antes de las elecciones europeas, antes de ser eliminado por Facebook. Las páginas de desinformación eliminadas tenían más de 13 millones de “interacciones” y 6 millones de seguidores, casi tres veces el

<sup>19</sup> El número de casos de desinformación atribuidos a fuentes rusas y documentados por el Grupo de Trabajo de Comunicación Estratégica del Este desde enero de 2019 (998) se ha duplicado en comparación con el mismo período de 2018 (434).

<sup>20</sup> Véanse, en particular, los anuncios en Facebook sobre la supresión de páginas, grupos y cuentas en otros países <https://newsroom.fb.com/news/>.



número de seguidores (2 millones) de las principales páginas de extrema derecha y de euroescépticos (Lega, AfD, VOX, partido del Brexit, Rassemblement National y PiS). Como resultado de la investigación, Facebook cerró 77 páginas y 230 cuentas en Alemania, Reino Unido, Francia, Italia, España y Polonia -- representando el mayor cierre masivo conocido de páginas de la red social antes de las elecciones europeas.

Para la Comisión “establecer una evaluación concluyente del alcance y del impacto de las campañas de desinformación llevará tiempo y requerirá un esfuerzo concertado de la sociedad civil, el mundo académico, los agentes públicos y las plataformas en línea” (Comisión Europea, p. 4, 2019a).

Las instituciones también trabajaron para fomentar la resiliencia social y aumentar el nivel de alfabetización mediática antes de las elecciones con seminarios, conferencias y ruedas de prensa; en las que participaron cientos de periodistas, y con sesiones informativas para grupos de visitantes, en particular durante la Semana Europea de la Juventud, en Bruselas, que acogieron a unos 200 participantes de la sociedad civil, las

universidades y las organizaciones juveniles.

Además, se mejoró la comunicación sobre las políticas de la UE y su impacto en la vida cotidiana, con una comunicación proactiva y multilingüe a millones de ciudadanos de la UE a través de las redes sociales<sup>21</sup> y mediante campañas de comunicación<sup>22</sup>, como «Esta vez voto»<sup>23</sup> que puso en marcha el Parlamento Europeo.

Para reaccionar ante la desinformación, varias Representaciones de la Comisión crearon páginas en sus sitios web para refutar antiguos mitos acerca de la UE y desarrollar asociaciones con verificadores de datos, equipos editoriales y otras iniciativas de la sociedad civil para desacreditar la desinformación.

A fin de intensificar las iniciativas de alfabetización mediática en toda la UE y poner de relieve las mejores prácticas, en particular a nivel regional y nacional, la Comisión organizó la primera Semana Europea de la Alfabetización Mediática con más de 320 actos en la UE<sup>24</sup>.

<sup>21</sup> La Comisión comunica regularmente a través de sus cuentas en las redes sociales sobre la desinformación: entre enero de 2018 y abril de 2019 publicó 57 mensajes en Twitter, Facebook, Instagram y LinkedIn, que generaron 54 781 reacciones, 3 256 476 impresiones (solo en Twitter y en Facebook) y 385 655 lecturas (solo en Facebook e Instagram).

<sup>22</sup> Una Europa que proporcione resultados (InvestEU, en funcionamiento en 16 Estados miembros y que superó los 240 millones de contactos potenciales en 2017-2018), una Europa que empodere (EUandME, que se dirige a unos 100 millones de personas entre 18 y 35 años

en la UE y que superó los 60 millones de contactos potenciales en 2018-2019) y una Europa que protege (dirigida a la población de entre 35 y 55 años y que llegó a casi 60 millones de contactos potenciales en 2018-2019).

<sup>23</sup> Esta campaña contó con la participación de 300 000 personas que tomaron parte en un debate sobre Europa en sus comunidades locales y grupos sociales, tanto en línea como fuera de línea. Más de 340 organizaciones paneuropeas se asociaron con el Parlamento para promover las elecciones.

<sup>24</sup> Esta iniciativa se llevó a cabo en cooperación con los Estados miembros y tuvo lugar del 18 al 22 de marzo de 2019.



## Conclusiones

La exposición de los ciudadanos a una desinformación a gran escala representa un gran reto, pues socava la confianza de los ciudadanos en las instituciones y les complica la toma de decisiones informada. En un momento de desconfianza en las élites y en los medios tradicionales; el ascenso de los populismos y, lo fácil y económico que resulta para distintos actores externos e internos el uso de las redes sociales, ha facilitado el fenómeno de la desinformación, que contribuye a perforar los cimientos de las democracias. La difusión de desinformación también afecta a los procesos de elaboración de políticas, ya que influye en la opinión pública y podría manipular políticas, debates sociales y comportamientos en ámbitos como el cambio climático, la migración, la seguridad pública, la salud y las finanzas.

