La Comisión Europea acaba de dar un paso adelante para luchar contra la desinformación. Además de proponer decenas de medidas, la CE ha iniciado una campaña para dibujar un marco donde las noticias falsas son sólo una parte de un complejo sistema de desinformación en el que participan medios, consumidores de noticias, plataformas digitales, educadores y administración. El objetivo es acabar con la desinformación antes de las elecciones europeas de mayo de 2019

La Comisión Europea no quiere que se siga hablando de noticias falsas porque hacerlo reduce el problema y les sigue el juego a los políticos que califican de *fake news* toda información que consideran en su contra. La CE prefiere hablar de desinformación y de un ecosistema de producción, propagación y consumo de informaciones falsas, inexactas o engañosas que tienen afán de lucro o que buscan causar daño público[1]. Un ecosistema donde intervienen desde los medios de comunicación a los consumidores de información, pasando por las redes sociales, las plataformas de verificación (*fact-checking*), los educadores y los políticos. Presentar este nuevo entorno es el punto inicial de la CE en su lucha contra la desinformación, una guerra que quiere terminar antes de las elecciones al Parlamento Europeo de mayo de 2019.

Para la CE, la desinformación puede interferir en procesos electorales y en la toma de decisiones en sectores tan relevantes como el sanitario, el educativo, el científico o el financiero. Lo explicó así en el *Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation*, publicado en marzo de este año, y lo repitió en el muy reciente *The digital transformation of news media and the rise of disinformation and fake news*, un informe técnico que reúne parte de la evidencia científica sobre el poder de la desinformación para cambiar las opiniones de los ciudadanos. La conclusión de tales estudios es la misma que llevan sosteniendo los expertos desde la victoria de Donald Trump en 2016: no se puede demostrar que las noticias falsas cambien la intención de voto o la percepción sobre determinados temas. Es la misma idea que apareció en marzo de este año en el informe *Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature*, publicado por la Hewlett Foundation. Este informe concede un «amplio acuerdo académico con respecto a la alta prevalencia de desinformación y propaganda en la red[2]» pero pone en duda que las informaciones falsas alteren las opiniones. Con todo, la CE no da un paso atrás.

> No se puede demostrar que las noticias falsas cambien la intención de voto o la percepción sobre determinados temas, según los informe para la Comisión Europea

«Es un tema que ha empezado a preocupar seriamente desde el momento en que se ha visto que puede afectar al Poder con mayúsculas», explica Myriam Redondo, periodista y profesora especializada en desinformación internacional. «En EEUU, por ejemplo, los contenidos falaces ensuciaron un proceso electoral con implicaciones para el mundo entero. Es discutible si fueron determinantes para que ganara Donald Trump pero desde luego enturbiaron el ambiente. Es ahí cuando se entiende que las mentiras en la red tienen verdadero peligro, que están consiguiendo más interacción de los lectores que las noticias reales, y por tanto

se empieza a reaccionar seriamente».

Medidas contra la desinformación

El plan de la CE para combatir la desinformación reúne más de 20 propuestas que se engloban en cinco bloques:

– Mejorar la transparencia en las informaciones y los anuncios de los diarios digitales.

– Enseñar en las escuelas materias sobre comprensión de la información y el funcionamiento de los medios de comunicación.

– Empoderar a consumidores de información y periodistas dotándoles de herramientas de *fact-checking* (a los consumidores) y de recursos y dinero (a los periodistas).

– Apoyar la diversidad y sostenibilidad del ecosistema de medios de comunicación de cada país inyectando fondos a sus gobiernos para que estos los distribuyan.

– Crear plataformas para investigar el impacto de la desinformación.

A finales de abril, la CE anunció que daría prioridad a tres medidas. La primera es crear un Código de Prácticas sobre Desinformación. Una guía de buenas prácticas y mecanismos para combatir la desinformación a partir del diálogo entre medios, plataformas digitales, investigadores y verificadores, que se publicará en julio. La segunda medida es formar una red europea independiente de verificadores o *fact-checkers*, integrada por miembros europeos de la ya existente *International Fact-Checking Network*, que está auspiciada por Poynter desde 2015. El objetivo de esta red independiente es vigilar y perseguir las noticias fraudulentas. La tercera medida urgente de la CE es establecer un organismo de estudio y análisis sobre la desinformación, una plataforma con tintes académicos para apoyar a verificadores e investigadores.

