

DESINFORMACIÓN Y CENSURA EN CONFLICTOS INTERNACIONALES. LOS CASOS DE UCRANIA Y GAZA

Autores

Jorge Tuñón
Rocío Sánchez del Vas
Iñigo Sáenz de Ugarte

Coordinador y editor:

Vicente Palacio

FUNDACIÓN ALTERNATIVAS

Documento de trabajo

No. 236/2024

DESINFORMACIÓN Y CENSURA EN CONFLICTOS INTERNACIONALES. LOS CASOS DE UCRANIA Y GAZA

Autores

Jorge Tuñón
Rocío Sánchez del Vas
Iñigo Sáenz de Ugarte

Coordinador y editor
Vicente Palacio

FUNDACIÓN ALTERNATIVAS

Documento de trabajo

No. 236/2024

ÍNDICE

Resumen <i>Abstract</i>	4
Introducción <i>por</i> Vicente Palacio	6
Apartado 1	
La Unión Europea ante la desinformación <i>por</i> Jorge Tuñón	11
Apartado 2	
La desinformación en los conflictos del siglo XXI <i>por</i> Rocío Sánchez del Vas	24
Apartado 3	
Desinformación y propaganda. Los casos de las guerras de Ucrania y Gaza <i>por</i> Iñigo Saenz de Ugarte	35
Apartado 4	
Conclusiones y recomendaciones <i>por</i> Jorge Tuñón, Rocío Sánchez del Val, Iñigo Saenz Ugarte, Vicente Palacio	53
Bibliografía	63
Biografías	71

RESUMEN

El fenómeno de la desinformación no se limita al ámbito de las redes sociales; no es patrimonio únicamente de los regímenes autoritarios y populistas; y no afecta únicamente a la limpieza de los procesos electorales. Si ponemos el foco en el análisis de la información en los conflictos internacionales, debemos tener en cuenta que la desinformación es un fenómeno con varias ramificaciones.

El punto de partida de este documento de trabajo es la constatación de que la desinformación, la propaganda y la censura en los conflictos armados representan una amenaza vital para nuestras democracias. Ambas atentan contra el derecho de la ciudadanía a obtener una información veraz, que es la base de las democracias liberales. Para España y para la Unión Europea, que están enfrentando dos grandes conflictos en Ucrania y en Oriente Medio, una información veraz y a tiempo debería ser la base de una democracia sana y también de una política exterior que rinda cuentas a los ciudadanos.

Este documento tiene un triple objetivo. Primero, realizar un balance crítico de las respuestas legislativas dadas a nivel europeo frente a la desinformación. Segundo, hacer un repaso de los aspectos más relevantes en ambos conflictos de Ucrania y Gaza. Y tercero, lanzar reflexiones y algunas propuestas para poder combatir mejor la desinformación, la propaganda o la censura en la medida de lo posible, siendo conscientes de que en esa vía podremos alcanzar éxitos parciales, aunque significativos.

ABSTRACT

The phenomenon of misinformation is not limited to the field of social networks; It is not the sole heritage of authoritarian and populist regimes; and it does not only affect the cleanliness of the electoral processes. If we focus on the analysis of information in international conflicts, we must take into account that disinformation has several ramifications.

The starting point of this paper is the confirmation that disinformation, propaganda and censorship in armed conflicts represent a vital threat to our democracies. Both violate the right of citizens to obtain truthful information, which is the basis of our liberal democracies. For Spain and the European Union, which are currently facing two major conflicts in Ukraine and the Middle East, accurate and timely information should be the basis of a healthy democracy and also of a foreign policy that is accountable to citizens.

Our document has three objectives. First, we carry out a critical assessment of the legislative responses given at the European level to disinformation. Second, we make a review of the most relevant aspects of the wars in Ukraine and Gaza. And third, we launch several reflections and proposals to better combat disinformation, propaganda or censorship, while being aware that in this way we can only achieve partial, although significant, success.

INTRODUCCIÓN

por Vicente Palacio

La llamada desinformación, habitualmente identificada con las “fake news”, se ha convertido no solo en un elemento transversal a las dinámicas políticas en general. Hoy supone ya un factor crucial en el ámbito de las relaciones internacionales, y en especial en el desarrollo de los grandes conflictos armados. Actualmente, las guerras de Ucrania y Gaza, o por ejemplo los conflictos en el Sahel africano, nos muestran ejemplos de tendencias mundiales de gran alcance.

El fenómeno de la desinformación no se limita al ámbito de las redes sociales; no es patrimonio únicamente de los regímenes autoritarios y populistas; y no afecta únicamente a la limpieza de los procesos electorales. Si ponemos el foco en el análisis de la información en los conflictos internacionales, debemos tener en cuenta que la desinformación es un fenómeno con varias ramificaciones. Primero, se manifiesta de múltiples maneras: en la censura y la auto-censura, la propaganda de guerra, la ciber-guerra, o la digitalización manipulada a través de las redes. Segundo, se ejerce por distintos actores, tanto autocracias (Rusia, China) como democracias (Occidente). Como se muestra en este documento, las estrategias de desinformación pueden tener muy diversos orígenes. Un análisis empírico nos muestra que gobiernos, centros de poder, organizaciones e individuos - con independencia de su ideología - compiten en distinto grado por dominar el “espacio cognitivo” de los conflictos mediante un gran número de herramientas. Estas pueden ser tanto tradicionales como las más nuevas y sofisticadas que permiten y alientan las nuevas tecnologías.

El punto de partida de este documento de trabajo es la constatación de que la desinformación y la censura aparejada a ella en los conflictos armados representan una amenaza vital para nuestras democracias. Ambas atentan contra el derecho de la ciudadanía a obtener una información veraz, que es la base de las democracias liberales. Para España y para la Unión Europea, que están enfrentando dos grandes conflictos en Ucrania y en Oriente Medio, una información veraz y a tiempo debería ser la base de una democracia sana y también de una política exterior que rinda cuentas a los ciudadanos.

Este documento tiene un triple objetivo. Primero, realizar un balance crítico de la respuestas legislativas dadas a nivel europeo frente a la desinformación. Segundo, hacer un repaso de los aspectos más relevantes en ambos conflictos de Ucrania y Gaza. Y tercero, lanzar reflexiones y algunas propuestas para poder combatir mejor la desinformación, la propaganda o la censura en la medida de lo posible, siendo conscientes de que en esa vía podremos alcanzar éxitos parciales, aunque significativos.

Es preciso enfatizar dos elementos transversales a nuestro análisis. Primero, la dimensión europea es fundamental en esta tarea. Especialmente durante la reciente legislatura de la Comisión que llega a término en 2024, la Unión Europea ha impulsado una batería de medidas legislativas importantes que conforma ya todo un corpus normativo, entre ellas: un Plan de Acción de la Unión Europea contra la Desinformación, un Plan de Acción para la Democracia Europea, la Ley de Servicios Digitales (DSA), la Ley de Mercados Digitales (DMA), la Ley Europea de Libertad de los Medios de Comunicación, o la Ley Europea de Inteligencia Artificial. La desinformación en el ámbito de las plataformas digitales es una cuestión que se está demostrando central en la gestión de conflictos como Ucrania y Gaza. Por ejemplo, en diciembre de 2023, la Comisión Europea abrió un procedimiento formal de infracción contra la red social X (antes Twitter) por incumplir la DSA en

cuanto a transparencia y medidas para combatir desinformación y contenidos ilegales. Igualmente la Comisión Europea también solicitaba información a Meta y Tik Tok sobre contenidos difundidos en redes sociales en relación al conflicto de Israel y Gaza. Tanto en Europa como en Estados Unidos, hay una batalla abierta entre gobiernos, medios de comunicación y organizaciones privadas en cuanto a la regulación de contenidos, donde confluyen derecho a información veraz, libertad de expresión y seguridad. Su impacto en el devenir de los conflictos objeto de este documento es directo. Un segundo elemento muy presente en nuestra reflexión es que la transparencia y buen funcionamiento de los medios de comunicación públicos, a nivel español y europeo, resulta fundamental, frente a unos medios privados y plataformas digitales de difícil regulación y control con los que siempre va existir una tensión permanente.

Estos y otros aspectos mencionados se abordan en el presente documento. En el primer capítulo, a cargo de Jorge Tuñón, se hace un balance de los instrumentos legislativos europeos puestos en marcha contra las estrategias desinformativas en tiempos bélicos. El segundo capítulo a cargo de Rocío Sánchez del Val hace un repaso de la desinformación en los conflictos del siglo XXI, así como de las respuestas por parte europea a la desinformación en el conflicto ruso-ucraniano. En el tercer capítulo, Iñigo Saenz de Ugarte analiza en detalle la desinformación, propaganda y censura en los casos de las guerras de Ucrania y Gaza. Finalmente en las conclusiones y recomendaciones, Jorge Tuñón, Rocío Sánchez, Iñigo Saenz Ugarte, y Vicente Palacio elaboran unas reflexiones de cara al futuro, tanto en cuanto a los mecanismos puestos en marcha a escala europea, como respecto a los casos de Ucrania y Gaza.

1

LA UNIÓN EUROPEA ANTE LA DESINFORMACIÓN

por Jorge Tuñón

1. INTRODUCCIÓN

Jamás la desinformación, la tergiversación propagandística y las noticias falsas han tenido mayor impacto en el seno de las sociedades democráticas como el derivado de la influencia de aquellas en el referéndum del *Brexit*. Entonces, los populistas eurófobos seguidores de la salida del Reino Unido de la UE orquestaron una campaña basada en la exaltación de los sentimientos de orgullo nacional mediante la difusión de narrativas históricas distorsionada. Para ello exhibieron una narrativa muy clara, directa, pero basada en argumentos falsos o flagrantes mentiras apoyadas por los tabloides británicos. De hecho, el gran fallo, primero del gobierno británico y más tarde de las autoridades europeas, fue el de dar por descontado que finalmente los ciudadanos se acogerían a los postulados de aquellos que defendían la permanencia, obviando las campañas de desinformación y viralización de noticias falsas interesadas en la escisión

del proyecto europeo (Pappagianneas, 2017; y Tuñón y Carral, 2019).

No han sido pocas las ocasiones en las que se han señalado los procesos electorales del Brexit y las elecciones presidenciales de EEUU en 2016 como los dos principales eventos que marcaron el inicio de la denominada “era de la posverdad”. Ambos hicieron saltar las alarmas en las instituciones europeas, considerando que la desinformación comprende una evidente amenaza contra los procesos democráticos y de elaboración de políticas, así como contra la protección de la salud, el medio ambiente o la seguridad de los ciudadanos de la UE (Comisión Europea, 2018a). No corrían entonces buenos tiempos para la UE. Las elecciones europeas de 2019, que se estimaban cruciales a la hora de determinar el futuro de la Unión, ya que las encuestas predecían el crecimiento exponencial de euroescépticos y populistas en la eurocámara, con motivo de la injerencia y la propagación indiscriminada de desinformación y

noticias falsas en las redes sociales (Tuñón, 2021a). Es por ello que, especialmente desde 2018 la UE ha procurado estar muy atenta para si no erradicar la desinformación, al menos mitigar sus efectos sobre la ciudadanía europea. De hecho, en Bruselas son muy conscientes de que la desinformación se intensifica durante los procesos electorales, pero no empieza ni concluye con los mismos.

Por primera vez en la historia de las elecciones al Parlamento Europeo, la participación se elevó hasta el 50,97% del censo, ocho puntos por encima de la registrada en las elecciones de 2014. Asimismo, la orientación de voto fue significativamente menos condescendiente con partidos populistas y eurófobos de lo que se preveía (Tuñón, 2021a). Resulta evidente que todos los esfuerzos y campañas de vigilancia y concienciación desarrolladas con motivo de las elecciones lograron (al menos parcialmente) contrarrestar las tendenciosas maniobras de desinformación e intoxicación digital, atribuidas a fuentes vinculadas con Rusia. Según un informe de la Comisión Europea (2019), la actividad detectada durante las semanas anteriores a la votación europea revelaba que hubo intentos deliberados de minar la credibilidad del Parlamento Europeo, alentar la abstención y provocar la radicalización del votante (De Miguel, 2019). Para Europa, Rusia está

detrás de la mayor parte de desinformaciones atinentes a la UE como fórmula para desestabilizar los diferentes procesos electorales europeos en beneficio de los intereses geopolíticos rusos (Gullo y Tuñón, 2009).

2. INSTRUMENTOS LEGISLATIVOS EUROPEOS CONTRA LAS ESTRATEGIAS DESINFORMATIVAS

2.1. Contextos electorales

Desde 2018, la Comisión Europea se ha concienciado de la importancia que entraña la lucha contra la desinformación y las noticias falsas como mecanismo de diplomacia pública. Por ello, ha venido impulsando una serie de iniciativas y documentos de política específicos. El Grupo Independiente de Alto Nivel —compuesto por representantes de redes sociales y empresas tecnológicas, verificadores, medios de comunicación, académicos o miembros de la sociedad civil— fue el primer responsable de elaborar el **“Informe del grupo independiente de alto nivel sobre fake news y desinformación en línea”** (Comisión Europea, 2018b), para definir y cuantificar las desinformaciones desde un prisma internacional, además de estudiar las posibles estrategias legales y contramedidas para combatirlas. El documento sugería

centrarse en: la transparencia de las noticias y su circulación en línea (creación de algoritmos de credibilidad); la alfabetización mediática y digital; el empoderamiento de usuarios y periodistas para combatir la desinformación (colaboración con verificadores independientes); la sostenibilidad del ecosistema mediático (eliminación de anuncios en webs propagadoras de desinformación); y la evaluación y el seguimiento de las soluciones ofrecidas para verificar la eficacia de las mismas (Tuñón, Oleart y Bouza, 2019:148). Por mucho que no tuviera fuerza vinculante, el informe, que se vio mayormente reflejado en la subsiguiente **comunicación de la Comisión Europea del 26/04/2018 sobre “La Lucha contra la desinformación en línea”** (Comisión Europea, 2018a), supuso el pistoletazo de salida para todas las iniciativas legislativas europeas que florecieron durante 2018 y 2019, de cara principalmente a las últimas elecciones al Parlamento Europeo.

Si bien se trataba de un acuerdo o declaración de intenciones sin fuerza vinculante legal, la Comisión Europea se congratuló por el acuerdo de auto-regulación que suponía el **“Código europeo de prácticas en desinformación”** (Comisión Europea, 2018c). En dicho acuerdo, plataformas digitales, redes sociales o anunciantes como Facebook, Google, Mozilla o Twitter se

comprometían en septiembre de 2018 a fomentar la transparencia en la propaganda política; cerrar cuentas falsas o a desacreditar a proveedores de desinformación; invertir en tecnologías y programas como los “indicadores de confianza”; usar medios tecnológicos que den prioridad a “información relevante, auténtica y de autoridad”; o trabajar con la sociedad civil o los gobiernos para “mejorar el pensamiento crítico y los conocimientos sobre medios digitales (Tuñón, 2021a: 12). El interés de la UE por la desinformación también ha traído aparejada una preocupación por la vulnerabilidad de las democracias a la manipulación de sus procesos electorales por parte de potencias extranjeras. Por ello, el Consejo Europeo invitó en marzo de 2015 a la entonces Alta Representante de la Unión para Asuntos Exteriores y Política de Seguridad, Federica Mogherini, a preparar un plan de acción sobre comunicación estratégica para contrarrestar las campañas de desinformación procedentes de fuera de la Unión, en concreto de Rusia (Departamento de Seguridad Nacional, 2022). Esto condujo a la creación de una división de comunicaciones estratégicas (StratCom) y al primero de sus grupos de trabajo en el seno del Servicio Europeo de Acción Exterior (SEAE). Mientras tanto, también en el seno de la Comisión Europea pero no en el del SEAE, recordemos que ya

en 2017, la Comisión Europea creaba un grupo de expertos para asesorar sobre la lucha contra la desinformación, el cual presentaba su comentado informe, en marzo de 2018, que sentaría las bases para la comunicación de la Comisión sobre la lucha contra la desinformación en línea (**Comisión Europea, 2018b**).

Contemporáneamente a aquellos trabajos, a finales de 2018, y a sugerencia del Consejo Europeo, la Alta Representante y la Comisión, presentó el **Plan de Acción de la Unión Europea contra la Desinformación**, que incluía diez acciones específicas basadas en cuatro pilares de actuación (Comisión Europea, 2018d). En el marco del Paquete electoral de la Comisión y del Plan de Acción de la UE se abordaban los casos de manipulación informativa que afectan a la UE mediante la refutación de declaraciones falsas en entornos comunicativos en línea y sensibilizando al público sobre los retos y riesgos que plantea la desinformación (Comisión Europea, 2020a). Por mucho que se tratase de una propuesta sistémica en la que sumaban esfuerzos las autoridades competentes de los Estados miembros, las organizaciones de la sociedad civil, los verificadores y las plataformas digitales; el documento apenas prestaba atención al papel de los periodistas y los medios (Tuñón, Oleart y Bouza, 2019).

No obstante las carencias del Plan de Acción contra la Desinformación, este sí que vino a tener utilidad respecto a ciertas problemáticas derivadas de la propia lucha europea contra la desinformación, como la relación dicha lucha y el auge de los populismos; la eficacia y la legitimidad de la intervención de las plataformas y las compañías privadas como diques ante la difusión de bulos; el debate sobre si la verificación es la mejor arma contra la desinformación o conviene impulsar una estrategia alternativa como la promoción de nuevos marcos discursivos; o la evolución de las técnicas de desinformación (Tuñón, 2021a).

1.2. Atajando la desinformación pandémica

A comienzos de 2020, en los albores de la pandemia mundial de COVID-19, surgió en internet una corriente de informaciones erróneas, desinformación y bulos digitales que la Organización Mundial de la Salud calificó como “infodemia” y la UNESCO como “desinfo-demia” (Tuñón, Sánchez y Ruiz, 2023). Ambas organizaciones se referían a “una cantidad excesiva de información —en algunos casos correcta, en otros no— que dificulta que las personas encuentren fuentes confiables y orientación fidedigna cuando las necesitan” (OMS, 2020) y “que procura

desestabilizar mercados, economías y países, en busca de beneficios ideológicos y económicos” (UNESCO, 2020). Es por ello que desde Bruselas se impulsaron diversas iniciativas *ad hoc* para contener el flujo desinformativo y de actuar como antídoto frente a sus efectos en medio de la crisis sanitaria. En junio de 2020, la Comisión Europea y el Alto Representante de la Unión, Josep Borrell, publicaron una comunicación titulada ***La lucha contra la desinformación acerca de la COVID-19: contrastando los datos***, que suponía “una medida de vigilancia y transparencia para garantizar la rendición de cuentas ante el público de los esfuerzos realizados por los agentes signatarios del Código de 2018 para limitar la desinformación en línea relacionada con la pandemia” (Departamento de Seguridad Nacional, 2022: 128).