El Brexit o el auge del populismo en Europa no se pueden atribuir únicamente a la desinformación propagada por Rusia o a los modelos de negocio que utilizan las plataformas o los medios tradicionales. Según la Comisión Europea (2018 b) “la precariedad económica, el creciente extremismo y los cambios culturales generan ansiedad y ofrecen un caldo de cultivo en el que las campañas de desinformación pueden fomentar las tensiones sociales, la polarización y la desconfianza”.

Grupos asociados con Rusia difundieron desinformación en las redes sociales durante las elecciones al Parlamento Europeo de mayo de 2019, pero no se puede acusar a Moscú de orquestar una campaña transfronteriza de desinformación dirigida a las elecciones europeas (Comisión Europea, p. 1, 2019a). “Sin embargo, en la

mayoría de los países evaluados, fueron los actores domésticos quienes abusaron de la tecnología de la información para subvertir el proceso electoral” (Shahbaz, A. and Funk, A., 2019). En la investigación de Alto Analytics (2019b) tras las elecciones europeas se destaca que “es notable la cantidad de actividad y ruido de una porción relativamente pequeña de participantes en el debate digital de la esfera pública”. Son perfiles que simpatizan con partidos nacionalistas y populistas de derecha e izquierda (como Alternativa para Alemania (AfD) o los españoles Vox o Podemos).

En cuanto a la actuación de las plataformas *on line*, según el informe anual de la Comisión Europea (2019c), Google informó de la retirada entre enero y mayo, a nivel mundial, de más de tres millones de canales de YouTube; Facebook desactivó más de dos millones de cuentas falsas en el primer trimestre de este año; y Twitter verificó si 77 millones de cuentas eran reales. Sin embargo, según la Comisión todavía tienen mucho trabajo que realizar pues cree que las tácticas de intoxicación han variado en las últimas elecciones europeas. “En lugar de poner en marcha grandes campañas de desinformación en las plataformas digitales, estos actores, en particular los vinculados a fuentes rusas, ahora parecen optar por operaciones a pequeña escala y localizadas, que son más difíciles de detectar y revelar”(Comisión Europea, 2019c).

El Código de Buenas Prácticas que firmaron Facebook, Google, Microsoft, Mozilla y Twitter “ha logrado hacer más transparentes sus políticas y establecer una cooperación más estrecha con los investigadores, los verificadores de datos y los Estados miembros” (Comisión Europea, 2019c). Pero, aun así, en el



Informe anual de las plataformas, la Comisión denuncia que “persisten la propaganda y la desinformación automatizadas a gran escala” y que el acceso a los datos facilitado hasta ahora por las plataformas sigue sin satisfacer las necesidades de los investigadores independientes.

En principio lo óptimo es la autorregulación y el cumplimiento voluntario del Código de Buenas Prácticas antes que regular el fenómeno de *las fake news* para evitar la represión ideológica o problemas de censura que sería contradictorio con los valores europeos. Según Alemanno (2018), las leyes para evitar noticias falsas no son la solución pues cuando el juez está listo para actuar, ya es demasiado tarde y la historia se ha vuelto viral e incluso pueden agravarse las causas del fenómeno. El autor sugiere la posibilidad de introducir una ley “que requeriría que todas las redes sociales inviten a los lectores a tener un acceso más fácil a perspectivas e información adicionales, incluidos artículos de verificadores de hechos de terceros”.

El Código autorregulatorio debería ampliarse a aplicaciones de mensajería como WhatsApp o Telegram, que también se utilizan para difundir bulos y cuya problemática es más compleja ya que son mensajes de carácter privado y, a menudo, compartidos por particulares.

Redes como Twitter<sup>25</sup> ya han anunciado la prohibición de la publicidad política; Google que va a limitarla prohibiendo la microsegmentación ideológica,<sup>26</sup> y Facebook no la eliminó aunque introdujo medidas para garantizar la transparencia

y saber quién ha pagado una determinada campaña pero sin controlar la veracidad del contenido de los anuncios políticos, para no interferir en el discurso político. La compañía de Zuckerberg dará más control a los usuarios al agregar una función para que elijan ver menos publicidad de partidos y campañas políticas. Google y Facebook también trabajan para eliminar los *deepfakes* (videos manipulados).