> Los medios tendrán que fomentar la transparencia, tanto de sus fuentes (incluso calificar cuán fidedignas son) como de sus anunciantes (explicar de dónde viene el dinero) e incluso de sus métodos de trabajo

Las tres medidas urgentes destacan de entre las más de 20 propuestas dirigidas a todos los actores que participan de una manera u otra en el ecosistema informativo: los medios tendrán que fomentar la transparencia, tanto de sus fuentes (incluso calificar cuán fidedignas son) como de sus anunciantes (explicar de dónde viene el dinero) e incluso de sus métodos de trabajo (se insiste en que se muestren los datos originales sobre los que se levanta una noticia, no sólo la interpretación del periodista); las plataformas digitales[3] deberán explicar cómo funcionan sus algoritmos y establecer mecanismos para descubrir noticias

falsas y frenar su difusión; las escuelas deberán enseñar Medios y Compresión de la Información (*Media and Information Literacy*) a estudiantes y profesores, e introducir esta especialidad como criterio medible en los informes PISA; los gobiernos –incluido el europeo– deberán cuidar de sus medios y dotarles de ayudas económicas e incentivos, sin que esto suponga regulación alguna.

Las medidas de la CE conforman el plan más ambicioso hasta la fecha para poner coto a la desinformación. Para la experta en desinformación internacional Myriam Redondo, «son recomendaciones bastante generales porque en el grupo había percepciones distintas del fenómeno[4], pero me parece bien que no se haya apostado por el prisma de la legislación censora. La cuestión de la desinformación es muy amplia y no puede atajarse sólo por esa vía.»

La estrategia española

En España, los primeros pasos que ha dado el Gobierno para limitar la desinformación han ido dirigidos hacia la regulación. La propuesta más mediática la anunció el grupo Parlamentario Popular en el Congreso, una Propuesta No de Ley para crear «medidas de acción que garanticen la detección de esas informaciones (se refiere a las falsas) en base a un buen método para identificarlas y su 'sellado' o descalificación como potencial noticia falsa ante el ciudadano». La identificación de las noticias falsas, así como el "sellado", serían competencias de un organismo independiente. Esta iniciativa del PP pretendía sumarse a otra en activo: una comisión de Defensa del Congreso centrada en la ciberseguridad, en funcionamiento desde 2016. Finalmente, la propuesta popular, que contó con el apoyo de Ciudadanos, fue bloqueada por PSOE y Unidos Podemos.

La medida que sí ha tenido continuidad es una nueva iniciativa del PP, motivada otra vez por Defensa[5], en forma de comisión del Congreso para el estudio de las noticias falsas. Esta propuesta contó con el apoyo de todos los grupos salvo de Unidos Podemos. Aunque se desconocen cuáles serán los objetivos concretos de la nueva comisión, sí se hicieron públicas las características del organismo: el Congreso no registrará sus reuniones, sus actas no serán públicas, no tendrá capacidad legislativa alguna y, cuando finalice su actividad, no publicará sus conclusiones[6].

La postura del Gobierno español en pro de la regulación, táctica que no se dibuja en la estrategia de la Comisión Europea, ha recibido críticas desde asociaciones de periodistas y medios españoles. La FAPE valoró en un comunicado que la propuesta de la comisión del PP –la primera– «sólo serviría para restringir y coartar la libertad de información» y que el «único control que debe tener un periodista es su código deontológico»[7].

La postura del Gobierno español en pro de la regulación, táctica que no se dibuja en la estrategia de la Comisión Europea, ha recibido críticas desde asociaciones de periodistas y medios españoles

Maldita.es, la plataforma de *fact-checking* de la que forma parte *Malditahemeroteca* y cuya cofundadora, Clara Jiménez, participó como asesora para la Comisión Europea, manifestó en un comunicado que la vía legislativa

para luchar contra la desinformación es «problemática por su falta de base empírica, su peligro de censura y su muy probable obsolescencia». «Ante la legislación», continuaba el comunicado, «nosotros proponemos medidas educativas, una apuesta por una comunidad antibulos y el uso de la tecnología»[8].

«Soy contraria al ángulo censor», explica Myriam Redondo. Para la periodista y profesora, la solución pasa por que todos los actores implicados participen: «los gobiernos, sobre todo facilitando medidas para potenciar la alfabetización mediática y de verificación digital en las instituciones educativas; las firmas tecnológicas autoregulándose, siendo más transparentes con sus procesos y datos, vigilando automatismos sospechosos y colaborando más con los expertos; los medios, apostando más por el periodismo de calidad, apoyando el periodismo local (nos estamos quedando sin él y no hay gente sobre el terreno comprobando las cosas), innovando y actualizándose permanentemente en materia de verificación, así como formando a sus redactores; los ciudadanos, siendo más conscientes de la situación y reactivando su alerta para la lectura crítica».

En la lucha contra la desinformación, la Comisión Europea ha iniciado una cuenta atrás. El objetivo es evitar un nuevo escenario de desinformación de cara a las elecciones al Parlamento Europeo de mayo de 2019. La CE ha fijado una meta volante en marzo. Será entonces cuando se analice cómo marcha el plan y si todos los implicados están respondiendo. Si los resultados no son los esperados, se abrirá la puerta a nuevas medidas y políticas, las últimas antes de los comicios europeos (y de nuestras elecciones municipales, autonómicas y quizá generales). La evidencia científica no ha constatado todavía que la desinformación altere el voto, pero la Unión Europea no quiere que sus elecciones sean las primeras en demostrarlo.