De hecho, durante la pandemia la UE alentó a las plataformas digitales a elevar su contribución a la lucha contra las noticias falsas y otros intentos de difundir información errónea en redes sociales. No en vano, en el informe que evalúa el Código de Buenas Prácticas (Comisión Europea, 2020b) ya se ponían de relieve algunas deficiencias respecto a la opacidad de las plataformas firmantes en sus políticas contra la desinformación. Oportunamente, en diciembre de 2020, la Comisión Europea publicó **una propuesta de**

Ley de Servicios Digitales que definía un marco de transparencia más claro y “rendición de cuentas para las plataformas online adaptadas a su papel, tamaño e impacto respectivos en el ecosistema en línea”, como respuesta a los riesgos digitales emergentes (Comisión Europea, 2020c).

Impulsado en diciembre de 2020 tras el desarrollo de dicha propuesta de norma sobre servicios digitales, el **Plan de Acción para la Democracia Europea** fue concebido para empoderar a los ciudadanos y construir democracias más resilientes en toda la UE, con la triple pretensión de: promocionar las elecciones libres y justas además de transparentes; reforzar tanto la libertad como el pluralismo de los medios de comunicación; y luchar contra la desinformación (en forma de co-regulación, mediante el Reglamento de Servicios Digitales promovido por la UE)

Este Plan de Acción buscaba orientar la mejora del Código de Buenas Prácticas (Comisión Europea, 2020b) planteado para la primavera de 2021, así como establecer un marco más sólido para supervisar su aplicación. Además, proponía una recomendación sobre la seguridad de los periodistas. En cualquier caso, el Plan no buscaba otra cosa que establecer un dique contra la desinformación (interna y externa) y enfatizar la necesidad de evitar usos abusivos o restrictivos

de la libertad de prensa, como simiente de las nuevas técnicas desinformativas (Tuñón, 2021a).

Asimismo, en junio de 2020 se puso en marcha el Observatorio Europeo de Medios Digitales (EDMO): una red europea (Comisión Europea, 2020d) que aúna a verificadores de datos (*fact-checkers*), expertos en alfabetización mediática e investigadores académicos con el fin de comprender y analizar la desinformación. Todos sus miembros cuentan con una significativa experiencia en el análisis del fenómeno de la desinformación en línea, además de experiencia laboral con responsables políticos, los actores públicos y privados (incluidas las organizaciones de medios de comunicación, los periodistas, los expertos en alfabetización mediática y las plataformas en línea) con un enfoque multidisciplinar aplicado.

El objetivo de EDMO es el de convertirse en una plataforma para apoyar el trabajo de una comunidad multidisciplinar con experiencia en el campo de la desinformación en línea, contribuyendo a una comprensión más profunda de los actores, vectores, herramientas, métodos, dinámicas de difusión, objetivos e impacto de la desinformación en la sociedad. Entre las actividades clave que desarrolla se encuentran la gestión de una plataforma segura en línea que apoye el análisis académico de las campañas

de desinformación y proporcione información pública para concienciar sobre la desinformación; la formación y divulgación; el apoyo en la coordinación de actividades independientes de verificación de hechos en Europa, así como de investigación académica sobre la desinformación en Europa; la colaboración con autoridades públicas en la supervisión de las medidas establecidas por las plataformas en línea para limitar la difusión y el impacto de la desinformación (Tuñón et al., 2023:138).

Sería el 25 de noviembre de 2021, cuando la Comisión Europea adoptó una propuesta de **Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo sobre la transparencia y la segmentación de la publicidad política** (Comisión Europea, 2021a). El objetivo de la misma fue el de establecer un marco normativo que aplicase a todos los proveedores de servicios de publicidad política, así como a los responsables del tratamiento de datos. De este modo, se pretendía proteger a las personas físicas en la gestión de sus datos personales, aplicando una regulación con respecto a las técnicas de segmentación y amplificación en el contexto de la publicidad política, las cuales garantizaran transparencia en las campañas políticas y electorales. Así pues, buscaba fomentar la cooperación en el funcionamiento del mercado único de los servicios de publicidad

política, reforzando la resiliencia de los procesos democráticos y luchando a su vez contra la desinformación, la manipulación de la información y las injerencias en las elecciones. Para ello, se anclaba en el ya mencionado, Código de Buenas Prácticas de la UE en materia de Desinformación.

Tal y como se ha argumentado, el Código de prácticas sobre desinformación de 2018 reunió por primera vez a actores de la industria de todo el mundo para comprometerse a hacer frente a la desinformación (Comisión Europea, 2022a). En este sentido, este documento se ha convertido en un instrumento esencial para luchar contra las noticias falsas en línea, tanto en períodos electorales, así como en la pandemia de COVID-19 y la guerra en Ucrania. En 2020, la Comisión estudió su primer periodo de implantación (Comisión Europea, 2020e) y, en mayo de 2021, publicó una Guía para solventar las deficiencias de ese primer Código (Comisión Europea, 2021b). Su objetivo era reforzarlo e impulsar soluciones para mejorarlo, creando un entorno en línea más transparente, seguro y fiable.

Su proceso de revisión se inició en junio de 2021 y fue finalmente firmado y presentado el 16 de junio de 2022 (Comisión Europea, 2022b). Este nuevo **“Código Reforzado Europeo en Prácticas ante la Desinformación”** fue el resultado del trabajo realizado

por los 34 firmantes, entre los que destacan agentes del ecosistema publicitario, anunciantes, empresas de tecnología publicitaria, verificadores de datos, plataformas emergentes o especializadas, la sociedad civil y organizaciones terceras con conocimientos específicos en materia de desinformación (Comisión Europea, 2022c). Con su implantación, el Código pretendía convertirse en una medida de mitigación y en un código de conducta. Además, a diferencia del Código de 2018, ya no solo se fundamentaba en la autorregulación, sino en la corrección (en caso de plataformas en línea de muy gran tamaño) en el marco de la Ley de Servicios Digitales (DSA), en vigor desde octubre de 2022. Asimismo, también se incardinaba en el marco de la propuesta de Reglamento sobre transparencia y segmentación de la publicidad política, ya que la publicidad política podría ser identificada con mayor facilidad a través de un etiquetado eficaz y a nuevas obligaciones de transparencia (Comisión Europea, 2022d).

El Código de Buenas Prácticas reforzado contiene una serie de compromisos y medidas entre las que se encuentran la desmonetización y reducción de los incentivos financieros para los proveedores de desinformación; la transparencia de la publicidad política; el fortalecimiento de medidas para reducir la difusión de

desinformación; el empoderamiento de usuarios, investigadores y verificadores de datos. En este sentido, los firmantes disponían de seis meses para implementar los compromisos y medidas que hayan suscrito. Además, los signatarios acordaron establecer un grupo de trabajo permanente para una mejor colaboración, la evaluación de la implementación del código, la retroalimentación cada anual o bianual en función de la tipología de los actores, así como la puesta en marcha de un Centro de Transparencia.

La Ley de Servicios Digitales (DSA), previamente mencionada, entró en vigor en octubre de 2022 y su máxima

supone que “lo que es ilegal *offline* también debería serlo *online*”. Para ello, la DSA busca mantener a los usuarios a salvo de bienes, contenidos o servicios ilegales, protegiendo sus derechos en línea. Asimismo, introduce mejores normas de moderación de contenidos con el fin de combatir la incitación al odio, información errónea y la desinformación (Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea, 2022). Estas normas ampliarán y aclararán una serie de responsabilidades para las empresas en línea que operan en la UE, independientemente de su ubicación, y comenzarán a aplicarse quince

Fecha	Documento / Regulación
Marzo 2018	Informe del grupo independiente de alto nivel sobre <i>fake news</i> y desinformación en línea
Abril 2018	Comunicación de la Comisión Europea del 26/04/2018 sobre “La Lucha contra la desinformación en línea”
Octubre de 2018 (revisado mayo de 2021)	Código europeo de prácticas en desinformación
Diciembre 2018	Plan de Acción de la Unión Europea contra la Desinformación
Diciembre 2020	Plan de Acción para la Democracia Europea
Diciembre 2020 pero adoptada en Octubre 2022	La Ley de Servicios Digitales (DSA) y Ley de Mercados Digitales (DMA)
Septiembre 2022, con entrada en vigor prevista para 2024	Ley Europea de Libertad de los Medios de Comunicación
Diciembre 2023 (no está todavía en vigor)	Ley Europea de Inteligencia Artificial

Tabla. Principales documentos y regulación europea contra la desinformación entre 2018 y 2024.

Fuente: *Elaboración propia.*

meses después de su entrada en vigor. Asimismo, dado que «las plataformas *online* de muy gran tamaño plantean especiales riesgos en cuanto a difusión de contenidos ilícitos y nocivos para la sociedad», se han introducido normas específicas para aquellas que llegan al 10% de los 450 millones de usuarios europeos (Comisión Europea, s.f.b). De hecho, para los signatarios del nuevo Código de conducta, al tratar respecto a Plataformas *Online* de Gran Tamaño, pretende actuar como una medida de mitigación y un código de conducta reconocido bajo el marco de co-regulación de la DSA (Tuñón, Sánchez-del-Vas y Ruiz, 2023; 141).

3. MIRANDO AL FUTURO: LA LEY DE MEDIOS EUROPEOS COMO COLOFÓN (MOMENTÁNEO) A LA LEGISLACIÓN EUROPEA CONTRA LA DESINFORMACIÓN EN TIEMPOS BÉLICOS

3.1. Los motivos para una Ley Europea de Medios de Comunicación

La propuesta de la Comisión Europea (CE) de **Ley Europea de Libertad de los Medios de Comunicación** (acordada en diciembre de 2023 y que deberá entrar en vigor durante 2024), implica un novedoso instrumento regulatorio destinado a proteger el pluralismo

y la independencia de los medios en la UE, como diques ante las estrategias desinformativas. El Reglamento propuesto incluye, entre otras cosas, salvaguardias contra la injerencia política en las decisiones editoriales y contra el espionaje a los propios periodistas. Hace hincapié en la independencia y la financiación estable de los medios de servicio público, así como en la transparencia de la propiedad de los medios y de la asignación de la publicidad estatal. También establece medidas para proteger la independencia de los editores y revelar los conflictos de intereses. Asimismo, la propuesta regulatoria aborda la cuestión de las concentraciones de medios de comunicación y propone un nuevo Consejo Europeo de Servicios de Medios de Comunicación independiente, compuesto por autoridades nacionales de medios de comunicación. Además, la Comisión también adoptó una Recomendación complementaria para fomentar las salvaguardias internas de la independencia editorial (Comisión Europea, 2022e).

En un contexto marcado por la creciente polarización, el auge de los populismos, mayormente derivado de la notable representación obtenida últimamente en algunos estados europeos por los partidos de extrema derecha (Carral y Tuñón, 2020; Carral et al., 2023; o Tuñón y Bouzas, 2023), y el impacto de las estrategias de

desinformación (tanto internas como externas a la UE que han repuntado con motivo crisis como las derivadas de la pandemia y guerra en Ucrania) la UE pretende convertirse en un baluarte de los medios de comunicación libres e independientes, al objeto de salvaguardar la esfera pública europea. Dicho interés, en salvaguarda también del propio Estado de Derecho, ya había conducido a la UE a desarrollar ciertas iniciativas, entre ellas una recomendación sobre la seguridad de los periodistas y medidas para hacer frente a las demandas abusivas contra la participación pública (SLAPP).

La Ley Europea de Libertad de Prensa se fundamenta en los informes de la Comisión sobre el Estado de Derecho y en la Directiva revisada sobre servicios de medios audiovisuales, que prevé la coordinación a escala de la UE de la legislación nacional sobre medios audiovisuales. La propuesta bebe también de la Ley de Servicios Digitales (DSA), de la Ley de Mercados Digitales (DMA), así como en el nuevo Código de Buenas Prácticas sobre Desinformación. Forma parte de los esfuerzos de la UE por fomentar la participación democrática, hacer frente a la desinformación y apoyar la libertad y el pluralismo de los medios de comunicación, tal como se establece también en el Plan de Acción Europeo para la Democracia (Comisión Europea, 2022e).

Basada en una amplia consulta pública, esta propuesta regulatoria complementa la recientemente adoptada Recomendación sobre la protección, la seguridad y la capacitación de los periodistas y la Directiva para proteger a los periodistas y a los defensores de los derechos contra los litigios abusivos (paquete anti-SLAPP).

3.2. Implicaciones y recorrido de Ley Europea de Medios de Comunicación

En primer lugar, es necesario subrayar que la propuesta de la Ley Europea de Medios de Comunicación es un paso muy relevante hacia el funcionamiento del mercado interior en lo que se refiere a los servicios de medios de comunicación (CMPF, 2023). También constituye un desarrollo concreto de la política de medios de comunicación a escala de la UE, incluso en lo que se refiere a las competencias de la UE en el ámbito de los medios de comunicación.

Un reciente estudio del Parlamento Europeo (2023), sostiene que existe una clara necesidad de una intervención armonizada en el mercado interior de los medios de comunicación para evitar la fragmentación causada por las distintas normativas nacionales de los Estados miembros de la UE. Esta fragmentación no sólo plantea

riesgos para las empresas de medios de comunicación debido a la falta de seguridad jurídica, sino que también socava las garantías de la independencia editorial, el trabajo de los periodistas y, en última instancia, la libertad de información en la Unión. Además, el auge de las plataformas digitales, en especial las redes sociales y los motores de búsqueda, ha amplificado el papel de los medios de comunicación en la sociedad de la información. Igualmente, los motores de búsqueda ya no son solo proveedores de medios tradicionales, sino más bien intermediarios de información que dan forma a la opinión pública, además de determinar el acceso de los propios medios a sus audiencias. Este panorama en evolución exige una reconceptualización del pluralismo mediático e informativo desde perspectivas teóricas y científicas. También plantea un reto constitucional para legisladores y responsables políticos, ya que estos actores globales a menudo trascienden las normativas nacionales diseñadas para los medios tradicionales y dependen en gran medida de la publicidad, el sustento económico de los medios privados, desde hace casi un siglo. El debate sobre la competencia de la UE para legislar en el sector de los medios de comunicación y las ventajas de armonizar las normas a escala europea sigue abierto y suscita especial interés entre las partes interesadas,

académicos y responsables políticos de países con sistemas de medios de comunicación ampliamente plurales (Tuñón, 2008; Tuñón, Oleart y Bouza, 2019). Los partidarios de la propuesta subrayan, en cambio, que no vulnera las competencias nacionales, sino que promueve la cooperación a escala europea entre los reguladores nacionales, el escrutinio público de la información vital y el establecimiento de medidas de seguridad adicionales a escala de la UE.

En todo caso, representa un paso fundamental para la legislación europea sobre medios de comunicación y una nueva piedra angular de la democracia europea, anclada en un genuino debate transeuropeo (Tuñón y Bouza, 2021; Tuñón y Carral, 2019; o Tuñón, Bouza y Carral, 2019) sobre cómo garantizar el pluralismo y la libertad de los medios de comunicación tanto en la UE como en sus Estados miembros (Tuñón, 2021b).

La Ley Europea de Medios de Comunicación no sólo constituye un paso importante hacia el funcionamiento del mercado interior de servicios de medios de comunicación, sino que también supone un avance en la política de medios de comunicación de la UE, ya que ha desencadenado un debate público sobre el papel y el futuro de los medios de comunicación. Si bien el enfoque horizontal de la Ley de Servicios Digitales (DSD) pretende

abordar los retos en el ámbito digital, existe el riesgo de que se siga permitiendo a las grandes plataformas en línea ejercer el poder de determinar lo que constituye un riesgo para el pluralismo y la libertad de los medios de comunicación. Sin embargo, cierto es que la supervisión de la aplicación de la DSA podría resultar difícil, dejando potencialmente espacio para que estas plataformas sigan influyendo profundamente en el panorama mediático (Parlamento Europeo, 2023).

2

LA DESINFORMACIÓN EN LOS CONFLICTOS DEL SIGLO XXI

por Rocío Sánchez del Vas

1. DE LA PROPAGANDA A LA DESINFORMACIÓN: LAS GUERRAS MÁS ALLÁ DE LAS TRINCHERAS

1.1. Las guerras híbridas

Las guerras híbridas son conflictos de cuarta generación, pues se sitúan en los intersticios entre la guerra especial y la guerra convencional (Walker, 1998, pp. 4-5). Esto permite mezclar “la letalidad del conflicto estatal con el fervor fanático y extendido de la guerra irregular” (Hoffman, 2007 p. 28). Para ello, se combinan los elementos militares propios de un conflicto bélico, con otros tales como la propaganda y los ataques maliciosos contra los sistemas de información y comunicación a gran escala. Estas acciones pueden llegar a ser incluso más peligrosas que los sistemas de armas tradicionales, ya que son extremadamente difíciles de descubrir y combatir.

Por su parte, las guerras híbridas no son un fenómeno nuevo, pues el empleo de la manipulación como arma

de guerra ha sido explorado con anterioridad en las primeras décadas del siglo XX, perfeccionándose durante la Guerra Fría. No obstante, la novedad actual radica en el desarrollo tecnológico, que no solo permite seguir influenciando mediante los medios de comunicación tradicionales, sino también a través de Internet y las redes sociales.

Uno de los componentes principales de la guerra híbrida es la guerra informativa, la cual incorpora tanto un componente ofensivo, que busca obtener ventaja informativa sobre el enemigo; como defensivo, que pretende proteger la información del país y contribuir a la estabilidad estratégica. Anteriormente, la guerra informativa estaba basada principalmente en propaganda y contrapropaganda, mientras que ahora es mucho más sofisticada. Esto permite que ya no solo se ejecute el control y la censura informativa, sino que también se difunda desinformación en forma de informaciones falsas, descontextualizadas

o engañosas, a través de plataformas digitales. Estas actividades se llevan a cabo con el objetivo de reforzar la imagen propia o contrarrestar la del adversario, estando muy ligadas a otra de las estrategias que componen la guerra híbrida: la guerra psicológica. La guerra psicológica se lleva a cabo en el ámbito cognitivo, es decir, su objetivo es atacar a las “mentes y corazones” de sus objetivos mediante la manipulación (Baqués, 2015). Para ello, se bombardea a las audiencias con mensajes contradictorios, influyendo en su percepción y condicionando su apoyo al conflicto (Aso, 2022). Su finalidad es la de paralizar al enemigo, mientras se gana el apoyo de las personas que no son consideradas como blancos militares. Esto puede suponer una ventaja competitiva para alcanzar la victoria.

1.2. El fenómeno de la propaganda

La propaganda se define como el arte de influir, manipular, controlar, promover, cambiar, inducir o conseguir la aceptación de opiniones, actitudes, acciones o comportamientos (Martin, 1958) y está dirigida, principalmente, a la población en general. Se trata de un elemento clave en el desarrollo y ejecución de las guerras híbridas, y está estrechamente vinculado al concepto de guerra informativa y guerra psicológica.