Como señala la Comisión Europea (2017), en su Libro blanco sobre el Futuro de Europa, “la UE y los Estados miembros deben actuar rápido para restablecer la confianza, promover el consenso y generar un sentimiento de pertenencia en una época en la que la información nunca ha sido tan abundante, accesible y, sin embargo, tan difícil de comprender”. Para conseguirlo, la UE ha puesto en marcha de campañas de alfabetización mediática dirigidas a la ciudadanía europea, con programas de apoyo que enseñan habilidades críticas de investigación e información o iniciativas periodísticas que intenten ayudar al público a navegar por sus ecosistemas de información y a educadores que enseñen habilidades de verificación de hechos.

Combatir la desinformación conlleva fortalecer la resiliencia colectiva pero las instituciones europeas precisan de más recursos humanos y de un presupuesto adecuado con el fin de detectar, analizar y desenmascarar mejor las campañas de desinformación. También es necesaria mayor transparencia y reglas que prohíban la concentración indebida de la propiedad de los medios de comunicación.

<sup>25</sup> <https://www.bbc.com/mundo/noticias-50244219>

<sup>26</sup>

<https://www.genbeta.com/actualidad/google>

[-limitara-publicidad-politica-no-prohibira-como-twitter](#)



Aunque las elecciones europeas se han desarrollado con normalidad pese a los ataques recibidos, las campañas de desinformación van a continuar siendo un reto para el futuro. Las instituciones europeas y los Estados miembros deben seguir trabajando de manera coordinada frente a esta amenaza pues los ataques son cada vez más sofisticados y agresivos. Es imperativo reforzar más el sistema de alerta rápida, con una metodología común para el análisis de las campañas de desinformación, así como el refuerzo de las asociaciones con organizaciones internacionales, como el G-7 y la OTAN. En futuras investigaciones, se podría analizar cómo han explotado algunos actores estatales la crisis del coronavirus para promover los intereses geopolíticos, desafiando la credibilidad de la Unión Europea y sus socios.

La desinformación es una amenaza que evoluciona a gran velocidad por eso se requiere una investigación constante y recursos humanos adecuados para hacer frente a las nuevas prácticas y tendencias. Las plataformas digitales seguirán siendo el nuevo campo de batalla para la democracia en Europa y el resto del mundo.

## Referencias

- Alemanno, A. (2018). How to Counter Fake News? A Taxonomy of Anti-fake News Approaches. *European Journal of Risk Regulation*, 9(1), 1-5. doi: <https://doi.org/10.1017/err.2018.12>.
- Alto Analytics. (2019 a) *Public Digital Debate Ahead of EU Parliamentary Elections*. Marzo. Recuperado de: [https://www.alto-analytics.com/en\\_US/eu-elections-public-digital-debate/](https://www.alto-analytics.com/en_US/eu-elections-public-digital-debate/)
- Alto Analytics. (2019 b) *Europe's Parliamentary Elections in the Digital Ecosystem*. Julio. Recuperado de: [https://www.alto-analytics.com/en\\_US/europes-parliamentary-elections-in-the-digital-ecosystem/](https://www.alto-analytics.com/en_US/europes-parliamentary-elections-in-the-digital-ecosystem/)
- Avaaz (2019) *Far right networks of deception. Avaaz investigation uncovers flood of disinformation, triggering shutdown of Facebook pages with over 500 million views ahead of EU elections*. 22/05/2019. Avaaz Report. Recuperado de: <https://avaazimages.avaaz.org/Avaaz%20Report%20Network%20Deception%2020190522.pdf>
- BBC (2018) *Government announces anti-fake news unit*, 23 January 2018.
- Bradshaw, S; Howard, P. (2018) *Why Does Junk News Spread So Quickly Across Social Media?* Publisher: Knight Foundation
- Braun, J. and Eklund, J. (2019) *Fake News, Real Money: Ad Tech Platforms, Profit-Driven Hoaxes, and the Business of Journalism* (2019). *Digital Journalism*. 1. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1556314>
- Brahms, Y. (2019) *Philosophy of Post-Truth*, Institute for National Security Studies, Tel Aviv University. Recuperado de: <https://www.inss.org.il/publication/philosophy-of-post-truth/>
- Cock Bunning, M. (2018) *A multi Dimensional approach to disinformation. Report of the independent High Level Group on fake news and online disinformation*. European Commission; Luxembourg, Publications office of the EU.
- *Code of practice on disinformation* (2018), 26 September 2018. Recuperado de: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-practice-disinformation>



- Colomina, C. (2019). Amenazas reales y virtuales: la Europa vulnerable a la desinformación. *CIDOB Report 3*.
- Comisión Europea (2017) *Libro blanco sobre el futuro de Europa*. Marzo 2017. Recuperado de: [https://ec.europa.eu/commission/site/s/beta-political/files/libro\\_blanco\\_sobre\\_el\\_futuro\\_de\\_europa\\_es.pdf](https://ec.europa.eu/commission/site/s/beta-political/files/libro_blanco_sobre_el_futuro_de_europa_es.pdf)
- Comisión Europea (2019a) *Comunicación conjunta al parlamento europeo, al Consejo Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social europeo y al Comité de las Regiones. Informe sobre la aplicación del Plan de acción contra la desinformación 2019/12 final*, 14 Junio. Recuperado de: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=comnat:JOIN\\_2019\\_0012\\_FIN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=comnat:JOIN_2019_0012_FIN)
- Comisión Europea (2019b). *Comunicado de prensa: Una Europa que protege: la UE informa sobre los progresos realizados en la lucha contra la desinformación ante el Consejo Europeo*. 14 junio 2019. Bruselas. Recuperado de: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/IP\\_19\\_2914](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/IP_19_2914)
- Comisión Europea (2019c) *Informes anuales de las plataformas*, 29 October 2019. Bruselas. Recuperado de: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/annual-self-assessment-reports-signatories-code-practice-disinformation-2019>
- D'Ancona, M. (2017) *Post-truth: The war on truth and how to fight back*, London: Ebury Press
- De Backer, F. (2019) *Posverdad y fake news: propaganda y autoritarismo en el siglo XXI*. Trabajo fin de master. UNED.
- DW (2019) *Russia trying to meddle in EU elections*. Report, 14 April 2019
- European Commission (2018a) *A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation*. Luxembourg, Publications office of the EU, March 2018.
- European Commission (2018b) *Communication on Tackling Online Disinformation*. Bruselas, 26 April. Recuperado de: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52018DC0236>
- European Commission (2018c) *Action plan against disinformation*. Brussels, 5.12.2018 JOIN(2018) 36 final. Recuperado de: [https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/action\\_plan\\_against\\_disinformation.pdf](https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/action_plan_against_disinformation.pdf)
- European Commission (2018d) *Synopsis report of the public consultation on fake news and online disinformation*. 26 April 2018. Recuperado de: [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Synopsis\\_Public\\_Consultation\\_Fake\\_news.pdf%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Synopsis_Public_Consultation_Fake_news.pdf%20(1).pdf)
- European Council (2015) *Conclusions*, 19-20 March. Recuperado de: <https://www.consilium.europa.eu/media/21888/european-council-conclusions-19-20-march-2015-en.pdf>
- European parliament (2019) *Hostile propaganda: the EU must develop a firm response*. 22 Enero.
- European parliament and the Council (2016) *Joint Framework on countering hybrid threats a European Union response*. Brussels, JOIN (2016) 18 final. Recuperado de: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52016DC018>