Cabe destacar que el empleo general del término “propaganda” resulta confuso, pues organismos tales como la OTAN o el Parlamento Europeo lo han llegado a utilizar para referirse a la desinformación, utilizando ambos conceptos de forma indistinta (Bayer et al., 2015). Sin embargo, aunque estos términos están intrínsecamente ligados, no son lo mismo. Por su parte la desinformación es “cualquier contenido informativo falso que haya sido creado y difundido de forma deliberada” (Wardle, 2018). Por tanto, si bien la propaganda emplea la desinformación como herramienta de manipulación y control, esta última también puede servir para otros fines no-propagandísticos.

2. LA GUERRA ENTRE RUSIA Y UCRANIA: ENTRE LA DESINFORMACIÓN Y LA PROPAGANDA

En febrero de 2024, la guerra de Ucrania cumplió su segundo aniversario, un conflicto bélico que comenzó con la invasión de Rusia en el país vecino y que ha traído consigo miles de muertos y heridos, millones de refugiados y desplazados internos, y toneladas de propaganda y desinformación que han traspasado las fronteras geográficas.

El 24 de febrero de 2022, el presidente de Rusia, Vladimir Putin, anunciaba en televisión el inicio de una “operación militar especial” en Ucrania. Tras ello, las tropas rusas traspasaron la frontera e invadieron el país vecino al sonido de bombardeos en las principales ciudades ucranianas. Ese mismo día, el gobierno de Ucrania denunció la invasión en su cuenta de Twitter con un meme, acompañado por los hashtags #StopRussianAggression y #RussiaInvadedUkraine. Esto evidencia un antes y un después en la concepción de las guerras actuales, más híbridas que nunca, erigiéndose como “la primera guerra mundial digital” (Carrión, 2022).

Este conflicto es una continuación de la operación militar y propagandística ya iniciada por Rusia en 2014, la cual trajo consigo la invasión y anexión de la península de Crimea. No obstante, la diferencia entre ambos conflictos radica en el uso de la tecnología. De hecho, la actual invasión cuenta con una representación mediática sin precedentes, pues está siendo cubierta tanto por periodistas, como por youtubers, así como por personas anónimas en Tik Tok. Esta forma de contar la guerra tiene su origen en el conflicto de Siria, donde la revolución tecnológica y el periodismo ciudadano cobraron una inusitada relevancia en la deriva del mismo. Además, el uso de las redes sociales en la Primavera

Árabe, así como en el movimiento Occupy Wall Street o en el 15-M, sirvieron de aprendizaje para los sistemas de propaganda rusos (Magallón, 2022).

Por su parte, la guerra ha puesto sobre las cuerdas al tablero de la geopolítica mundial, ocasionando una reconfiguración geoestratégica que ha derivado en un nuevo mundo bipolar, donde la desinformación se ha convertido en un “método militar asimétrico e indirecto” (Milosevich-Juaristi, 2017). Así pues, en este conflicto se ha experimentado de primera mano el impacto de la guerra híbrida, donde, además del equipamiento asimétrico y la tecnología armamentística, la guerra informativa ha tomado un papel clave. En este sentido, todas las partes implicadas tienen el potencial de difundir desinformación instantánea. De hecho, una de las características principales es que, tanto el bando ruso como el ucraniano, la han empleado no solo para atacar al adversario, sino también para defenderse. Por tanto, según apunta Montes (2022), la desinformación se ha tornado un arma eficaz exterior para conseguir el favor de la opinión pública más allá de sus fronteras, fortaleciendo al mismo tiempo la moral de las tropas y del pueblo. Esto convierte la guerra en Ucrania en el primer conflicto en el que se ha vivido la mentira en directo desde el minuto uno.

2.1. La propaganda como herramienta del Kremlin

En el caso de Rusia, la propaganda se ha convertido en una herramienta extremadamente agresiva, bien calculada y eficaz de la política de Moscú, tanto en el interior como en el exterior de sus fronteras (Rondeli, 2014). La propaganda es considerada por el Kremlin como su principal herramienta para proyectar su poder nacional, constituyéndose como uno de sus activos a salvaguardar para mantener la estabilidad política, social, moral y espiritual del país frente a influencias externas (Ministerio de la Presidencia del Gobierno de España, 2022).

De hecho, el país lleva ya muchos años utilizando la propaganda en el centro de su política exterior, la cual se ha desarrollado rápidamente, sin dejar de seguir principios clave que se remontan a las raíces soviéticas. Este desarrollo ha consistido en una serie de adaptaciones tras campañas de información fallidas por parte de Rusia, acompañadas del éxito de la adopción de Internet. Tal y como señalan Lucas y Pomeranzev (2016), a diferencia de la propaganda soviética, los métodos rusos contemporáneos no promueven la agenda del Kremlin, pues ya no necesita fingir que sus falsificaciones son reales. Su objetivo ahora es el de jugar con audiencias que ya desconfían de sus propios sistemas, en favor

de las teorías conspirativas y de aquello confirme sus prejuicios.

2.2. Las narrativas desinformativas de la propaganda rusa

Las amenazas cibernéticas son especialmente relevantes en épocas de crisis, cuando el acceso a información precisa y fiable es crucial. Es por ello que, tras la invasión, la dimensión ideológica de la propaganda rusa anti-ucraniana ha asumido un peligroso aspecto genocida basado en inexactitudes históricas y simplificaciones excesivas. En cuanto a las narrativas propagandísticas empleadas por Rusia, Milosevich-Juaristi (2017) ha realizado una categorización de los tipos de desinformación en los que se basa:

En primer lugar, se encuentra “la desinformación doméstica”, es decir, aquella que se dirige directamente a los ciudadanos rusos. Entre sus mensajes principales destaca el de que Rusia está amenazada por Occidente, en especial por la Unión Europea, Estados Unidos y la OTAN. También establece que Ucrania es un estado “fascista”, lo que justificaría su invasión y la necesidad de apoyar a los rebeldes pro-rusos en Donbás. A esto se suman los mensajes que afirman que en las repúblicas post soviéticas no se garantizan ni los derechos ni la

seguridad de los rusos. Además, Rusia emplea el marco retórico “rusofóbico y nazi” para referirse a que el gobierno de Ucrania está cometiendo un genocidio contra los rusos. Su objetivo final es el de crear un sentimiento antioccidental y polarizar la población en patriotas y traidores. Se trata, por tanto, de un aspecto propagandístico basado en la Segunda Guerra Mundial. En segundo lugar, se halla “la desinformación dirigida a los vecinos”, es decir, centrada en los ciudadanos del espacio postsoviético de origen ruso y no ruso. Las narrativas principales que se lanzan es que la anexión de Crimea y la guerra de Dombás se justifican con la necesidad de proteger a los rusos amenazados por el “gobierno fascista de Kiev”, siendo Ucrania un “Estado fracasado”. Asimismo, se culpa a Occidente de provocar una “guerra civil” en el país.

El tercer tipo de desinformación es aquella que está dirigida a los ciudadanos de las sociedades occidentales, denominada “desinformación alternativa”. A través de la televisión internacional *RT* y de la agencia de noticias *Sputnik*, se lanzan mensajes sobre la disfuncionalidad del sistema político, económico y social de las democracias. Con ello se pretende separar a los países miembros de la UE, con el fin de suavizar o cancelar las sanciones impuestas a Rusia por sus acciones. De hecho, la guerra de información

rusa lleva varios años contaminando las mentes de los europeos occidentales bajo la narrativa de que la ampliación de la OTAN y la UE fue una medida innecesaria que no sólo agravó las relaciones entre Occidente y Rusia, sino que también creó una situación inestable en el continente (Nimmo, 2016). Por tanto, para Rusia no se trata de una cuestión regional o bilateral, sino de toda una lucha existencial (Kotoulas y Pusztai, 2022).

2.3. *Los instrumentos de propaganda rusa*

En el pasado, la Unión Soviética dependía exclusivamente de los medios de comunicación tradicionales para explotar estas historias, pero la Rusia moderna se ha adaptado a la era digital (Lucas y Pomeranzev, 2016). El desarrollo tecnológico ha propiciado una profesionalización de los instrumentos para difundir propaganda rusa a través de falsificaciones, manipulaciones o datos personales obtenidos de forma ilegal (Colom-Piella, 2020). Tal y como argumenta Aso (2022), los algoritmos profesionalizados permiten llegar a la intimidad de los individuos, bombardeándolos con argumentos en busca de la polarización a favor de un bando u otro. Se trata de un diálogo aparentemente íntimo con la pantalla en el que los

usuarios sienten que no están siendo manipulados, sino que las conclusiones a las que llegan son propias, únicas y exclusivas.

De hecho, para que este contenido resulte atractivo, Rusia está dispuesta a fabricar historias por completo, utilizando fotos y secuencias de vídeo a la medida de sus necesidades. Con ello, el Kremlin se asegura que sus mentiras sean entretenidas y emocionalmente atractivas, encajándolas en una narrativa estratégica hecha a la medida de las ideas preconcebidas y los prejuicios de su público.

Para llevar a cabo estas campañas ofensivas de desinformación, las actividades cibernéticas son fundamentales, ya sea estableciendo fuentes de desinformación mediante la creación de falsos medios de comunicación en línea (Rohac, 2015) o utilizando las redes sociales para dirigirse a objetivos. Y es que “los nuevos medios sociales se han convertido en la herramienta más eficaz para influir en las mentes de enormes comunidades, incluso de naciones enteras” (Milina, 2012). Tal y como afirma Giles (2016), estas acciones se incrementan ante las incesantes actividades de los *trolls* (perfiles en línea dirigidos por seres humanos) y los *bots* (dirigidos por procesos automatizados), los cuales son capaces de explotar las características de la desinformación con el fin de viralizarla y otorgarle credibilidad.

2.4. La propaganda como arma de ataque ruso y defensa ucraniana

Paralelamente a la invasión militar de Ucrania en 2022, Rusia se dedicó activamente a promover la propaganda y la desinformación sobre la guerra. Y es que, según Carrión (2022), en los últimos diez años, el Kremlin no solo ha estado fortaleciendo sus infraestructuras agrícolas y financieras ante la posibilidad de ejecutar una invasión en el país vecino, sino que también ha desarrollado un plan cibernético para llevar a cabo sus operaciones propagandísticas a nivel mundial. Se trata, por tanto, de una continuación de la estrategia propagandística postsoviética, caracterizada por la intoxicación informativa, el agotamiento del enemigo, la inoculación de desconfianza en líderes, la intensificación de las disensiones entre las clases sociales, así como las amenazas propagación de amenazas (Stancu, 2019).

Esta campaña se intensificó desde la anexión ilegal de Crimea hasta llegar a la invasión. De hecho, conviene señalar que se están utilizando las mismas narrativas que se llevan empleando desde 2014, o incluso antes”. De hecho, desde 2014 hasta 2020, Rusia empleó cuentas falsas y documentos falsificados para sembrar conflictos entre los países occidentales y atacar a Ucrania, lo que trajo consigo, al menos 2.500 piezas de contenido

desinformador en siete idiomas y en más de 300 plataformas (Nimmo et al., 2020). Por tanto, si Rusia, que ya tenía una maquinaria transmitiendo desinformación en otros países, experimenta de repente una alta demanda, puede difundir sus narrativas a nivel global. Por lo tanto, al tener una estructura organizada, resulta mucho más sencillo lograr una difusión más rápida en todas partes.

A pesar de ello, cabe destacar que la propaganda no solo es un arma del agresor, sino también del agredido. De hecho, se ha evidenciado que, tanto el relato construido como la estrategia de implementación, comparten ciertas similitudes con la narrativa rusa, especialmente en lo que respecta a la difusión de desinformación (Martín-Romo et al., 2023). Por su parte, Ucrania se ha servido de la propaganda para enfatizar su victimización frente a países extranjeros y focalizar la atención en el heroísmo de su pueblo. Se ha constatado cómo la propaganda ucraniana se fundamenta en anécdotas para envalentonar a sus tropas y ciudadanos, potenciando los éxitos de Kiev frente a las dificultades de la guerra. Además, también ha explotado la narrativa de la culpa frente a Occidente, con el fin de que se proporcionase más ayuda militar y se acelerase el proceso de entrada en la OTAN y en la Unión Europea (Baines, 2022). Para ello, el presidente

de Ucrania ha adaptado sus discursos a cada parlamento extranjero al que se dirige, considerando la historia, cultura y sensibilidades propias de cada uno. Del mismo modo, el Ministerio de Defensa ucraniano cuenta con un potente equipo de marketing en redes sociales para adaptar su propaganda en estas plataformas a los distintos países a los que se apela. Tal y como señalaba una de las trabajadoras de este grupo a la BBC, “la idea principal es hablarle a la audiencia internacional y mostrar que Ucrania es realmente capaz de ganar”, dice ella. “Porque nadie quiere invertir en perdedores” (Adams, 2022). De igual forma, en sus mensajes también enfatizan las pérdidas rusas con el objetivo de desmoralizar a los invasores de Ucrania.

De hecho, la propia comunidad europea ha brindado a Ucrania la oportunidad de influir de manera destacada en la narrativa que rodea y presenta este conflicto armado (Palomo-Domínguez, 2022, p. 2). Esto se debe a la posición inquebrantable de apoyo a Ucrania y de denuncia ante Rusia que, desde el principio de la invasión, ha adoptado la Unión Europea. Por tanto, dada la naturaleza distinta y la intención contraria de la propaganda de ambos bandos, la UE ni quiere ni debe ser neutral frente a la misma. Estas evidencias permiten constatar que, si bien tanto Ucrania como Rusia están realizando operaciones

de información y propaganda, estas cuentan con enfoques diferentes. Por su parte, el Kremlin se caracteriza por un empleo sistemático de la desinformación a través de operaciones de engaño, censura y narrativas falsas, especialmente la de “desnazificación”. Mientras tanto, Ucrania pone el foco en la diplomacia con Occidente y la OTAN (Baines, 2022), mediante narrativas para envalentonar a su pueblo y dar una imagen exterior heroica. En este sentido, cabe destacar que, mientras que la desinformación ucraniana se está produciendo en el contexto del conflicto y está siendo específicamente dirigida a sus ciudadanos y a los rusos en general, la desinformación rusa tiene un alcance muy distinto, pues su propaganda no es un mero instrumento de defensa, sino que forma parte de una maquinaria orquestada y testada para desestabilizar las democracias, más allá de la guerra.

3. EUROPA ANTE LA DESINFORMACIÓN DEL CONFLICTO RUSO-UCRANIANO

Como se avanzaba en el apartado primero de este documento, las sociedades occidentales son permeables a las injerencias extranjeras por su naturaleza democrática, ya que el componente cibernético de la guerra híbrida ruso-ucraniana le otorga una escala

internacional. De esta forma, el conflicto no se limita solo a las fronteras terrestres entre bandos, sino que la desinformación trata de apelar a otros actores transnacionales para conseguir polarizar a su población en base a los intereses propios. De hecho, la Comisión Europea ya alertaba en el pasado sobre la amenaza que suponen las campañas de desinformación rusas para UE, puesto que son sistemáticas, tienen buenos recursos y se perpetran a mayor escala que las campañas similares de cualquier otro país, incluyendo a China, Irán y Corea del Norte (EuvsDesinfo, 2015).

En este caso concreto, el Consejo Europeo y Consejo de la Unión Europea (s.f.) señalan que la Rusia ha emprendido “una campaña sistemática e internacional de desinformación, manipulación de la información y distorsión de los hechos con el fin de reforzar su estrategia de desestabilizar a sus países vecinos y a la UE y sus Estados miembros”. En este sentido, los propagandistas pro-Kremlin pretenden poner a los europeos en contra de los 7,8 millones de refugiados ucranianos que acoge, los cuales constituyen el desplazamiento más grande del continente desde la Segunda Guerra Mundial (Morris y Oremus, 2022).

Por otra parte, se ha identificado que buena parte de la desinformación difundida sobre la guerra en países fuera de las fronteras del conflicto

corresponde a propaganda rusa, la cual se ha convertido en una herramienta extremadamente agresiva, bien calculada y eficaz de la política de Moscú (Rondeli, 2014). Así lo confirma el EDMO (2023), que señala que muchas de las noticias falsas detectadas sobre la guerra se han hecho eco de la propaganda rusa, siendo la desinformación prorrusa el principal fenómeno desinformativo relacionado con el conflicto en Europa. De hecho, desde Eu DisinfoLab nos confirman que se ha detectaron casos de propaganda rusa actuando *infraganti* por medio de medios oficiales rusos, canales diplomáticos oficiales rusos, medios *proxy* y otros que ocultan su vinculación con Rusia

Ante la invasión de Ucrania, la Unión Europea ha impuesto más de una docena de paquetes sancionadores a Rusia. Entre ellas, se encuentran las dirigidas a los propagandistas y agentes involucrados en la desinformación. De esta forma, la UE ha suspendido las licencias y actividades de radiodifusión de varias empresas dedicadas a la desinformación adscritas al Kremlin. Entre ellas, se encuentra el veto a los medios estatales rusos *Sputnik* y *Russia Today*, así como sus filiales al percibirlos como arma de propaganda. Se trata de una medida sin precedentes recientes en la Unión Europea, que ha traído consigo un gran debate, ya que se podría

percibir como una potencial amenaza para la libertad de prensa y los valores comunitarios europeos.

Aparte de estas medidas, el organismo europeo también dedica sus esfuerzos a la alfabetización digital de la ciudadanía en materia de propaganda y desinformación rusa. Con este objetivo, en 2015 se puso en marcha *EUvsDisinfo*, un proyecto adscrito al Servicio Europeo de Acción Exterior, que aborda las campañas de desinformación rusas que afectan a la Unión Europea, a sus Estados miembros y a los países vecinos. Desde el estallido de la guerra, la plataforma ha publicado diversos contenidos tales como noticias e informes sobre cómo Rusia han estado empleando la propaganda para desinformar en contra de Ucrania. Con ello, pretende acercar las operaciones de desinformación del Kremlin a la población europea, ayudando a los ciudadanos y a los medios de comunicación a desarrollar resistencia frente a sus manipulaciones (EuvsDesinfo, 2015).

Por otra parte, cabe mencionar el papel del Observatorio Europeo de Medios Digitales (EDMO), una red europea liderada por la Comisión, que aúna a verificadores de datos (*fact-checkers*), expertos en alfabetización mediática e investigadores académicos con el fin de comprender y analizar la desinformación (Comisión Europea, 2020). Al igual que EuvsDesinfo, esta plataforma

también ha publicado diversas informaciones relativas a la desinformación sobre el conflicto y su impacto en Europa. En concreto, destaca su labor de monitorización de la evolución de las narrativas de desinformación a lo largo de todo el conflicto. En esta línea, cada semana, la red publica un informe con las conclusiones más relevantes al respecto.

En esta línea y con el objetivo de luchar contra la desinformación, verificadores de todo el mundo se han unido en la lucha contra las noticias falsas. De hecho, la pandemia de COVID-19 impulsó el *fact-checking* colaborativo, el cual se ha perfeccionado con la desinformación viralizada a lo largo de la invasión en Ucrania (Morejón-Llamas et al., 2022). Y es que, la rapidez en el proceso de verificación que otorgan las alianzas entre *fact-checkers* internacionales resulta clave para arrojar luz a los procesos de desinformación diseminados a escala internacional.

En concreto, cabe destacar la iniciativa #UkraineFacts, lanzada por *Maldita*, medio español de *fact-checking*. Se trata de una base de datos colaborativa que recoge las verificaciones de *fact-checkers* de todo el mundo, relativas a la guerra entre Rusia y Ucrania. Su objetivo es dar una respuesta coordinada y global a la desinformación diseminada internacionalmente con el fin de no duplicar esfuerzos ante

contenidos erróneos idénticos que se viralizan en países diferentes. A fecha de enero de 2024, la plataforma cuenta con más de tres mil verificaciones de todo el mundo. Además, a través de un mapa interactivo, #UkraineFacts permite observar en qué países se ha detectado cada contenido falso.

33

DESINFORMACIÓN Y PROPAGANDA. LOS CASOS DE LAS GUERRAS DE UCRANIA Y GAZA

por Iñigo Saenz de Ugarte

1. INTRODUCCIÓN

La opinión pública ha sido siempre un campo de batalla esencial en todas las guerras. Incluso en la antigüedad cuando la decisión de ir a la guerra correspondía a un rey o a la élite política, el gobernante sabía que necesitaba el apoyo de la gente, o de los que la controlaban, para todas las iniciativas relacionadas con el conflicto. Para empezar, con la intención de mantener la paz social mientras las tropas estuvieran implicadas en combates en el exterior. También para asegurar el éxito de un reclutamiento masivo o para recibir el apoyo de aliados en otros países. Un elemento habitual de esa propaganda era prometer que el éxito estaba al alcance de la mano. Otro, hacer ver que el enemigo ponía en peligro la propia supervivencia del grupo.

Ni siquiera cuando la autoridad del monarca era suprema, se podía ignorar el hecho de que era necesario algo más que la voluntad de un solo hombre, por poderoso que fuera, para justificar una conquista. Como se escribe ahora en tantas ocasiones, era necesario un relato. El rey persa Darío I, que en el mejor de los casos sólo era pariente lejano de los anteriores monarcas, llevó hasta el final la legitimidad religiosa como justificación de la extensión de su poder. “Ahí estaba la semilla de algunas nociones radicales: la de que los enemigos extranjeros debían ser aplastados por ser infieles, que a los guerreros se les prometería el paraíso, que la conquista en nombre de un dios podría convertirse en un deber moral”, escribe Tom Holland en su libro ‘Fuego persa’. Darío I no quería imponer una religión en todo el mundo conocido,

pero sí una suerte de monarquía global que justificara su condición de “rey de reyes”. Demonizar al enemigo era la mejor táctica para conseguir sus objetivos.

Lógicamente en tiempos contemporáneos la existencia de democracias ha hecho aún más necesario inculcar en la opinión pública la idea de que una guerra es imprescindible en un momento determinado. Cuando se inició la Primera Guerra Mundial, el interés del pueblo norteamericano y de sus élites era muy escaso. Incluso cuando el Gobierno de EEUU decidió entrar en el conflicto, la respuesta inicial fue bastante tibia. En las primeras seis semanas, sólo 73.000 personas se ofrecieron voluntarias para alistarse, por lo que debió decretarse el reclutamiento obligatorio. Una campaña de prensa y conferencias que denunciaba las atrocidades de las tropas alemanas en Europa sirvió para cambiar el espíritu nacional. Las consecuencias eran fáciles de prever. “Una vez que se lleva a un pueblo a la guerra, olvidará que hubo alguna vez algo parecido a la tolerancia”, escribió el presidente Woodrow Wilson el 1 de abril de 1917. “Para luchar, debes ser brutal y despiadado, y el espíritu de esa brutalidad despiadada entrará en cada fibra de la conciencia nacional, infectando al Congreso, los tribunales, los policías y el hombre de la calle”.

La existencia de una guerra informativa o una guerra híbrida es en realidad muy anterior a internet y las redes sociales. Han cambiado los instrumentos tecnológicos y el número de actores capaces de influir en la sociedad. Los gobiernos han perdido el monopolio a la hora de imponer una verdad oficial en su territorio. Las fronteras ya no son una barrera casi infranqueable si tienes como prioridad preservar a tu pueblo de la propaganda del enemigo. En los últimos veinte años, se han producido varios conflictos en los que el uso de técnicas de propaganda o desinformación, o de ambas cosas, ha sido evidente. Los ejemplos son numerosos. En 2022, el Gobierno norteamericano intentó convencer a sus ciudadanos de que el régimen de Sadam Hussein contaba con un gigantesco arsenal de armas de destrucción masiva, que después de la invasión se reveló inexistente. Antes de que empezara la guerra, se pasó a destacar el tenebroso historial de vulneración de derechos humanos del Gobierno iraquí para convencer al Congreso y a los medios. El fin de la dictadura de Sadam no dio paso a una transición democrática tanto por el error norteamericano de creer que se podía exportar la democracia como por el alto nivel de sectarismo de la sociedad iraquí fragmentada por realidades étnicas y religiosas.

El Gobierno ruso promovió estrategias de desinformación destinadas a influir en las elecciones de EEUU de 2016 y varios países europeos. Nunca se ha llegado a probar su efectividad por completo, pero hay un hecho que tuvo una fuerte influencia política: el hackeo de los servidores del Comité Nacional del Partido Demócrata y de la campaña de Hillary Clinton. Muchos de sus mensajes internos acabaron publicados en los medios norteamericanos.

Después de la invasión de Afganistán, los altos cargos políticos y militares de varios gobiernos de EEUU afirmaron en público que la derrota definitiva de los talibanes era cuestión de tiempo, mientras que en documentos secretos o de acceso restringido admitían que las nuevas autoridades afganas eran incapaces de mantener el control del país.

Un periodista de The Washington Post descubrió en 2016 que existía un extenso informe oficial en el Pentágono realizado con los testimonios de las personas que habían dirigido la guerra a distintos niveles. El periódico tuvo que recurrir a los tribunales para obtener en 2019 una copia de esas 2.000 páginas. “Admitían que no sabían lo que estaban haciendo en Afganistán, que no tenían una estrategia y que prácticamente toda la guerra, de principio a fin, había sido un desastre”, explicó después el periodista Craig

Whitlock, autor del libro «Los papeles de Afganistán». “Esto era completamente opuesto a lo que esta misma gente estaba diciendo en público bajo las presidencias de Bush, Obama y Trump”. En el libro, lo llamó “una conspiración silenciosa para enmascarar la verdad”. Una posible y triste conclusión es que no sólo las dictaduras están en condiciones de engañar a sus ciudadanos de forma sistemática.

2. UCRANIA, MITOS Y DESINFORMACIÓN PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN ENEMIGO

La construcción de un discurso belicista suele ser una forma de anunciar a la opinión pública la necesidad de invadir otro país. Todas las naciones cuentan con mitos fundacionales que a menudo son incompatibles con los de sus vecinos. Es el primer nivel de desinformación antes de iniciar una acción militar, el que obliga a los ciudadanos a aceptar la visión que su líder tiene del pasado de la nación. Lo hizo Vladímir Putin en julio de 2021 en un largo artículo firmado por él, publicado en la web del Kremlin y enviado a todos los miembros de las Fuerzas Armadas. Fue siete meses antes de la invasión de Ucrania. “Rusos y ucranianos forman un solo pueblo”, escribió Putin con la intención de demostrar que las autoridades

ucranianas no tenían derecho a tomar decisiones que contradecían una interpretación parcial y altamente discutible de la génesis del imperio ruso a lo largo de siglos. Para fundamentar sus exigencias, Putin se remontaba a mil años atrás para recordar la Rus de Kiev, la federación de tribus eslavas iniciada a finales del siglo IX que desembocaría siglos después en la fundación de Rusia. El Estado de Ucrania sería una especie de aberración o, en palabras de Putin, una entidad artificial impuesta “por la Rusia bolchevique y comunista” (Putin, V. 2021). Su interpretación mítica sobre el origen de Rusia fue el prólogo de la decisión de invadir Ucrania en febrero de 2022.

No hay mejor estrategia de desinformación que aquella que se basa en la misión histórica de un país, en la responsabilidad que tienen los ciudadanos ante todos aquellos que vivieron en siglos anteriores. Los que discrepan serán tachados de traidores a la nación. Putin era consciente de que necesitaba algo más para justificar el derrocamiento del Gobierno ucraniano. Por eso, el Gobierno dijo que el objetivo era “desnazificar” Ucrania. La realidad es que Svoboda, el principal partido de extrema derecha en Ucrania, obtuvo su mejor resultado electoral en 2012 con un 10,4% de los votos, favorecido por su discurso contra la corrupción. En los comicios

posteriores de 2014 no llegó al 5% y se quedó fuera del Parlamento, al igual que en los de 2019 con un 2%. La participación de grupos de extrema derecha en las milicias de voluntarios que habían combatido en el este del país desde 2014 era conocida. Ninguna de esas fuerzas financiadas por oligarcas tuvieron después una influencia política relevante. Ninguno de los presidentes ucranianos elegidos desde la independencia pueden ser identificados como de extrema derecha.

Las referencias al nazismo en Ucrania en los medios rusos se multiplicaron con la invasión. Contaban con el aval oficial. “Un segmento apasionado de la sociedad ucraniana lleva treinta años rezando por la llegada de un Tercer Reich. Literalmente”, dijo en abril de 2022 el expresidente Dimitri Medvédev. No parecía tener importancia que el territorio ucraniano de la URSS hubiera sido arrasado por las tropas alemanas a partir de 1941. La derrota de los nazis en la Segunda Guerra Mundial es la gran epopeya nacional rusa desde los tiempos de la Unión Soviética. Describir al enemigo como una nueva encarnación de los nazis es una forma de recabar el apoyo de todo el pueblo. Curiosamente, la nueva guerra existencial no puede definirse con esa palabra. Se trata de “una operación militar especial”, una terminología impuesta bajo la amenaza de multas

o penas de prisión. Criticar la guerra y pedir el fin de la invasión es calificado de vulneración de la reputación de las Fuerzas Armadas, que también tiene un castigo penal.

Al fracasar el intento ruso de ocupar Kiev y aumentar la ayuda militar occidental a Ucrania, las autoridades rusas cambiaron las prioridades de su propaganda y pasaron a definir la guerra como un enfrentamiento contra Occidente, simbolizado en EEUU y la OTAN. Fue con los episodios más dramáticos de la guerra donde la desinformación rusa se hizo más evidente. La matanza de civiles en Bucha, donde aparecieron decenas de cadáveres de civiles con las manos atadas y disparos en la cabeza, fue descrita en las televisiones rusas como una representación teatral con cuerpos sin vida que se movían, contra lo que mostraban las imágenes grabadas por los periodistas. Eso no impidió presentar otras versiones contradictorias, según las cuales nadie murió durante la presencia de las tropas rusas, por lo que las víctimas sí existieron, pero debían de haber sido asesinadas por los ucranianos. Lo mismo se hizo con el ataque al hospital de maternidad de Mariupol. La intención no era la de ofrecer una versión plausible de los hechos, sino desacreditar las informaciones de los medios de comunicación occidentales. Primero, se afirma que todas las noticias sobre tu país forman parte de

una campaña de desprestigio y luego se recuerda eso en cada situación que lo requiera. Remontándose a los años noventa, el Gobierno y los medios públicos insisten en que EEUU ha impedido que Rusia encuentre el lugar que se merece por su historia. Los rusos que recuerdan la desaparición de la URSS y el hundimiento económico posterior tienden a compartir esa visión. Como dijo Margarita Simonián, directora de la red de medios públicos RT, en el programa de la televisión pública que presenta Vladímir Soloviov, lo que los ciudadanos pensarán sobre la “operación militar” no era lo más importante. Lo esencial era que defendieran la estabilidad del país para que no se repita lo que sucedió en 1917 (la caída del zarismo) o 1991 (el fin de la URSS), momentos catastróficos en la historia de Rusia.

Al iniciarse la guerra, el Gobierno ucraniano sabía que necesitaba la ayuda militar occidental. No le bastaba con el apoyo político, que tenía casi garantizado. Su estrategia de propaganda se basaba en una apuesta firme por la figura del presidente, Volodímir Zelenski, y su decisión de luchar hasta el final ignorando las ofertas de huir al exilio ante una posible victoria rusa. El apoyo a Zelenski en su país era masivo, lo que no fue óbice para que el Gobierno estuviera decidido a controlar el mensaje. Impuso un programa informativo común a todas las

televisiones. Cada una de ellas intervenía en su realización de forma rotativa. “Es un arma”, dijo Zelenski. Su objetivo era fomentar el apoyo de la población al Gobierno y el Ejército, destacando las informaciones positivas y ocultando todo lo que pusiera en peligro los objetivos de la guerra. Las cadenas que participan en el proyecto sumaban el 60% de la audiencia antes de la guerra. Un año después, la cifra de esos programas bajó al 40%. A finales de 2022, había caído hasta el 14% y hoy sólo supera el 10%. “Todos están hartos con esa imagen que dice ‘estamos ganando, todos nos apoyan y nos dan dinero’. Es propaganda estatal”, dijo en enero de 2024 a The New York Times Oksana Romaniuk, directora del Instituto de Información de Masas, de Kiev (Méheut C. y Mitiuk D., 2024). El imprescindible apoyo militar y económico de EEUU y Europa a Ucrania ha hecho que las opiniones públicas de esos países sean también un lugar esencial de la confrontación. Para Putin y el partido en el poder, las sociedades europeas están carcomidas por la falta de moralidad y el predominio de la defensa de los derechos de mujeres y gays sobre los valores conservadores tradicionales. Al mismo tiempo, afirman que Europa terminará siendo consciente de su error y comprenderá que apoyar a EEUU en la defensa de Ucrania perjudica a sus intereses económicos.

La guerra ha vuelto a poner de manifiesto el miedo de los gobiernos europeos a operaciones de injerencia procedentes de Moscú con la misión de influir en sus opiniones públicas. Un ejemplo de ese pesimismo quedó patente en un discurso de Josep Borrell a los embajadores europeos en octubre de 2022. “Esta es una batalla que no estamos ganando porque no estamos peleando lo suficiente”, dijo el alto representante para la Política Exterior de la UE (Gil, Andrés, 2022). Se refería a la capacidad de los gobiernos europeos de marcar los términos del debate sobre la guerra a diferencia de la supuesta ventaja rusa en las estrategias de desinformación. “Hay que conquistar las mentes. Los rusos y los chinos son muy buenos en eso. Tienen granjas que se repiten sistemáticamente llegando a todos en el mundo una y otra vez, una y otra vez. No tenemos un Russia Today o un Sputnik. Ni siquiera una Liberty Radio”. El comentario de Borrell resultaba extraño. Los países democráticos no suelen utilizar medios oficiales de propaganda con la obligación de repetir las consignas que llegan del Gobierno. Sí existen radios y televisiones públicas cuyos responsables son elegidos por el Gobierno o el Parlamento, pero que no se comportan como RT, aunque las prácticas de algunos de ellos sean discutibles. La propaganda existe también en esos países, pero no puede

sustituir a la información veraz y genera un cierto rechazo en la población cuando se utiliza de forma evidente. Esos temores de que los europeos serían presa fácil de la desinformación rusa no se han confirmado. En la encuesta del Eurobarómetro publicada en diciembre de 2023, el 72% de los europeos está a favor de prestar ayuda económica a Ucrania y el 60% apoya financiar la compra y entrega de material militar (Eurobarómetro, 2023). El 72% apuesta por mantener las sanciones económicas a Rusia. Los datos eran inferiores en el sondeo realizado tres meses antes, pero no suponen una caída pronunciada cuando los ciudadanos ya podían suponer entonces que el fin de la guerra no está cerca.

Preguntas diferentes en los sondeos ofrecen conclusiones distintas. Los encargados por el think tank Consejo Europeo de Relaciones Exteriores (ECFR) sí revelan un descenso en el apoyo a la guerra en algunos países europeos cuando se pregunta si están a favor de que acabe la guerra, incluso si eso supone que Ucrania pierda partes de su territorio (ECFR, 2023). La respuesta es afirmativa en Italia (con un 46% frente a un 14%), Alemania (40% frente a un 28%) y Rumanía (38% a 16%). En Francia, los porcentajes están igualados. Cobra cada vez más fuerza la idea de que debería darse una oportunidad a las negociaciones

diplomáticas si existe el riesgo de que la guerra se prolongue durante años. Desde el inicio de la guerra, la UE y los gobiernos europeos habían entregado a Ucrania ayuda por valor de 88.000 millones de euros de los que 28.000 millones se han dedicado a ayuda militar y 17.000 millones a la acogida de refugiados ucranianos. A ello hay que sumar los 50.000 millones acordados el 1 de febrero de 2024 para financiar la reconstrucción hasta 2027. Siempre estará presente la tensión sobre hasta qué punto aguantará la opinión pública europea. El concepto de “fatiga por la guerra” se ha usado en innumerables artículos en el último año. Quizá sea una forma de reconocer que los gobiernos no están en condiciones de ofrecer un horizonte con el que vislumbrar el fin de las hostilidades. Ninguno se ha atrevido a afirmar en público que si bien quizá Rusia no ganará el conflicto bélico, su potencial demográfico, militar y económico puede hacer que sea imposible derrotarla y obligarla a abandonar por la fuerza las zonas ocupadas de Ucrania.