- [content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016JC0018&from=en](#)
- Flash Eurobarometer 464 (2018) *Fake news and disinformation on line*. April 2018.
  - Fletcher, R; Cornia, A; Graves, L; and Nielsen, R. K. (2018) *Measuring the reach of “fake news” and online disinformation in Europe*. Reuters Institute for the Study of Journalism February. Recuperado de: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-02/Measuring%20the%20reach%20of%20fake%20news%20and%20online%20distribution%20in%20Europe%20CORRECT%20FLAG.pdf>
  - Fotyga, A. (2019) *Las armas que usan contra nosotros están en continua evolución*. 13 marzo 2019. Recuperado de: <https://www.europarl.europa.eu/news/es/headlines/eu-affairs/20190130STO24604/anna-fotyga-las-armas-que-usan-contra-nosotros-estan-en-continua-evolucion>
  - Freedom House (2019) *Freedom on the Net 2019. The Crisis of Social Media*. Recuperado de: <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2019/crisis-social-media>
  - Graham-Harrison, E. (2019) *Far-right Facebook groups 'spreading hate to millions in Europe*. The Guardian, 22 May 2019.
  - Harari, Y.N. (2018), 21 *Lecciones para el S.XXI*, Debate. Madrid.
  - Hernández, H. (2019a) Análisis de la desinformación en Europa (II). Noviembre, *Revista Atalayar*. Recuperado de: <https://atalayar.com/content/an%C3%A1lisis-de-la-desinformaci%C3%B3n-en-europa-ii>
  - Hernández, H. (2019b) Análisis de la desinformación en Europa (III). Noviembre, *Revista Atalayar*. Recuperado de: <https://atalayar.com/content/an%C3%A1lisis-de-la-desinformaci%C3%B3n-en-europa-iii>
  - House of Commons, Digital, Culture, Media and Sport committee (2019) *Disinformation and 'fake news': Final Report Eighth Report of Session 2017–19 Report, together with formal minutes relating to the report*. Ordered by the House of Commons to be printed 14 February 2019
  - Jofré, V. (2018). *Francia lucha contra las fake news*. *La Tercera*. Recuperado de: <http://www.latercera.com/mundo/noticia/francia-lucha-las-fake-news/71516/>
  - Kragh, M. & Åsberg, S. (2017) *Russia's strategy for influence through public diplomacy and active measures: the Swedish case*. Pages 773-816 5 January. doi: <https://doi.org/10.1080/01402390.2016.1273830>
  - Quattrociochi, W. Scala, A. Sunstein C. (2016) Echo chambers on Facebook. *Social Science Research Network*. Recuperado de: <https://ssrn.com/abstract=2795110>.
  - Martens, B.; Aguiar, I.; Gómez-Herrera, E.; and Mueller-Langer, L. (2018) The digital transformation of news media and the rise of disinformation and fake news. An economic perspective. *JRC Digital Economy Working Paper 2018-02*. Seville, Spain: European Commission.
  - McCauley, K.N. (2016) *Russian influence campaigns against the West*. South Carolina. Editor:



- CreateSpace. Independent Publishing Platform.
- McIntyre, Lee (2018). *Post-Truth*. London and Cambridge: MIT Press.
  - McNair, B. (2018). *Fake news, falsehood, fabrication, and fantasy in journalism*. London: Routledge. ISBN: 978 1138306790
  - Ministerio de Asuntos Exteriores de la Federación Rusa (2019). *The Irish Times spreads fake news*. 3 July 2019. Recuperado de: [https://www.mid.ru/en/nedostoverni-e-publikacii/-/asset\\_publisher/nTzOQTrrCFd0/content/id/3709223](https://www.mid.ru/en/nedostoverni-e-publikacii/-/asset_publisher/nTzOQTrrCFd0/content/id/3709223)
  - Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D.A.L. and Nielsen, R.K. (2018) *Reuters Institute digital news report 2018*. Reuters Institute and University of Oxford. Recuperado de: <http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf?x89475>.
  - Nielsen, R. and Graves, L. *News you don't believe: Audience perspectives on fake news*. Factsheet, October 2017 Reuters Institute.
  - Parlamento Europeo (2016) *Resolución del Parlamento Europeo, de 23 de noviembre, sobre la comunicación estratégica de la Unión para contrarrestar la propaganda de terceros en su contra* (2016/2030(INI)). Recuperado de: [https://www.europarl.europa.eu/doc/eo/document/TA-8-2016-0441\\_ES.pdf?redirect](https://www.europarl.europa.eu/doc/eo/document/TA-8-2016-0441_ES.pdf?redirect)
  - Parlamento Europeo (2019a) *Recomendación del Parlamento Europeo, de 13 de marzo de 2019, a la vicepresidenta de la Comisión / alta representante de la Unión para Asuntos Exteriores y Política de Seguridad y al Consejo de hacer un balance del seguimiento realizado por el SEAE dos años después del informe del PE sobre la comunicación estratégica de la Unión para contrarrestar la propaganda en su contra por parte de terceros* (2018/2115(INI)). Recuperado de: [https://www.europarl.europa.eu/doc/eo/document/TA-8-2019-0187\\_ES.html](https://www.europarl.europa.eu/doc/eo/document/TA-8-2019-0187_ES.html)
  - Parlamento Europeo (2019b) *Resolución del Parlamento Europeo, de 10 de octubre, sobre la injerencia electoral extranjera y la desinformación en los procesos democráticos nacionales y europeos* (2019/2810(RSP)). Recuperado de: [https://www.europarl.europa.eu/doc/eo/document/TA-9-2019-0031\\_ES.html](https://www.europarl.europa.eu/doc/eo/document/TA-9-2019-0031_ES.html)
  - Rabin-Havt, A. (2016). *Lies, Incorporated: The World of Post-Truth Politics*. New York: Anchor Books.
  - Resource Centre on Media Freedom (2019) *Special Dossier Disinformation* 10 Enero. Recuperado de: <https://www.rcmediafreedom.eu/Dossiers/Disinformation>
  - Reuters Institute (2017) *Digital News Report*, published by the Reuters Institute and Oxford University Press.
  - Rodríguez-Ferrándiz, R. (2019). Posverdad y fake news en comunicación política: breve genealogía. *El profesional de la información*, 28(39), e280314. doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.14>
  - Roig, C. (2018) *Las guerras de la era de la desinformación*. 7 Mayo, 2018. La Vanguardia
  - RTVE.es/AGENCIAS. (2018) “La UE hará frente a las “campañas de desinformación” y las noticias falsas de Rusia”. *RTVE.es*. Consultado el 10 de Noviembre de 2019, obtenido