Propaganda y desinformación no son términos sinónimos. Aun así, los gobiernos europeos han intentado convencer a su opinión pública de que la victoria ucraniana era factible en un plazo de tiempo razonable y que las sanciones económicas a Rusia harían que le fuera imposible financiar sus

planes de guerra. Ninguna de las dos cosas se ha producido. “El propósito de las sanciones es hacer que Rusia ponga fin a la guerra, retire sus tropas y participe en negociaciones de paz”, dijo Olaf Scholz poco tiempo después de que se aprobaran. El canciller alemán contaba con que cerca del 90% de las exportaciones rusas de petróleo se vería afectada, otro pronóstico que no se ha cumplido. Lo mismo ocurrió cuando Joe Biden afirmó que “el rublo se había hecho pedazos” —haciendo un juego de palabras con ‘ruble’ y ‘rubble’—, al perder gran parte de su valor en los primeros meses de guerra. Suponía ignorar algo básico, que el banco central ruso podía tomar todo tipo de medidas monetarias para conjurar esa amenaza, como así ocurrió. Un caso más grave fue el de la voladura de los dos gasoductos Nord Stream en septiembre de 2002. Los gobiernos de Ucrania y Polonia acusaron directamente a Rusia de estar detrás del sabotaje. La Casa Blanca se mantuvo más circunspecta, al menos en público. Pero la secretaria de Energía, Jennifer Granholm, dijo a BBC que “parecía” que Rusia era culpable: “Es altamente improbable que estos incidentes sean una coincidencia”. Marie-Agnes Strack-Zimmermann, presidenta de la Comisión de Defensa del Bundestag, lo consideró “un caso típico de guerra híbrida”, una forma de apuntar a Rusia, a la que definió

como “un sospechoso plausible” del sabotaje. Era difícil saber cómo podía Rusia beneficiarse de la destrucción de una infraestructura que le había dado tantos beneficios hasta pocos meses antes, más allá de que el sabotaje introdujera una mayor incertidumbre en el suministro de gas en los mercados mundiales. Nord Stream 2 no había llegado a entrar en funcionamiento. Nord Stream 1 llevaba años operando, aunque Moscú había interrumpido el suministro en las semanas anteriores. Las investigaciones posteriores, difundidas por medios de comunicación citando fuentes anónimas, han establecido que las pruebas conocidas apuntan a una operación de la inteligencia militar ucraniana llevada a cabo con la ayuda de los servicios polacos. Hubo que esperar a marzo de 2023 para que aparecieran las primeras informaciones en este sentido. Ningún Gobierno occidental quiere hablar de ello en público, porque estaría obligado a pedir cuentas a Zelenski, incluso en el caso de que él no estuviera informado.

La propaganda rusa contra el Gobierno de Zelenski contaba con una previsible estrategia subterránea de desinformación con el objetivo de desprestigiarle en su propio país y en el resto de Europa. En enero de 2023, uno de los principales altos cargos del Kremlin, Serguéi Kiriienko, ordenó el inicio de una campaña para infiltrarse en

las redes sociales ucranianas con el fin de atacar el prestigio de Zelenski, según *The Washington Post*, que citaba documentos oficiales rusos interceptados por servicios de inteligencia occidentales (Belton, C. 2024). Un documento describió uno de los objetivos: “Necesitamos reforzar el conflicto entre Zaluzhni (jefe de las FFAA) and Zelensky en el sentido de que “él (Zelenski) quiere destituirle”. Zelenski terminó relevando a Zaluzhni en febrero, pero sería muy osado aplicar una relación causa-efecto. Las discrepancias entre ambos eran conocidas y aparecieron reflejadas en medios occidentales sin ninguna intención desinformadora. El artículo del *Post* admite que la sociedad ucraniana se ha mantenido unida desde la invasión y que los propios documentos reflejan en ocasiones la “frustración” de las autoridades rusas en su intento de socavar la reputación de Zelenski. Por tanto, una cosa es describir que existe una estrategia de desinformación originada en Moscú y otra muy diferente, sostener que supone un riesgo máximo para Ucrania y el resto de Europa. El fracaso de la ofensiva ucraniana del verano de 2023 volvió a reflejar que las expectativas creadas por los gobiernos europeos estaban lejos de la realidad. Fue necesaria una inusualmente clara entrevista con el jefe del Ejército ucraniano para despejar las dudas (*The Economist*, 2023). 2024

se presenta como un año en que no se esperan cambios en el frente favorables a Ucrania. Sería un grave error político anunciar una victoria militar que hoy parece lejana o imposible. En un extenso informe, Michael Kofman, Rob Lee y Dara Massicot se alejan de un discurso triunfalista y marcan las prioridades más razonables para Kiev: reforzar sus líneas de defensa a lo largo de mil kilómetros de frontera, reconstruir sus unidades con soldados mejor entrenados y más jóvenes, atacar puntos vulnerables detrás de las líneas rusas y esperar a 2025 para encontrar nuevas oportunidades de ataque (Kofman, M. Lee, R. Massicot, D. Hold, 2024). “Los líderes europeos deben hacer un mejor trabajo, dando a sus ciudadanos una teoría convincente de cómo puede Ucrania ganar la guerra y por qué es esencial para el futuro de Europa que lo consiga”, escribieron en diciembre de 2023 Susi Dennison y Pawel Zerka, investigadores del CERF, en ‘*Foreign Affairs*’. “Si fracasan, Kiev podría perder un apoyo crucial en las próximas semanas y meses” (Dennison, S. y Zerka, 2023).

3. GAZA, DUELO DE LEGITIMIDADES

Shayan Sardarizadeh, periodista de la sección de verificación de noticias de BBC, ha confesado que la guerra de Gaza ha superado todo lo que

había observado en las redes sociales. “Nunca había visto un conflicto donde se subiera (a las redes) tanta desinformación con la intención directa de deshumanizar a las víctimas reales de la guerra en ambos lados. Mujeres y niños muertos o heridos, civiles, rehenes, prisioneros; nadie se libra”. Ha sido una de las consecuencias tristes menos sorprendentes de los acontecimientos.

Desde principios del siglo XX, el conflicto israelí-palestino ha sido una lucha de legitimidades en la que el control de la información ha jugado un papel esencial. El movimiento sionista vio una oportunidad histórica para que el pueblo judío pudiera regresar a Palestina casi veinte siglos después de la destrucción del Segundo Templo por las legiones romanas, primero dentro del imperio británico y luego como Estado independiente. “Una tierra sin un pueblo para un pueblo sin tierra”, fue el eslogan sionista, falsamente atribuido a Theodore Herzl, que resumió una reivindicación que ignoraba que unos 600.000 palestinos vivían en esa tierra a comienzos del siglo. Fuera o no una quimera en ese momento, la desaparición del imperio turco y el mandato colonial que la Sociedad de Naciones entregó a Gran Bretaña lo hicieron posible. La guerra de 1948 supuso el desplazamiento forzado de centenares de miles de palestinos. Desde el primer

momento, los líderes israelíes estaban convencidos de que la desaparición de pueblos enteros era necesaria para la supervivencia del nuevo Estado en esas fronteras. La versión oficial que se difundió fue que los palestinos habían huido de sus aldeas y pueblos atendiendo al llamamiento hecho por los gobiernos árabes. Los archivos oficiales conservaron declaraciones de altos cargos políticos con órdenes expresas de expulsar por la fuerza a los habitantes de los pueblos. Se mantuvieron en secreto durante décadas. “Estoy en contra de la demolición completa de los pueblos, pero hay lugares que suponían un gran peligro y que suponen un gran peligro, y deben ser erradicados. Pero debe hacerse de forma responsable”, dijo Ben Gurión en una reunión de su gobierno en julio de 1947 (Aderet, O. 2022). La frase permaneció censurada durante décadas y sólo un error técnico en los archivos nacionales permitió que se conociera en 2022. No fue hasta finales de los años ochenta cuando los llamados nuevos historiadores israelíes desvelaron la realidad oculta durante tanto tiempo. El más conocido de ellos fue Benny Morris, que contó con la ayuda de documentos desclasificados y testimonios de testigos para explicar cómo las unidades de la Haganah recibieron esas órdenes, así como las matanzas que se produjeron en abril y mayo de 1948. “Los

peores casos fueron los de Saliha (70-80 muertos), Deir Yassin (100-110), Lod (250), Al Dawayima (cientos) y quizás Abu Shusha (70)”, dijo en una entrevista en 2004 “Ben Gurion no dio ninguna orden explícita por escrito, y no se trataba de una política general, pero había un ambiente de traslado (expulsión) de la población. La idea del traslado estaba en el aire. El colectivo de oficiales entendía lo que se esperaba de ellos”, dijo Morris. Ben Gurion lo justificó en el hecho de que “no podía haber un Estado judío con una gran minoría árabe hostil en su seno” (Shavit, A. 2004).

Desde entonces, la dependencia israelí de la ayuda militar norteamericana y el apoyo que la causa palestina recibía en los países árabes hicieron que el conflicto se trasladara a la comunidad internacional. La misma fundación del Estado israelí, junto a la formación de un Estado palestino, en la decisión de la Asamblea General de la ONU en 1947 provocó que los demás países no pudieran ignorar su responsabilidad. 1973 trajo la utilización del petróleo como arma política, con lo que Occidente se vio implicado a causa de la defensa de sus intereses económicos.

El ataque de Hamás del 7 de octubre de 2023 en el que fueron asesinados 695 civiles israelíes y 71 extranjeros, a los que hay que sumar 373 militares y

policías, fue el de consecuencias más letales desde 1948. Tuvo un impacto traumático en la sociedad israelí, no muy diferente al que sufrió EEUU en 2001. Durante décadas, los gobiernos habían hecho creer a sus ciudadanos que los palestinos no suponían una amenaza existencial a diferencia por ejemplo del programa nuclear iraní. El primer ministro, Binyamín Netanyahu, les había hecho creer que la situación estaba controlada y que sólo era necesario realizar operaciones periódicas de castigo sobre Gaza en las que la “infraestructura terrorista” siempre era destruida. “Cortar el césped” es la expresión eufemística que hizo fortuna en la prensa israelí, una tarea rutinaria y no especialmente complicada. La clave siempre era asegurar que la capacidad de disuasión del Estado quedaba reforzada. La respuesta al asalto de Hamás fue una guerra total que ha acarreado la destrucción casi completa del norte de Gaza y de una parte importante del sur. Periodistas que han acompañado a las tropas israelíes han relatado que el norte se ha convertido en un lugar inhabitable, un paisaje urbano no muy distinto al de Grozni en Chechenia o al de Mariupol en Ucrania. En el momento de escribir estas líneas, 30.000 palestinos han perecido en los bombardeos, de los que casi 13.000 son menores de edad, según datos del Ministerio de Sanidad

de Gaza. Familias enteras de varias generaciones han sido diezmadas. Se han producido ataques contra objetivos que solo pueden ser definidos como parte de la infraestructura civil: viviendas, fábricas, universidades, centros hospitalarios, mezquitas o panaderías industriales.

Varios ministros del Gobierno israelí y el presidente del país, Isaac Herzog, han afirmado que todos los gazatíes son responsables de los crímenes de Hamás. “No es cierta toda esa retórica sobre civiles que no sabían, que no estaban implicados. Podrían haberse rebelado, haber luchado contra ese régimen maligno que se hizo con el poder con un golpe de Estado”, dijo Herzog. Un grupo de personalidades envió al fiscal general una carta para que tomara medidas contra la constante incitación al genocidio que apreciaban en esas declaraciones: “Por primera vez que podemos recordar, las llamadas explícitas a cometer crímenes atroces contra millones de civiles se han convertido en una parte legítima y habitual del discurso israelí”.

Resulta difícil exagerar las dimensiones de hechos tan dramáticos como el ataque del 7 de octubre a varias poblaciones israelíes fronterizas con Gaza. Sin embargo, en los días posteriores surgieron varias informaciones no confirmadas que pretendían convencer a la opinión pública nacional e

internacional de que cualquier represalia estaba justificada. Como ejemplo, el Ejército invitó a un grupo numeroso de periodistas extranjeros a que visitaran el kibutz Kfar Azar, donde un centenar de personas había sido asesinada. “He hablado con algunos de los soldados y me dicen que lo que han visto al entrar en las casas ha sido a bebés con la cabeza cortada. Eso es lo que han dicho”, dijo en un directo una periodista de un canal de noticias israelí. La cuenta oficial del Estado de Israel en Twitter, que gestiona el Ministerio de Exteriores, difundió el vídeo con su testimonio y las palabras “40 bebés asesinados” (Sáenz de Ugarte, I. 2023 b).

Los portavoces del Ejército no confirmaron oficialmente ese hecho, pero tampoco lo desmintieron. Los periodistas no habían visto esos cadáveres decapitados. “Ayer estuve en Kfar Aza”, escribió un periodista francés en Le Monde. “Nadie me habló de decapitaciones, aún menos de niños decapitados, aún menos de 40 niños decapitados”. Eso no impidió que muchos periódicos de todo el mundo dieran esa información como confirmada, incluidos cinco diarios británicos, por ejemplo The Times, en sus portadas. Un recuento de la noticia en Twitter con esa información falsa dos días después ofreció un resultado de 44 millones de impresiones, 300.000 «likes» y 100.000 retuits.

Parecidas informaciones surgieron en otro kibutz, Beerli, donde murieron un centenar de civiles. El portavoz del Ejército, Jonathan Conricus, dijo que también se habían encontrado casos de bebés decapitados. El jefe militar al mando de las tropas que combatieron en Beerli dijo que habían visto ocho bebés asesinados y el cuerpo sin vida de una anciana llamada Jenya, que era superviviente del Holocausto porque tenía un número grabado en el brazo. En enero, el presentador de un informativo de Canal 13 anunció que el portavoz del kibutz había confirmado que no hubo bebés asesinados en Beerli y que ninguna mujer residente en el pueblo se llamaba Jenya. La existencia de rumores en tiempos de guerra no es nada nuevo. Cobra un cariz diferente cuando intervienen políticos, militares o cuentas oficiales en las redes sociales, porque sirven para justificar cualquier respuesta por brutal que sea. Además, cuentan en teoría con un plus de credibilidad, en especial para los que necesitan que les confirmen que tienen razón. El propio Joe Biden afirmó en un acto público que había visto “fotografías confirmadas de terroristas decapitando a niños”. Un portavoz de la Casa Blanca dijo después a CNN que ni el presidente ni sus asesores habían visto fotos o recibido informes confirmados sobre niños decapitados y que se refería a “comentarios públicos de los

medios de comunicación y de las autoridades israelíes”.

Esa misma semana, un portavoz de Hamás negó que el grupo hubiera asesinado a mujeres y niños. En enero, el grupo islamista difundió un informe de 17 páginas con el que justificaba el ataque del 7 de octubre y afirmaba que sus combatientes “sólo habían atacado a los soldados de la ocupación y a aquellos que portaban armas”, pero no a civiles. Si hubo algunos casos de bajas civiles, “ocurrieron de forma accidental y en el curso de la confrontación con las fuerzas de la ocupación”. Sólo admitía algunos errores “a causa del rápido colapso” del sistema de defensa israelí y del caos posterior (Hamás, 2024). Las afirmaciones no eran ciertas, no sólo por la identidad de las víctimas en los dos kibutz, sino por la matanza ocurrida en una rave, donde murieron en torno a 250 personas, muchas de ellas mujeres. El recuento definitivo de víctimas aparecido en el registro de la Seguridad Social israelí incluye a 36 menores de edad, incluidos veinte menores de 15 años. Sólo en Kfar Azar fueron asesinados 46 civiles, el más joven de 14 años.

La situación de los hospitales en Gaza se convirtió en otro motivo de acusaciones cruzadas sobre la responsabilidad de su situación. El Gobierno israelí acusó a Hamás de utilizarlos como parte de su infraestructura de

defensa. Las pruebas aportadas no estaban a la altura de la denuncia, en especial en el caso del hospital Al Shifa, del que se dijo que contenía bajo su superficie el centro de mando y control de Hamás en Gaza. El Ejército llegó a difundir una animación digital que reflejaba en detalle las plantas subterráneas en las que estaban escondidos sus dirigentes y posiblemente los rehenes capturados. No hubiera sido extraño que la inmensa red de túneles de Hamás contara con salidas en un hospital, un edificio del que entran y salen muchísimas personas a lo largo del día. Cuando el Ejército se hizo con el control del edificio, expulsando a médicos y pacientes, sólo pudo ofrecer unas imágenes que no se correspondían en absoluto con las características de un centro de mando militar.

Como confirmó el ex primer ministro Ehud Barak, parte de esa infraestructura subterránea ya había sido construida por las autoridades israelíes cuando se modernizó y amplió el complejo hospitalario a principios de los años ochenta. En el caso del hospital Rantisi, los militares llevaron a un equipo de CNN a los sótanos del centro para convencerles de que había sido un puesto de control y sólo pudieron mostrar un número reducido de fusiles y un cartel en la pared con los turnos de trabajo del personal sanitario. Las Fuerzas Armadas y el

Ministerio de Exteriores israelí dedican amplios recursos a la propaganda con el objetivo de extender la versión israelí en los medios de comunicación occidentales. Cada vez que se producen operaciones militares, se pone en marcha lo que allí llaman “hasbará”, un término que engloba propaganda y diplomacia pública y que es acusado de promover la desinformación cuando hay versiones enfrentadas sobre el mismo hecho. En el caso del 7 de octubre, esta maquinaria se vio superada por los acontecimientos, porque los atacantes de Hamás grabaron vídeos del asalto con cámaras GoPro que llenaron las redes en muy pocas horas. En esos momentos, Twitter y Telegram llevaban la iniciativa sobre las televisiones israelíes en la difusión de la noticia. Cuentas utilizadas para desinformar sobre la guerra de Siria se activaron para centrarse en Gaza. Los dirigentes israelíes pensaban que estaban perdiendo el control del mensaje ante fuentes a las que relacionaban con Rusia e Irán, además de Hamás. Desde entonces, adquirieron varios sistemas para detectar y responder inmediatamente cualquier alegación sobre la guerra, según el diario Haaretz, a través de distintos tipos de software, por ejemplo para monitorizar redes sociales y plataformas de mensajería, mapear audiencias digitales o crear contenidos específicos para públicos concretos. (Benjakob,

O. 2024). La utilidad de este tipo de herramientas suele justificarse por sí misma. No hacer nada nunca es una opción y los canales oficiales de información resultan ineficaces o incluso obsoletos. Resulta difícil compensar con mensajes de propaganda el impacto emocional que causan en Europa y EEUU las imágenes de destrucción de Gaza, de las que no hay precedentes en el conflicto israelí-palestino. Las imágenes de una matanza están en minutos en las pantallas de los móviles de medio planeta. Hamás también es consciente de esa batalla por la opinión pública, por mucho que sus recursos sean infinitamente inferiores a los de Israel y que su mensaje tenga una recepción escasa en los medios de comunicación occidentales. Esa es la razón de que sus equipos cuya misión es montar una emboscada estén compuestos por tres miembros, según un artículo de The Wall Street Journal: “Un combatiente dispara el RPG, un segundo hombre lleva un fusil AK-47 y un tercero maneja una cámara de vídeo para aportar imágenes a las redes sociales”. Su número puede ser mayor en otras ocasiones, pero nunca falta el que registra la acción en vídeo con la que intentar demostrar que no serán derrotados.

El carácter sofisticado de algunos elementos empleados por la maquinaria de propaganda israelí, como la animación digital del hospital Al Shifa,

puede servir para influir en los medios occidentales, al menos para que las utilicen en sus informaciones, pero en las redes sociales fue recibida con escepticismo, precisamente por su calidad técnica. Si eran capaces de describir tan detalladamente esa infraestructura subterránea al conocerla previamente, ¿por qué luego las imágenes reales eran tan poco convincentes?. Los medios de comunicación pueden ser un filtro que contribuya a cuestionar las informaciones que surgen de los gobiernos. Sin embargo, los medios han sumido en Israel una tarea que llaman patriótica a la hora de defender al Ejército y cualquier medida militar pensada para destruir a Hamás. “Unidos ganaremos” es el eslogan que aparece en pantalla en varias cadenas. Las imágenes que ofrecen sobre el sufrimiento de los gazatíes son entre escasas e inexistentes. No puedes sentir compasión por algo que no ves o por alguien al que consideras el enemigo (Cohen, I.D. 2023).

Sobre cuál debe ser la función de los periodistas, israelíes o extranjeros, sirva como muestra lo que dijo en octubre Yair Lapid, ex primer ministro y líder de la oposición: “Si los medios internacionales son objetivos, están sirviendo a Hamás. Si dan las dos versiones, están sirviendo a Hamás”. Sólo era admisible informar de la versión del Ejército. Todo lo demás era dar pábulo a mentiras o ser cómplice de

una organización terrorista. (Saenz de Ugarte, I., 2023 b). “El shock (por el 7 de octubre) fue tan brutal y el trauma tan fuerte que los periodistas ven ahora que su papel, o parte de él, es ayudar al Estado a ganar la guerra. Y parte de eso consiste en mostrar tan poco como se pueda del sufrimiento de Gaza y minimizar las críticas al Ejército”, opina Raviv Drucker,, uno de los principales periodistas de investigación del país (Graham-Harrison, E. y Kierszenbaum, Q. 2024). El 51% de los israelíes judíos cree que el Ejército está aplicando la fuerza necesaria en la guerra y el 43% desearía que fuera aún más violento, según una encuesta de la Universidad de Tel Aviv de enero de 2024. Un 55% de la población árabe de Israel cree por el contrario que la violencia de los militares es excesiva (Peace Index Archive, 2024).

Un periodista israelí que dijo que rezaba por los niños palestinos e israelíes víctimas de la guerra tuvo que esconderse cuando aparecieron personas en su casa con la intención de agredirle. No es sólo que la mayoría de la sociedad no acepte críticas al Ejército, sino que cualquier que muestra compasión por las víctimas del otro lado puede ser acusado de traición.

En la sociedad palestina, el cierre de filas también se refleja en una misma encuesta de diciembre de 2023. Un 72% apoya la decisión de Hamás de atacar territorio israelí. El porcentaje

baja al 57% en Gaza. Lo más significativo es que el 85% dice no haber visto vídeos de los ataques de las milicias de Hamás contra civiles israelíes ocurridos el 7 de octubre. De ahí que sólo el 10% crea que Hamás cometiera crímenes de guerra (Palestinian Center for Policy and Survey Research, 2023). La resistencia contra la ocupación israelí supera cualquier otra consideración política. Como ha ocurrido en el pasado, las ofensivas militares de Israel provocan un aumento del apoyo a Hamás, pero esta vez menor en Gaza que en Cisjordania. Las épocas de normalidad, en el caso de que se pueda emplear esa palabra en Gaza, ofrecen un panorama diferente. Antes de la guerra, el 67% de los gazatíes tenía poca o ninguna confianza en el Gobierno de Hamás (Jamal, A. y Robbins, M., 2023). Estudios psicológicos han demostrado que los seres humanos, si bien están predispuestos a buscar la mayor cantidad posible de información sobre todo lo que les rodea, cuentan con poderosos incentivos para ignorar hechos que les planteen alternativas sobre un presente o futuro que no quieren afrontar (Ben David, Y. 2024). Los israelíes no aceptan que los palestinos aspiren a un futuro de autogobierno que ellos mismos sintieron antes de 1948. Los palestinos no quieren pensar que los israelíes seguirán estando allí por muchas denuncias que hagan sobre su penosa existencia.

Ignorar lo que les ocurre a los otros en ambos casos termina por ser una elección tan política como moral. Sin embargo, al final sus decisiones no se basan en ninguna moralidad, sino en su identidad. Podemos cuestionar sus sesgos, pero deberíamos preguntarnos qué haríamos nosotros si estuviéramos en su lugar.

4

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

por Jorge Tuñón, Rocío Sánchez del Val, Iñigo Saenz Ugarte, Vicente Palacio

1. RESPECTO A LOS MECANISMOS A ESCALA EUROPEA

La desinformación y la propaganda han existido siempre. Sin embargo, el nuevo escenario digital y mediático ha traído consigo desafíos sin precedentes con consecuencias económicas, sociales, políticas y, según ha demostrado la pandemia de COVID-19, también sanitarias. Para hacerles frente, numerosas investigaciones y expertos en el sector señalan tras pilares fundamentales sobre los cuales debe girar la respuesta a los mecanismos de posverdad a escala europea: regulación, alfabetización mediática y digital, y cooperación.

A. En cuanto a la regulación, la acordada Ley Europea de Libertad de los Medios de Comunicación supone un paso innovador hacia el fortalecimiento de la libertad y el pluralismo de los medios en la Unión Europea. De hecho, la búsqueda y la protección de la libertad de los medios de

comunicación requieren políticas y herramientas multidimensionales, que deben adaptarse y actualizarse, y que lejos de dar cualquier logro por sentado debe protegerse, tanto de las viejas, como de las nuevas amenazas, debido a la evolución de la situación y de los tiempos. La búsqueda y la protección del pluralismo y la libertad de los medios de comunicación requieren una perspectiva holística, en un mundo globalizado y en un mercado mediático globalizado y digitalizado, en el que las herramientas políticas nacionales corren el riesgo de no ser eficaces o de serlo sólo parcialmente, o incluso contraproducentes. Por eso, la ley aborda este problema introduciendo nuevas herramientas y salvaguardias para la libertad de los medios de comunicación a escala supraestatal, motivo por el que reajusta el ámbito de aplicación de la misma a la dimensión transfronteriza de los sistemas y mercados de medios de comunicación. De este modo, amplía la compleja arquitectura de la estrategia digital

de la UE, incluyendo también la libertad de prensa (Parlamento Europeo, 2023).

No obstante lo anterior, como cualquier texto regulatorio de la complejidad del presente, manteniendo la opción de una intervención sobre los sistemas de medios de comunicación a escala de la UE por medio de la propuesta de una ley/reglamento, anclada en las provisiones del artículo 114 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE) como base jurídica, el mismo bien puede mejorar de cara a atajar posibles deficiencias o carencias en su implementación.

Sin ánimo de exhaustividad, bien podría trabajarse y pulir el texto acordado en torno a las siguientes líneas:

- Reforzar la inclusividad de las protecciones y salvaguardias (particularmente significativa es aquella referida a la protección del contenido en línea, por lo que respecta a la salvaguardia que tienen los medios de comunicación de cara a la cancelación de contenido producido de acuerdo a estándares periodísticos por parte de las grandes plataformas, el cual solo se podrá realizar con un preaviso y posibilidad de apelación de los propios medios, en un proceso no previsto para el resto de contenido en línea, lo que bien puede generar efectos perversos como una mayor protección

a la desinformación proveniente de los medios de comunicación o la conversión formal en medios de comunicación de meros instrumentos de propaganda y desinformación)

- Reforzar las obligaciones de transparencia para los prestadores de servicios de medios, añadiendo la revelación de la titularidad de la propiedad a los organismos públicos (artículo 6)
- Independencia del nuevo Consejo de Medios Europeos (observamos con preocupación que uno de sus mandatos sea el de “coordinar las regulaciones nacionales relativas a los medios no pertenecientes a la UE que puedan suponer un riesgo para la seguridad pública, para asegurarse no burlen las reglas aplicables en territorio europeo”, lo que bien puede entenderse como una base legal para justificar a futuro supuestos como la paradigmática censura de *Russia Today* y *Sputnik* en territorio europeo (Consejo de la UE, 2022))
- Supervisión de la aplicación del Art. 17, por lo que respecta a la importancia de abordar la relación entre los prestadores de servicios de medios de comunicación, las grandes plataformas en línea y los principales motores de búsqueda

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Publicación de directrices transparentes y objetivas para evaluar las concentraciones del mercado de los medios de comunicación a fin de aplicar el artículo 21 de la propuesta
- Evitar que el umbral establecido para la asignación de la publicidad estatal (más de un millón de habitantes) se convierta en una laguna para evitar el respeto de los nuevos criterios, y/o mantener un área de presión política potencial sobre los medios de comunicación locales
- Ampliar las disposiciones para una asignación justa y transparente de la publicidad estatal a las subvenciones públicas (directas e indirectas) a los medios de comunicación
- Mantener la exposición a contenidos diversos como un principio fundamental del pluralismo de los medios de comunicación, que podría perseguirse de forma más proactiva, con medidas tanto legislativas como no legislativas (Parlamento Europeo, 2023).
- Crear un nuevo entorno para unas relaciones más equilibradas y transparentes entre los proveedores de contenidos de los medios de comunicación y los intermediarios digitales
- Reforzar la independencia política de los medios de comunicación
- Reforzar seriamente la financiación del periodismo como bien público
- Establecer un sistema de supervisión independiente *ad hoc* en lo que respecta a la aplicación de los artículos 34 y 35 de la Ley de Servicios Digitales (DSA)
- Investigar sobre el pluralismo y la libertad de los medios de comunicación en el marco de los riesgos sistémicos de la DSA, siempre dentro del marco de la estrategia europea contra la desinformación.

Igualmente y en relación no a lo que puede mejorarse, sino a lo que bien podría incluirse para mejorar la eficacia del instrumento regulatorio, también podemos proponer:

En lo relativo a la Ley de Servicios Digitales (DSA), la Unión Europea busca con este marco normativo garantizar una mayor rendición de cuentas y responsabilidad por parte de las plataformas, especialmente aquellas de gran tamaño, en áreas como la moderación de contenido, publicidad, algoritmos y gestión de riesgos. Esto incluye abordar desafíos como

la desinformación y la manipulación electoral. Además, la ley promueve un enfoque de corrección en colaboración con el Código de buenas prácticas en desinformación actualizado. No obstante, muchos de los actores implicados están preocupados sobre la implantación de estas normativas por parte de las plataformas digitales, especialmente X (antiguo Twitter) desde la llegada de Elon Musk. Es por ello que, si bien desde el aspecto normativo europeo se ha avanzado mucho en los últimos tiempos para combatir la desinformación en línea de forma eficaz, se requiere de un compromiso certero y una transparencia real por parte de las *Big Tech*. Sin embargo, es un escenario que plantea sonadas dudas y que solo el tiempo dilucidará hasta qué punto pueden y quieren las plataformas digitales acabar con los contenidos más virales (y rentables) de sus redes: los contenidos desinformadores. En cualquier caso, lo que está claro es que esta regulación supone un punto de inflexión y de partida, un espejo en el que, quizás, otros países más allá de las fronteras de la UE, puedan mirarse e incorporar sus principios a sus propios marcos reguladores.

B. En cuanto a la alfabetización mediática y digital, es algo que podríamos denominar como “la vacuna contra la desinformación”.

Como es bien sabido dentro del campo de la salud, las vacunas no erradicar los virus, sino las enfermedades que producen en los humanos o, al menos, minimizan sus síntomas. Esto mismo lo podríamos extrapolar al terreno cibernético, puesto que la desinformación no va a dejar de existir. Es decir, se pueden intentar moderar los contenidos en redes sociales o desmentir los bulos más virales según vayan apareciendo en el “ágora” de las plataformas. Sin embargo, no se pueden poner barrotes al cielo y las aves rapaces de la desinformación se van a seguir colando por los intersticios de nuestras pantallas, taladrando nuestro cerebro con mentiras y ruido. Es por ello que hay que inmunizar a los humanos contra el virus de la desinformación y sus diferentes (y aún desconocidas cepas). ¿Y cómo? A través de la educación.

Son muchos los expertos que ya apuntan a que la alfabetización es la solución definitiva y la más duradera contra las informaciones falsas. Y es que fomentar el juicio crítico de las personas hace que ellas mismas sepan identificar lo que es cierto de lo que no lo es sin necesidad de que una entidad externa se lo clarifique. Por tanto, es urgente y necesario que, desde las primeras edades, se implanten en los currículos escolares asignaturas en las que se impartan nociones sobre las nuevas tecnologías de la información

y sus implicaciones en nuestra vida diaria. Asimismo, a medida que se avance en la educación escolar, estos temarios deben ser mucho más detallados, explicando el funcionamiento de las redes sociales y sus algoritmos, así como enseñando a identificar qué constituye una noticia y qué no lo es, y dónde buscar información de calidad. Si de verdad queremos acabar con las consecuencias de la desinformación, la educación debe estar en el centro del debate. Por ello, se insta a las instituciones y gobiernos a adaptar los temarios e incorporar estas cuestiones a los centros escolares. Solo así podremos contar con una sociedad crítica y libre, capaz de defenderse por sí misma de los nuevos peligros desconocidos de la desinformación que ya estamos vislumbrando y que se consolidarán en los próximos años.

C. Por último, nos referimos a la cooperación cuando hablamos de todas aquellas acciones conjuntas que llevan a cabo los actores implicados en la lucha contra la desinformación. En este sentido, en los últimos años, han proliferado numerosos medios de *fact-checking* en el mundo dedicados a desmentir y contrastar informaciones falsas virales que circulan a través de las plataformas digitales. Además, también han aparecido secciones y equipos de verificación dentro de medios de comunicación tradicionales,

que sirven como verificadores internos (dentro de sus organizaciones) y externos (de forma pública) de bulos. De este modo, el *fact-checking* se ha erigido como una de las iniciativas más innovadoras para combatir las informaciones falsas que circulan por el universo digital. Así pues, se han convertido en una pieza esencial dentro de la nueva normativa europea, la cual promueve el trabajo conjunto de estos profesionales con las plataformas digitales. Asimismo, desde hace varios años, Tik Tok, a través de su Programa Global de Verificación de Datos, colabora estrechamente con 17 organizaciones de verificación de hechos acreditadas por la *International Fact-Checking Network* (IFCN). Este también es el caso de Meta y su Programa de verificación de datos independiente, cuyos *fact-checkers* asociados se encargan de rastrear la información falsa viralizada en Facebook, Instagram y WhatsApp y, más tarde, desmentirla. De hecho, en 2020, la propia IFCN informó que el 43% de los medios de verificación encuestados obtenían una parte sustancial de su financiación a través de dicho programa (Mantas, 2021), otorgándoles ingresos y visibilidad.

Sin embargo, esta financiación supone un arma de doble filo, ya que la relación entre las plataformas y los verificadores podría interpretarse como un intento de las grandes tecnológicas

de mejorar su imagen ante el público externo. Y es que no hay que olvidar que las grandes plataformas son las principales beneficiarias del ingente flujo desinformador en sus redes, puesto que la desinformación es capaz de difundirse hasta seis veces más rápido que la información verídica (Vosoughi et al., 2018).

Por tanto, es pertinente cuestionarse si realmente las empresas tecnológicas tienen un interés genuino en verificar sus contenidos o si simplemente están tratando de proyectar una imagen falsa de colaboración. Ante esta pregunta, algunos verificadores que colaboran activamente con las plataformas sugieren que no es tan crucial entender por qué éstas promueven la verificación en sus redes, sino más bien el hecho de que lo estén haciendo. Según su perspectiva, los motivos no importan tanto como los resultados obtenidos. Por otro lado, otros *fact-checkers* que optan por mantenerse al margen de estas alianzas miran con escepticismo que parte de la financiación para los medios dedicados a combatir la información errónea provenga de los principales generadores de desinformación. Una paradoja del sistema que lleva a plantearnos si algunas de las soluciones no favorecen al problema en sí mismo en lugar de acabar con él. A pesar de ello, de lo que nadie duda es la efectividad del *fact-checking* a corto plazo,

puesto que se basa en la premisa de que las noticias falsas se han vuelto ampliamente conocidas y que por ello es necesario refutarlas con información contrastada. Pero ¿es suficiente? Algunos investigadores apuntan una preocupación acerca de cómo los *fact-checkers*, al contrastar los bulos, podrían amplificarlos involuntariamente. En otras palabras, al abordar y desmentir estas falsedades, se podría correr el riesgo de reproducir sus marcos y darle aún más visibilidad a la desinformación que si simplemente se hubiera ignorado. Estas conclusiones están intrínsecamente ligadas al fenómeno denominado *backfire effect*, analizado por investigadores como Nyhan y Reifler (2010). Su estudio ha demostrado que refutar la desinformación no siempre reduce las percepciones incorrectas de los ciudadanos. De hecho, se indica que, en algunos casos, puede llegar a reafirmar aún más las ideas erróneas, especialmente entre los usuarios más polarizados. No obstante, otros investigadores como Ecker et al. (2019) desafían esta teoría, argumentando que no han encontrado indicios significativos de que el *fact-checking* produzca este efecto. Además, conviene considerar que, aunque la verificación es capaz de reducir las falsas concepciones de los usuarios, la desinformación puede influir en el pensamiento de las audiencias, incluso después de

haber recibido y asimilado una verificación. Por tanto, si bien la verificación por sí sola no va a erradicar al monstruo de la desinformación, es una herramienta muy útil para aplacar sus consecuencias en el presente. Por tanto necesita de otros actores, iniciativas y herramientas que garanticen su eficacia.

En conclusión, si bien la regulación y la verificación son soluciones imprescindibles para hacer frente a las consecuencias de la intoxicación informativa, no dejan de ser tiritas ante una herida abierta en la sociedad que no deja de supurar. Por tanto, es necesario fomentarlas de manera conjunta, una cooperación simbiótica al tiempo que se inocula la vacuna, es decir, que se educa para erradicar el mal de la desinformación por completo.

2. RESPECTO A LOS CASOS DE UCRANIA Y GAZA

A la luz de la experiencia de estos dos conflictos pueden distinguirse diferentes niveles de reflexión y líneas de acción.

A. Las redes sociales. Los dos casos estudiados demuestran que las redes sociales se convierten fácilmente en una extensión del campo de batalla. Nuestro punto de partida debe ser que no existe forma de impedir este

fenómeno. Sin embargo, la legislación puede ayudar. Pero los efectos de esa realidad serán progresivamente mayores y más perniciosos si los gobiernos no son capaces de establecer un marco de regulación —vigilancia y sanción— que obligue a esas empresas a aceptar ciertas responsabilidades. La Comisión Europea cuenta ahora con la Ley de Servicios Digitales como herramienta para ejercer ese control. En diciembre de 2023, abrió una investigación a Twitter, ahora llamada X, ante la sospecha de que violó la norma en relación a asuntos como moderación de contenidos y acceso de datos a investigadores. Es un primer paso que se justificaba con una mención al ataque de Hamás del 7 de octubre. En relación a la invasión israelí de Gaza, aún no se ha ejecutado ninguna medida sobre la responsabilidad de las redes sociales.