- en:  
<http://www.rtve.es/noticias/20180117/ue-hara-frente-campanas-desinformacion-fake-news-rusia/1662380.shtml>.
- Schmidt, A., Zollo, F., Del Vicario, M., Bessi, A., Scala, A., Caldarelli, G., Stanley, H.E., Quattrociocchi, W. (2017): Anatomy of news consumption on Facebook. *PNAS*, <https://www.pnas.org/content/114/12/3035#ref-9>
  - Schudson, M. and Zelizer, B. (2017) *Fake News in Context. Understanding and Addressing the Disinformation Ecosystem*. December 15-16, 2017 Annenberg School for Communication.
  - Scott, M. (2017), *Far-right German voters more likely to believe fake news, study says*. Politico, 21 December 2017.
  - Shahbaz, A. and Funk, A. (2019) *Digital Election Interference*, Freedom House.
  - Standage, T. (2017) The true history of fake news. *The Economist* June/July 2017. Recuperado de: <https://www.1843magazine.com/technology/rewind/the-true-history-of-fake-news>
  - State of the union (2018) “European Commission proposes measures for securing free and fair European elections”, 12 septiembre. Consultado el 9 de Noviembre de 2019, Recuperado de: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP\\_18\\_5681](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_18_5681)
  - Sullivan, M. (2017). *It's Time to Retire the Tainted Term 'Fake News'*. Washington Post. Recuperado de: [https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/its-timeto-retire-the-tainted-term-fake-news/2017/01/06/a5a7516c-d375-11e6-945a-76f69a399dd5\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/its-timeto-retire-the-tainted-term-fake-news/2017/01/06/a5a7516c-d375-11e6-945a-76f69a399dd5_story.html)
  - Taylor, M. (2019) *Combating disinformation and foreign interference in democracies: Lessons from Europe*, July 31, 2019 Brookings Institution.
  - The Economist (2017) *Do social media threaten democracy?* 4 November 2017.
  - Vilmer J.; Escorcía, A.; Guillaume, M. and Herrera, J. (2018) *Information Manipulation: A Challenge for our Democracies*. Resource Centre on Media Freedom in Europe. August 2018. Recuperado de: <https://www.rcmediafreedom.eu/Publications/Reports/Information-Manipulation-A-Challenge-for-Our-Democracies>
  - Vinogradov, A, Realil, K. (2017). *Cómo Rusia está jugando con Cataluña para obtener el indulto por Crimea*, Crimea en la prensa extranjera. *Stopfake.org*. Recuperado de: <https://www.stopfake.org/es/como-rusia-esta-jugando-con-cataluna-para-obtener-el-indulto-por-crimea-crimea-en-la-prensa-extranjera/>
  - Walker, C. and Ludwig, J. (2017a). *The Meaning of Sharp Power*. *Foreign Affairs*. Consultado 3 octubre 2019 y disponible en: <https://www.foreignaffairs.com/articles/china/2017-11-16/meaning-sharp-power>
  - Walker, C. and Ludwig, J. (2017b) *From 'Soft Power' to 'Sharp Power': Rising Authoritarian Influence in the Democratic World*. In: National Endowment for Democracy, *Sharp Power': Rising Authoritarian Influence*. New York.
  - Wardle, C. 2017. *Fake News. It's Complicated*. *First Draft News*. Recuperado de:



<https://firstdraftnews.com:443/fake-news-complicated/>

- Wardle, C. and Derekshan, H. (2017) *Information Disorder: Toward an*

*interdisciplinary framework for research and policy making*, Council of Europe report, DGI (2017)09.