Nunca se puede perder la esperanza de que las redes mejoren sus sistemas de autocontrol. Sin embargo, las expectativas no son muy alentadoras. Medidas como la de conceder el ‘tick’ azul en Twitter, ahora llamada X, a cambio del abono de una suscripción solo contribuyen a conceder influencia a personas dispuestas a pagar y a herramientas diseñadas para distribuir noticias falsas. Por ejemplo sobre la alternativa propiciada por Elon Musk de las “Community Notes” para refutar tuits falsos o manipuladores,

los resultados demuestran que es una técnica de escasa utilidad. Un estudio de Bloomberg que analizó 400 tuits falsos en las dos semanas posteriores al 7 de octubre reveló que la corrección, más allá de que fuera efectiva o no, aparecía siete horas después del tuit. No se puede ganar la carrera a la desinformación con la velocidad de una tortuga.

B. Acceso y protección de periodistas a zonas de conflicto. El acceso de los periodistas a las zonas de conflicto, prohibido en el caso de Gaza por las autoridades israelíes y egipcias, puede considerarse uno de los remedios no infalibles que sirven de contrapeso a la desinformación y la manipulación. Facilitar ese acceso es un paso importante. La presencia de reporteros sobre el terreno suele ser el primer filtro, aunque no infalible, con el que contrastar las afirmaciones falsas que circulan en las redes sociales.

En este sentido, al menos se podrían avanzar fórmulas o códigos de conducta en marcos multilaterales (Naciones Unidas) o regionales (organismos, subregiones) en varias vías, que podrían aliviar parcialmente la desinformación o al menos servir de elemento disuasorio frente a gobiernos o individuos infractores. Una podría ser una mayor protección especial de los corresponsales de guerra, con mecanismos de vigilancia y sanción y

comisiones de investigación conectadas con instancias jurídicas internacionales (Tribunal Justicia Internacional, Corte Penal Internacional, tribunales europeos, tribunales nacionales, etc). Otra podría consistir en plantear tratados internacionales acerca del tratamiento de la información en zonas de conflicto, reforzando en la medida de lo posible la protección a una información veraz.

Por otro lado, es preciso tener en cuenta que las secciones de internacional de los medios de comunicación europeos continúan perdiendo peso por razones presupuestarias. El caso de Israel confirma que no es suficiente con ser periodista para estar alejado de los sesgos identitarios que asume un ciudadano si su país está en guerra. Las decisiones de sus medios, en especial los audiovisuales, han aislado a la opinión pública de la realidad de la guerra. “No vemos las atrocidades, los escombros, la destrucción y la crisis humanitaria. El mundo ve algo completamente diferente”, ha dicho la fotoperiodista israelí Anat Saragusti. Para desmentir un bulo, hay que tener credibilidad. Es difícil que los gobiernos o la Comisión Europea puedan asumir un papel decisivo. Lo que sí deben hacer al menos es promover un debate constante sobre la calidad de la información o recabar la colaboración de medios, verificadores y think tanks en el empeño.

C. Entorno político de los conflictos.

Aquí el mayor freno a la desinformación se producirá cuando el debate político no esté condicionado por la polarización más extrema. Pero esto es algo que por definición parece imposible en una guerra. La desinformación que procede del poder siempre tendrá un efecto mayor que la que viene de otras fuentes, incluidas las aportaciones de ciudadanos de a pie o actores hostiles. Como ha escrito Rasmus Nielsen, director del Reuters Institute for the Study of Journalism, la gente presta mayor atención a los que los políticos importantes dicen, y sus partidarios suelen creerles y actuar en consecuencia. Nunca es eso más cierto que durante una guerra. Por eso, nunca se ha desdeñado el valor de la propaganda en un conflicto bélico.

D. Los medios de comunicación públicos.

A nivel de la UE, existe un elemento común democrático esencial de las sociedades y sistemas políticos que es la transparencia y buen funcionamiento de los medios de comunicación públicos, que pueden y deben asegurar el derecho de la ciudadanía a una información veraz y contrastada. Por tanto, cabría al menos hacer una cierta distinción —y erigir un mínimo dique de contención— entre los medios públicos de participación estatal —sujetos por principio a un control

democrático —y los medios privados, de lo local a lo transnacional— con los que siempre va existir una tensión inevitable. La batería de medidas legislativas a nivel de la UE desarrolladas en el primer capítulo de este documento están también orientadas al propósito de garantizar ese derecho ciudadano. Por más que en la práctica de los conflictos internacionales sea muy difícil evitar la desinformación —tanto por parte de autocracias como de democracias— ello no exime de la obligación de realizar mejoras internas también a nivel interno. Por tanto la clave es mejorar la transparencia en el funcionamiento interno de los medios de comunicación públicos (en general, audiovisuales) para impedir que sean presa fácil de las estrategias de desinformación, con independencia de dónde se originen. Estos medios públicos tienen una responsabilidad especial. Por ejemplo, si un espectador no está de acuerdo con la información que facilita una televisión privada, puede dejar de verla o criticarla en el ámbito que prefiera. Con una televisión pública es distinto. Aunque no la vea, seguirá financiándola con sus impuestos o, en el caso de la BBC británica, con la tasa anual que paga cada propietario de un televisor. Existe un control de esos medios públicos en varios países, como ocurre en España con RTVE, a través del consejo de administración o de

una comisión parlamentaria. Pero el resultado más habitual es que la lucha política partidista se traslada a esos organismos.

Con vistas a la lucha contra la desinformación, la alternativa puede ser establecer un diálogo constante entre los profesionales de esas redacciones y su audiencia. Eso no aislará a esos medios de, por ejemplo, un clima creciente de polarización política, pero mejorará el nivel de conocimiento del funcionamiento de esas redacciones por parte de la opinión pública. En otras palabras, permitirá saber cómo es el proceso de toma de decisiones en esas redacciones para decidir lo que es noticia o servirá de canal para reconocer errores. No será siempre agradable para los profesionales de esas empresas, que deberán admitir que su trabajo en un medio público les somete a un escrutinio mayor que el de los medios privados. Figuras como los consejos de redacción o los defensores del espectador deben asumir más protagonismo con el objetivo de garantizar tanto el pluralismo de puntos de vista —el objetivo de los periodistas no debe ser complacer al pie de la letra los deseos de los gobiernos o de la Comisión Europea sobre el peligro de la desinformación o cualquier otro asunto— como poner freno a la información de baja calidad que es presa fácil de la difusión de bulos y noticias falsas

BIBLIOGRAFÍA

Adams, B. P. (2022, 16 octubre). *How Ukraine is winning the social media war*. BBC News. <https://www.bbc.com/news/world-europe-63272202>

Aderet, O. (2022, 5 Enero) 'State Archive Error Shows Israeli Censorship Guided by Concerns Over National Image'. Haaretz

<https://www.haaretz.com/israel-news/2022-01-05/ty-article-magazine/highlight/state-archive-error-shows-israeli-censorship-guided-by-concerns-over-national-image/0000017f-f684-d47e-a37f-fbcb1bf50000>

Aso, H. S. (2022). *Ucrania 2022: La guerra por las mentes*. Revista general de marina, 283(10), 563-576. https://armada.defensa.gob.es/archivo/rgm/2022/10/rgmoct2022_cap11.pdf

Baines, P. (2022, 11 mayo). *Ukrainian propaganda: how Zelensky is winning the information war against Russia*. The Conversation. <https://theconversation.com/ukrainian-propaganda-how-zelensky-is-winning-the-information-war-against-russia-182061>

Baqués, J. (2015). El papel de Rusia en el conflicto de Ucrania: ¿La guerra híbrida de las grandes potencias?. *Revista de estudios en seguridad internacional*, 1(1), 41-60. <http://dx.doi.org/10.18847/1.1.3>

Bayer, J., Bitiukova, N., Bárd, P., Szakács, J., Alemanno, A., & Uszkiewicz, E. (2019). Disinformation and propaganda - impact on the functioning of the rule of law in the EU and its Member States. En *Parlamento Europeo* (PE 608.864). European Parliament. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/608864/IPOL_STU\(2019\)608864_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/608864/IPOL_STU(2019)608864_EN.pdf)

Belton, C. (2024, 16 Febrero) 'Kremlin runs disinformation campaign to undermine Zelensky, documents show'. The Washington Post <https://www.washingtonpost.com/world/2024/02/16/russian-disinformation-zelensky-zaluzhny/>

Benjakob, O. (2024, 16 Enero) 'Israel Has Bought a Mass Online Influence System to Counter Antisemitism, Hamas Atrocity Denial'. Haaretz

<https://www.haaretz.com/israel-news/security-aviation/2024-01-16/ty-article-magazine/premium/israel-bought-mass-online-influence-system-to-counter-antisemitism-hamas-atrocity-denial/0000018d-0d31-db13-affd-7d3532830000>

Ben David, Y. (2024, 20 Enero) Why Israelis Don't Want to Know What's Really Happening in Gaza, According to Psychology Research. Haaretz https://www.haaretz.com/israel-news/2024-01-20/ty-article/highlight/why-israelis-dont-want-to-know-whats-happening-in-gaza-according-to-psychology-research/0000018d-2478-db77-ad9f-f7a9ada0000?utm_source=mailchimp&utm_medium=Content&utm_campaign=israel-at-war&utm_content=f037e72e6b

Carral, U., Tuñón, J.; y Elías, C. (2023). Populism, cyberdemocracy and disinformation: analysis of the social media strategies of the French extreme right in the 2014 and 2019 European elections. *Humanities & Social Sciences Communication* 10, 23 (2023). <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01507-2>

Carral, U.; y Tuñón, J. (2020). "Estrategias Europeas de Comunicación Organizacional en Redes Sociales: análisis electoral de la extrema derecha francesa en Twitter", *El profesional de la información*, v. 29, n. 5, <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2020/nov/carral-tunon.html>

Carrión, J. (2022). Estamos ante la Primera Guerra Mundial Digital. *INSPIRAR Y TRANS-GREDIR*, 17. https://comunicacion.gumilla.org/wp-content/uploads/2022/09/com_98_17-20.pdf

Centre for Media Pluralism and Media Freedom (2023). Feedback on the proposal for a regulation establishing a common framework for media services in the internal market (European Media Freedom Act) and amending Directive 2010/13/EU, Technical Report, RSC, Centre for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF), Florence, available at: <https://cadmus.eui.eu/handle/1814/75308>.

Cohen, I.D. (2023, 25 Diciembre) 'How Israeli Media Became a Wartime Government Propa-

ganda Arm'. Haaretz <https://www.haaretz.com/israel-news/2023-12-25/ty-article-magazine/premium/how-israeli-media-became-a-war-time-government-propaganda-arm/0000018c-a0d3-d957-a98f-aed3ea560000>

Colom-Piella, G. (2020). Anatomía de la desinformación rusa. *Historia y comunicación social*, 25(2), 473. <https://doi.org/10.5209/hics.63373>

Comisión Europea (2018a). *La lucha contra la desinformación en línea: un enfoque europeo*. Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. COM (2018) 236 final. Recuperado de: <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2018/ES/COM-2018-236-F1-ES-MAIN-PART-1.PDF>

Comisión Europea (2018b). A multi-dimensional approach to disinformation. Informe del grupo independiente de alto nivel sobre fake news y desinformación en línea. Recuperado de: <https://maldita.es/wp-content/uploads/2018/03/HLEGReportonFakeNewsandOnlineDisinformation.pdf>

Comisión Europea (2018c). EU Code Practice on Disinformation. Código de auto-regulación voluntaria de la industria digital en Europa. Recuperado de: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-practice-disinformation>

Comisión Europea (2018d): Action Plan against Disinformation / Plan de Acción contra la Desinformación, Brussels, 5 de diciembre de 2018 JOIN(2018) 36 final. Recuperado de: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/action-plan-against-disinformation>

Comisión Europea (2019). Informe sobre la ejecución del Plan de acción contra la desinformación. Alta Representante de la Unión para Asuntos Exteriores y Política de Seguridad (14/06/2019). Recuperado de: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019JC0012&from=ES>

Comisión Europea (2021a). Propuesta de reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo sobre la transparencia y la segmentación de la

publicidad política (25/11/2021) https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014_2019/plmrep/AUTRES_INSTITUTIONS/COMM/COM/2022/06-30/COM_COM20210731_ES.pdf

Comisión Europea (2022e). European Media Freedom Act: Commission proposes rules to protect media pluralism and independence in the EU. Publicado el 16/09/23 y consultado el 02/08/23, a partir de: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_5504

Comisión Europea. (2020a). *Plan de Acción para la Democracia Europea* (COM(2020) 790 final). Recuperado de: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0790&from=ES>

Comisión Europea. (2020b). *Assessment of the Code of Practice on Disinformation. Achievements and areas for further improvement* (SWD(2020)180 final). Recuperado de: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/assessment-code-practice-disinformation-achievements-and-areas-further-improvement>

Comisión Europea. (2020c). *Europe fit for the Digital Age: Commission proposes new rules for digital platforms*. Recuperado de: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2347

Comisión Europea. (2020d). *The European Digital Media Observatory project kicks off* (02/06/2020). Recuperado de: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/european-digital-media-observatory-project-kicks>

Comisión Europea. (2020e). *Disinformation: EU assesses the Code of Practice and publishes platform reports on coronavirus related disinformation* (10/09/2020) Recuperado de: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_1568

Comisión Europea. (2021b). *Guidance on Strengthening the Code of Practice on Disinformation* (26/05/2021) Recuperado de: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/guidance-strengthening-code-practice-disinformation>

Comisión Europea. (2022a). *2018 Code of Practice on Disinformation*. (16/06/2022) Recuperado de: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/2018-code-practice-disinformation>

Comisión Europea. (2022b). *2022 Strengthened Code of Practice on Disinformation* (16/06/2022). Recuperado de: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/2022-strengthened-code-practice-disinformation>

Comisión Europea. (2022c). *Signatories of the 2022 Strengthened Code of Practice on Disinformation* (16/06/2022). Recuperado de: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/es/library/signatories-2022-strengthened-code-practice-disinformation>

Comisión Europea. (2022d). *Preguntas y respuestas: Refuerzo del Código de buenas prácticas en materia de desinformación* (16/06/2022). Recuperado de: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/QANDA_22_3665

Comisión Europea. (s.f.b). *Ley de Servicios Digitales: para un entorno onlineseguro y responsable* Recuperado de: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/2022-strengthened-code-practice-disinformation>

Consejo de la UE (2022). La UE impone sanciones a la radiodifusión en la UE de las emisoras de propiedad estatal RT-Russia Today y Sputnik. Publicado el 02/03/22 y consultado el 03/08/23, a partir de: <https://www.consilium.europa.eu/es/press/press-releases/2022/03/02/eu-imposes-sanctions-on-state-owned-outlets-rt-russia-today-and-sputnik-s-broadcasting-in-the-eu/>

Dennison, S. y Zerka, (2023, 18 Diciembre) P. 'Europe's Emerging War Fatigue. How to Shore Up Falling Support for Ukraine'. Foreign Affairs. <https://www.foreignaffairs.com/eastern-europe-and-former-soviet-union/europes-emerging-war-fatigue>

De Miguel, B. (2019). "Bruselas da por contrarrestadas las campañas rusas de desinformación durante las elecciones europeas". *El País*. Recuperado de: https://elpais.com/internacional/2019/06/14/actualidad/1560523684_226572.html

Departamento de Seguridad Nacional (2022). *Lucha contra las campañas de desinformación en el ámbito de la seguridad nacional: Propuestas de la sociedad civil*. Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática.

ECFR (2023, 15 Noviembre). Living in an à la carte world: What European policymakers should learn from global public opinion. Policy Brief. <https://ecfr.eu/publication/living-in-an-a-la-carte-world-what-european-policymakers-should-learn-from-global-public-opinion/>

Ecker, U., Lewandowsky, S., Jayawardana, K., y Mladenovic, A. (2019). Refutations of Equivocal Claims: No Evidence for an Ironic Effect of Counterargument Number. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 8(1), 98-107. <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2018.07.005>

EDMO (2023). De la pandemia a la guerra en Ucrania: año y medio de lucha contra la desinformación: Informe en edición especial - Red de verificación de hechos del EDMO. En *EDMO*. <https://edmo.eu/wp-content/uploads/2022/09/Spanish.pdf>

Eurobarómetro (2023, 19 Diciembre) Public Opinion on Russian's War against Ukraine, 19 de diciembre de 2023. <https://www.europarl.europa.eu/at-your-service/files/be-heard/eurobarometer/2022/public-opinion-on-the-war-in-ukraine/en-public-opinion-on-the-war-in-ukraine-20231219.pdf>

European Commission (2023, 1 Marzo) EU assistance to Ukraine. <https://eu-solidarity-ukraine.ec.europa.eu/eu-assistance-ukraine-en>

EuvsDesinfo. (2015). *About*. <https://euvsdisinfo.eu/about/>

EuvsDesinfo. (2022, 28 julio). *Narrativas principales de la desinformación pro-kremlin. primera parte: las élites contra el pueblo*. <https://euvsdisinfo.eu/es/narrativas-principales-de-la-desinformacion-pro-kremlin-prime-ira-parte-las-elites-contra-el-pueblo/>

Garton Ash, T. Krastev, I. Leonard, M. (2023, 15 Noviembre) 'Living in an à la carte world: What

European policymakers should learn from global public opinion'. European Council on Foreign Relations. <https://ecfr.eu/publication/living-in-an-a-la-carte-world-what-european-policymakers-should-learn-from-global-public-opinion/>

Gil, A. Borrell (2022, 10 Octubre) "Hay que conquistar las mentes, los rusos y los chinos son muy buenos en eso". *elDiario.es* https://www.eldiario.es/internacional/borrell-hay-conquistar-mentes-rusos-chinos-son-buenos-eso_1_9610935.html

Giles, K. (2016). *Russia's 'New' Tools for Confronting the West Continuity and Innovation in Moscow's Exercise of Power*. <https://www.chathamhouse.org/sites/default/files/publications/2016-03-russia-new-tools-giles.pdf>

Graham-Harrison, E. y Kierszenbaum, Q. (2024, 6 Enero) "Journalists see their role as helping to win': how Israeli TV is covering Gaza war'. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/world/2024/jan/06/journalists-see-their-role-as-helping-to-win-how-israeli-tv-is-covering-gaza-war>

Gullo, D. y Tuñón, J. (2009): «El gas ruso y la seguridad energética europea: Interdependencia tras las crisis con Georgia y Ucrania», en *Revista CIDOB d'Afers Internationals*, n. 88, Comunicación, espacio público y dinámicas interculturales, pp. 177-199, December 2009. ISSN: 1133-6595

Hamás. Our Narrative. Operation Al-Aqsa Flood (2024, Enero). [https://www.lbcgroup.tv/uploadImages/ExtImages/Images2/Our%20Narrative-Operation%20Al-Aqsa%20Flood-Web_compressed%20\(1\).pdf](https://www.lbcgroup.tv/uploadImages/ExtImages/Images2/Our%20Narrative-Operation%20Al-Aqsa%20Flood-Web_compressed%20(1).pdf)

Hazkani, S. (2013, 16 Mayo) 'Catastrophic Thinking: Did Ben-Gurion Try to Rewrite History?'. *Haaretz* <https://www.haaretz.com/2013-05-16/ty-article/premium/ben-gurion-grasped-the-nakbas-importance/0000017f-e12d-d38f-a57f-e77fcfdd0000>

Hoffman, F. G. (2007). *Conflict in the 21st century: The rise of hybrid wars*. Arlington: Potomac Institute for Policy Studies. https://www.potomac institute.org/images/stories/publications/potomac_hybridwar_0108.pdf

Jamal, A. y Robbins, M. What Palestinians Really Think of Hamas. (2023, 25 Octubre) *Foreign Affairs* <https://www.foreignaffairs.com/israel/what-palestinians-really-think-hamas>

Jiménez, F. y Tuñón, J. (2023): EU digital communication strategy during the COVID-19 vaccination campaign: Framing, contents and attributed roles at stake. *Communication & Society*, 36(3), 153-174. <https://doi.org/10.15581/003.36.3.153-174> https://www.uc3m.es/uc3m/media/uc3m/doc/archivo/doc_-jimenez-alcarria-y-tunon-navarro/c38s-comm_covid_vaccination_campaignjimenez-tunon.pdf

Kao, J. y Bengani, P. (2023, 20 Diciembre) 'How Verified Accounts on X Thrive While Spreading Misinformation About the Israel-Hamas Conflict'. *ProPublica*. <https://www.propublica.org/article/x-verified-accounts-misinformation-israel-hamas-conflict>

Kofman, M. Lee, R. Massicot, D. Hold (2024, 26 Enero). Build and Strike: A Vision for Rebuilding Ukraine's Advantage in 2024. *War on the Rocks*. <https://warontherocks.com/2024/01/hold-build-and-strike-a-vision-for-rebuilding-ukraines-advantage-in-2024/>

Kotoulas, I. E., y Puzstai, W. (2022). Geo-Politics Of The War In Ukraine. *Foreign Affairs Institute*. https://www.researchgate.net/profile/Ioannis-Kotoulas/publication/361583996_Ioannis_E_Kotoulas_Wolfgang_Puzstai_Geopolitics_of_the_War_in_Ukraine/links/62bacb14f9dee438e8c826d9/Ioannis-E-Kotoulas-Wolfgang-Puzstai-Geopolitics-of-the-War-in-Ukraine.pdf

Lucas, E., y Pomeranzev, P. (2016). Winning the information war. *Techniques and Counter-strategies to Russian Propaganda in Central and Eastern Europe*. Washington: *The Center for European Policy Analysis*, 1-66. https://www.semperfidelis.ro/e107_files/public/1470461530_2186_FT4490_peter_pomerantsev_edward_lucas_-_aug._2016_-_winning_the_information_war_-_the_full_report.pdf

Magallón, R. (2022). De las fake news a la polarización digital. Una década de hibridación de

desinformación y propaganda. *Más poder local*, (50), 49-65. <https://doi.org/10.56151/maspoder-local.120>

Mantas, H. (5 de agosto, 2021). *Twitter finally turns to the experts on fact-checking*. Poynter. <https://www.poynter.org/fact-checking/2021/twitter-finally-turns-to-the-experts-on-fact-checking/>

Martín-Romo, L. A., Oliveros-Mediavilla, M., y Vaquerizo-Domínguez, E. (2023b). Perception and opinion of the Ukrainian population regarding information manipulation: A field study on Disinformation in the Ukrainian War. *Profesional De La Información*. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.jul.05>

Méheut C. y Mitiuk D. (2024, 3 Enero) 'It's State Propaganda': Ukrainians Shun TV News as War Drags on. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2024/01/03/world/europe/ukraine-war-tv-news-telemarathon.html>

Miguel-Gil, J. (2019). El tratamiento informativo de la guerra híbrida de Rusia. *URVIO Revista Latinoamericana de Estudios de Seguridad*, (25), 108-121. <https://doi.org/10.17141/urvio.25.2019.4006>

Milina, V. (2012). Security in a communications society: opportunities and challenges. *Connections*, 11(2), 53-66. https://procon.bg/system/files/11.2.04_communications_society_milina_0.pdf

Milosevich-Juaristi, M. (2017). El poder de la influencia rusa: la desinformación. Real Instituto El Cano. *Estudios internacionales y estratégicos*, 20. <https://media.realinstitutoelcano.org/wp-content/uploads/2017/01/ari7-2017-milosevichjuaristi-poder-influencia-rusa-desinformacion.pdf>

Ministerio de la Presidencia del Gobierno de España (2022). *Lucha contra las campañas de desinformación en el ámbito de la seguridad nacional: Propuestas de la sociedad civil*. <https://www.dsn.gob.es/sites/dsn/files/LibroDesinfoSN.pdf>

Montes, J. (2022). La desinformación: un arma moderna en tiempos de guerra. *Número 44*

Cuadernos de Periodistas. <https://www.cuadernosdeperiodistas.com/la-desinformacion-un-arma-moderna-en-tiempos-de-guerra/>

Morejón-Llamas, N; Martín-Ramallal, P; Micalletto-Belda, J (2022). Twitter content curation as an antidote to hybrid warfare during Russia's invasion of Ukraine. *Profesional de la información*, v. 31, n. 3, e310308. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.08>

Morris, L., y Oremus, W. (2022, 8 diciembre). *Russian disinformation is demonizing Ukrainian refugees*. *Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/technology/2022/12/08/russian-disinfo-ukrainian-refugees-germany/>

Nielsen, R. (2024, 2 Enero). Forget technology — politicians pose the gravest misinformation threat. *Financial Times*. <https://www.ft.com/content/5da52770-b474-4547-8d1b-9c46a3c3bac9>

Nimmo, B. (2015). Anatomy of an info-war: how Russia's propaganda machine works, and how to counter it. *Central European Policy Institute*, 15. <https://www.stopfake.org/en/anatomy-of-an-info-war-how-russia-s-propaganda-machine-works-and-how-to-counter-it/>

Nyhan, B., y Reifler, J. (2010). When corrections fail: The persistence of political misperceptions. *Political Behavior*, 32(2), 303-330.

Organización Mundial de la Salud. (2020). Gestión de la infodemia sobre la COVID-19: Promover comportamientos saludables y mitigar los daños derivados de la información incorrecta y falsa. *World Health Organization*. Recuperado de: <https://www.who.int/es/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-info-demic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation>

Palestinian Center for Policy and Survey Research (2023, 13 Diciembre) Public Opinion Poll n°90. <https://www.pcpsr.org/en/node/963>

Palomo-Domínguez, I. (2022). Storytelling en la guerra Rusia-Ucrania. *Visual review*, 9(Monográfico), 1-22. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3544>

Papagianneas, S. (2017). *Rebranding Europe. Fundamentals for leadership communication*. Bruselas: ASP editions. ISBN: 978 90 57186202

Parlamento Europeo (2023) *The European Media Freedom Act: media freedom, freedom of expression and pluralism*. Publicado el 27/09/23 y consultado el 02/08/23, a partir de: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2023/747930/IPOL_STU\(2023\)747930_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2023/747930/IPOL_STU(2023)747930_EN.pdf)

Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea. (2022). *Reglamento (UE) 2022/2065 del Parlamento Europeo y del Consejo relativo a un mercado único de servicios digitales y por el que se modifica la Directiva 2000/31/CE* (19/10 2022). Recuperado de: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32022R2065&qid=1666845372164>

Peace Index Archive (2024, Enero). Gershon Gordon Faculty of Social Sciences, Tel Aviv University. <https://en-social-sciences.tau.ac.il/peaceindex/archive/2024-01>

Putin, V. (2021, Julio) Sobre la unidad histórica de rusos y ucranianos. Kremlin. <http://en.kremlin.ru/events/president/news/66181>

Rohac, D. (2015, 12 marzo). *Cranks, Trolls, and Useful Idiots*. Foreign Policy. <https://foreignpolicy.com/2015/03/12/cranks-trolls-and-useful-idiots-poland-czech-republic-slovakia-russia-ukraine/>

Rondeli, A. (2014). *Moscow's Information Campaign and Georgia*. *Opinion Paper, Georgian Foundation for Strategic and International Studies*. <https://gfsis.org.ge/files/library/opinion-papers/29-expert-opinion-eng.pdf>

Sáenz de Ugarte, I. (2022 a, 24 Febrero). Siete mil palabras para entender la visión imperial de Putin. *elDiario.es* https://www.eldiario.es/internacional/siete-mil-palabras-entender-vision-imperial-putin_129_8777424.html

Sáenz de Ugarte, I. (2023 b, 11 Octubre). La guerra de propaganda y la matanza de Kfar Azar. *elDiario.es*. https://www.eldiario.es/internacional/guerra-propaganda-matanza-kfar-azar_129_10589525.html

Sánchez-del-Vas, R., y Tuñón-Navarro, J. (2023). La comunicación europea del deporte en un contexto desinformativo y post-pandémico. En E. Ortega-Burgos y M. M. García Caba (Eds.), *Anuario de Derecho Deportivo 2023* (pp. 85-104). Tirant lo Blanch.

Scahill, J. (2023, 21 Noviembre) Al-Shifa Hospital, Hamas's Tunnels, and Israeli Pro-paganda. *The Intercept*. <https://theintercept.com/2023/11/21/al-shifa-hospital-hamas-israel/>

Shavit, A. (2004) Entrevista a Benny Morris. 'Sobre la limpieza étnica en Palestina'. *New Left Review*, n°26. <https://newleftreview.es/issues/26/articles/benny-morris-sobre-la-limpieza-etnica-en-palestina.pdf>

Stancu, M. (2019). Information war. case study: the role of russia today for cover-age of the mission conducted by russia in east ukraine - may 2014 -february 2015. *Bulletin of «Carol I» National Defence University*. (en línea). <https://revista.unap.ro/index.php/bulletin/article/download/666/645>.

The Economist. (2023, 1 Noviembre) Ukraine's commander-in-chief on the breakthrough he needs to beat Russia. <https://www.economist.com/europe/2023/11/01/ukraines-commander-in-chief-on-the-breakthrough-he-needs-to-beat-russia>

Tuñón, J. (2008) «¿Cómo las regiones influyen en el proceso decisorio comunitario? Mecanismos de activación ascendente de las entidades sub-estatales europeas», in *UNISCI Discussion Papers* n. 17, pp. 151-172. <http://www.ucm.es/info/unisci/revistas/UNISCI%20DP%2017%20-%20Tunon.pdf>

Tuñón, J. (2021b). *Europa frente al Brexit, el Populismo y la Desinformación. Supervivencia en tiempos de fake news*. Valencia: Tirant lo Blanch. ISBN 978-84-18534-06-5.

Tuñón, J. y Bouzas, A. (2023) European Far right on Twitter. Analysis of the digital communicative strategy of Vox and Lega during the 2014 and 2019 European elections. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 14(1), 241-262. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.23334>

Tuñón, J. y Carral, U. (2019): "Twitter como solución a la comunicación europea. Análisis comparado en Alemania, Reino Unido y España Twitter as a tool for the communication of European Union Comparative analysis in Germany, United Kingdom and Spain.". *Revista Latina de Comunicación Social*. Vol.74. Núm. 63. 1219-1234. <http://revistalatinacs.org/n-antecedentes/074paper/1380/63es.html>

Tuñón, J. y Carral, U. (2021) "Has COVID-19 promoted or discouraged a European Public Sphere? Comparative analysis in Twitter between German, French, Italian and Spanish MEPSs during the pandemic". *Communication and Society*. Vol 34 No 2 (2021). <https://doi.org/10.15581/003.34.3.135-151>

Tuñón, J. y Oporto, E. (2023) EU Member States' Institutional Twitter Campaigns on COVID-19 Vaccination: Analyses of Germany, Spain, France and Italy. *Vaccines* 2023, 11, 619. <https://doi.org/10.3390/vaccines11030619> <https://www.uc3m.es/uc3m/media/uc3m/doc/archivo/articulo-tunon-y-oporto/vaccines-11-00619.pdf>

Tuñón, J. y Sánchez-del-Vas, R. (2022). Verificación: ¿la cuadratura del círculo contra la desinformación y las noticias falsas?. En: *ad-Comunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, n°23. Castellón de la Plana: Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I, 75-95. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/adcomunica.6347>.

Tuñón, J., Bouza, L. (eds) (2021): *Europa en tiempos de desinformación y pandemia. Periodismo y política paneuropeos ante la crisis del Covid-19 y las fake news*. Comares, Granada. ISBN 978-84-1369-063-6.

Tuñón, J., Oleart, A. y Bouza, L. (2019). Actores Europeos y Desinformación: la disputa entre el fact checking, las agendas alternativas y la geopolítica. *Revista de Comunicación*, 2019, vol.18, N° 2. E-ISSN: 2227-1465. <https://doi.org/10.26441/RC18.2-2019-A12>

Tuñón, J., Sánchez-del-Vas, R., y Ruiz-Incertis, R. (2023). La regulación europea frente a la pandemia desinformativa. En J. A. Nicolás y F.

García-Moriyón (Eds.), *El reto de la posverdad. Análisis Multidisciplinar, Valoración Crítica y Alternativas* (1.a ed., pp. 129-150). Editorial Síndesis.

Tuñón, J., y López, S. (2022) Marcos comunicativos en la estrategia online de los partidos políticos europeos durante la crisis del coronavirus: una mirada poliédrica a la extrema derecha. *Profesional De La información*, 31(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.13>

Tuñón, J.; Bouza, L. y Carral, U. (2019) *Comunicación Europea. ¿A quién doy like para interactuar con Europa?* Dykinson, Madrid. ISBN: 978-84-9148-977-1.

UNESCO. (2020). "Combatiendo la desinformación: trabajando por la verdad en la época del COVID-19". <https://es.unesco.org/covid19/desinformacion>

Vosoughi, S., Roy, D. y Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151

Walker, R. G. (1998). *Spec Fi: The United States Marine Corps and Special Operations* [Tesis de maestría]. Naval Postgraduate School. <https://apps.dtic.mil/dtic/tr/fulltext/u2/a359694.pdf>

Wardle, C. (2018). Information Disorder. Part 3: Useful Graphics. <https://medium.com/1st-draft/information-disorder-part-3-useful-graphics-2446c7dbb485>

Whitlock, C. «Los papeles de Afganistán». *Crítica*, 2022.

BIOGRAFÍAS

Vicente Palacio

Vicente Palacio es director de Política Exterior de la Fundación Alternativas y profesor de Relaciones internacionales en la Universidad Complutense de Madrid.

Iñigo Sáenz de Ugarte

Iñigo Sáenz de Ugarte es corresponsal parlamentario y subdirector de elDiario.es. Ha sido corresponsal en Jerusalén de la Cadena SER y en Londres del diario Público, del que también fue redactor jefe de Internacional. Fue enviado especial de Informativos Telecinco en países como Israel, Palestina, Irak y Afganistán.

Rocío Sánchez del Vas

Rocío Sánchez del Vas es periodista con Máster Universitario en Investigación Aplicada a Medios de Comunicación por la UC3M. En el curso 2021-2022 obtuvo la Beca de Colaboración con el Departamento de Comunicación de la misma universidad. Fue galardonada con el Premio Extraordinario Fin de Carrera. Como periodista, ha trabajado en medios digitales, radio y televisión. Ha realizado publicaciones sobre asuntos europeos, ha participado en congresos internacionales y forma parte de la Cátedra Jean Monnet «FUTEUDISPAN». En noviembre de 2023 comienza el Programa de Doctorado en Investigación en Medios de Comunicación y en enero de 2024 inicia su andadura como docente e investigadora predoctoral con la Ayuda FPU (UC3M).

Jorge Tuñón

Jorge Tuñón es Catedrático Jean Monnet “ad personam” y profesor de la Universidad Carlos III de Madrid. Además, es experto científico externo del Parlamento Europeo y de la Comisión Europea, evaluador de proyectos europeos, además de colaborador del Colegio de Europa, del Instituto Nacional de Administración Pública de España, de la OBS Business School, o de la Fundación La Caixa. Obtuvo su Doctorado Europeo (Premio Extraordinario) en la Universidad Complutense de Madrid en Comunicación, Relaciones Internacionales y Unión Europea. Ha dirigido y formado parte de proyectos de investigación nacionales e internacionales, además de ser el autor o coautor de cerca de un centenar de publicaciones. Enfocado en la comunicación de los Asuntos Europeos en tiempos de pandemia desinformativa, lidera actualmente el proyecto europeo “FUTEUDISPAN, Futuro de la Comunicación Europea frente a la pandemia desinformativa”(2022-2025).

Ninguna parte ni la totalidad de este documento puede ser reproducida, grabada o transmitida en forma alguna ni por cualquier procedimiento, ya sea electrónico, mecánico, reprográfico, magnético o cualquier otro, sin autorización previa y por escrito de la Fundación Alternativas.

Coordinador y editor
Vicente Palacio

Edición de los textos:
© de los autores

Documentación:
© de los autores

Diseño Gráfico:
Diseño Gráfico Gallego y Asociados, S. L.

© de los textos: Jorge Tuñón, Rocío Sánchez del Vas e Iñigo Saénz de Ugarte
© de esta edición: Fundación Alternativas 2024

ISBN: 978-84-18677-10-6

Depósito legal: M-10901-2024

La desinformación no se limita al ámbito de las redes sociales; no es patrimonio únicamente de los regímenes autoritarios y populistas; y no afecta únicamente a la limpieza de los procesos electorales. Si ponemos el foco en el análisis de la información en los conflictos internacionales, debemos tener en cuenta que la desinformación es un fenómeno con varias ramificaciones. Este documento de trabajo aborda la manera en que la desinformación, la propaganda y la censura en los conflictos armados representan una amenaza vital para nuestras democracias, coartando el derecho de la ciudadanía a obtener una información veraz, que es la base de las democracias liberales. Para España y para la Unión Europea, que están enfrentando dos grandes conflictos en Ucrania y en Oriente Medio, una información veraz y a tiempo debería ser la base de una democracia sana y también de una política exterior que rinda cuentas a los ciudadanos. Este documento tiene un triple objetivo. Primero, realizar un balance crítico de las respuestas legislativas dadas a nivel europeo frente a la desinformación. Segundo, hacer un repaso de los aspectos más relevantes en ambos conflictos de Ucrania y Gaza. Y tercero, lanzar reflexiones y algunas propuestas para poder combatir mejor la desinformación, la propaganda o la censura en la medida de lo posible.