

Actores Europeos y Desinformación: la disputa entre el *factchecking*, las agendas alternativas y la geopolítica

European Actors and Disinformation: the dispute between fact-checking, alternative agendas and geopolitics

Tuñón Navarro, J., Oleart, A. y Bouza García, L. ¹

Recibido: 10-05-2019 – Aceptado: 15-08-2019

DOI: <https://doi.org/10.26441/RC18.2-2019-A12>

RESUMEN: El referéndum del *Brexit* es un buen ejemplo de la especial vulnerabilidad del proyecto europeo ante la desinformación. Por ello las instituciones han desarrollado una serie de iniciativas durante 2018 para definir una estrategia europea contra la desinformación que enfatiza la responsabilidad de las redes sociales en la denuncia de los contenidos falsos. Además, ante la debilidad de la esfera pública europea, las instituciones europeas apoyan la creación de redes europeas de *fact checkers*. Esta estrategia implica la denuncia de las mentiras en lugar de una creación de marcos alternativos, lo que autores como Lakoff (2004) consideran un error desde la perspectiva del *framing*. Empíricamente demostramos mediante un análisis de las principales redes de actores en este asunto (académicos, fundaciones, *think tanks*, medios, plataformas de redes sociales y *fact checkers*) que existe una disputa para definir la mejor forma de combatir la desinformación a escala europea.

Palabras clave: desinformación; framing; factchecking; redes europeas; Brexit; Unión Europea.

ABSTRACT: The Brexit referendum is a good example of the particular vulnerability of the European project when fighting disinformation. Therefore, EU institutions have developed a series of initiatives throughout 2018 to define a European strategy to counter disinformation that emphasizes the responsibility of social networks in reporting false content. In addition, given the weakness of the European public sphere, the European institutions support the creation of European networks of fact checkers. This strategy implies the denunciation of lies, rather than the promotion of alternative interpretive frames, which authors like Lakoff (2004) consider an error from a framing point of view. Empirically, we demonstrate through an analysis of the main networks of actors on this matter (academics, foundations, think tanks, media, social network platforms and fact checkers) that there is a dispute to define the best way to combat disinformation at the European level.

Keywords: disinformation; framing; fact-checking; european networks; Brexit; European Union.

¹ **Jorge Tuñón Navarro** es Doctor Europeo en Comunicación y Relaciones Internacionales por la Universidad Complutense de Madrid y Universidad de Edimburgo. Coordinador Responsable de las asignaturas Periodismo Internacional y Comunicación Europea de la Universidad Carlos III de Madrid. jtunon@hum.uc3m.es, <https://orcid.org/0000-0003-0393-6560>

Álvaro Oleart es Doctor en Información y Comunicación por la Université Libre de Bruxelles, y Master in New Media and Society in Europe por la Vrije Universiteit Brussel. Actualmente es Investigador postdoctoral de Vrije Universiteit Amsterdam. Political Science and Public Administration. a.oleart@vu.nl, <https://orcid.org/0000-0002-9696-4298>

Luis Bouza García es Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad de Aberdeen y Coordinador Responsable de las asignaturas Comunicación Política y Unión Europea de la Universidad Autónoma de Madrid. luis.bouza@uam.es, <https://orcid.org/0000-0002-0486-2340>

1. Introducción

En 2016 se produjeron tres acontecimientos inesperados, que nos han modificado la visión del poder y, del periodismo (Elías, 2018), a saber: el resultado del referéndum de salida del Reino Unido de la Unión Europea (UE); la victoria de Donald Trump en las elecciones de Estados Unidos (EE. UU); y el resultado del primer referéndum para el proceso de paz en Colombia. Se ha señalado que para dichos resultados confluyeron el desarrollo de las tecnologías (redes sociales) y el de las modernas estrategias políticas de comunicación por establecer lo verdadero y lo falso (Del-Fresno, 2018; Riva, 2018; Redondo, 2018; Elías, 2018; Lewandowsky, Ecker y Cook, 2017, D’Ancona, 2017, Ball, 2017, o Gilchrist, 2018, entre otros). Es por ello que últimamente han ganado una inusitada notoriedad conceptos como post-verdad, noticias falsas *-fake news-*, y desinformación (la primera y la segunda fueron designadas como palabra del año por el Diccionario Oxford en los años 2016 y 2017, respectivamente), en tanto en cuanto han quedado probadas diferentes campañas de intoxicación informativa, para incidir en diversos procesos electorales en países democráticos.

Ante ello, la Comisión Europea (2018a) emitió el 26/04/18 su Comunicación sobre “La Lucha contra la desinformación en línea”, en la que abogaba, entre otras medidas, por la creación de un ecosistema en línea más transparente, fiable y responsable anclado en un código de buenas prácticas. Esta perspectiva sobre la desinformación en la UE serviría para “proporcionar un marco de cooperación eficaz entre las partes interesadas relevantes, incluidas las plataformas, los anunciantes, los medios y la sociedad civil, para garantizar el compromiso de coordinar y aumentar los esfuerzos para combatir la desinformación”; y el apoyo a un periodismo de calidad incluyendo iniciativas de capacitación, nuevas tecnologías y plataformas colaborativas basadas en datos.

A partir de trabajos previos sobre la competición entre actores políticos para crear marcos comunicativos europeos (Bouza-García y Oleart, 2018) en redes sociales como Twitter (Bouza-García y Tuñón-Navarro, 2018; y Bouza-García, Oleart y Tuñón-Navarro, 2019), esta investigación pretende cartografiar las redes de cooperación entre medios de comunicación europeos y su contribución al debate crítico para combatir la desinformación, incidiendo en el papel que se atribuyen a sí mismos. Partiendo de la asociación de periódicos líderes LENA, reconstruiremos las redes de cooperación y competición en el marco del debate sobre la desinformación, en base a las alianzas establecidas por los diferentes medios y su estrategia periodística. A partir una metodología mixta, construiremos un análisis de red que podrá verificar nuestra pregunta de investigación: ¿cómo los medios de comunicación enmarcan en Europa el debate sobre la desinformación, y cuáles son y cómo se asocian las principales comunidades online que se movilizan al respecto? Nuestra hipótesis es que hay una competición entre ‘clusters’ por redefinir la *'raison d'être'* del periodismo en la era de la desinformación. Mientras que los actores más establecidos en el campo periodístico invierten en el *'fact-checking'*, redes de actores alternativos tratan por el contrario de promover una agenda política alternativa.

1.1. La desinformación en contexto europeo

Los términos “posverdad” y *"fake news"* vienen alcanzando un inusitado interés durante los últimos dos años (Lewandowsky, Ecker y Cook, 2017; McIntyre 2018). Ambos conceptos están íntimamente ligados con el concepto de desinformación, no solo más antiguo sino más complejo, ya que se refiere a los contenidos producidos y distribuidos por cualquier canal tecnológico con diferentes grados de falsedad y la intención de

hacerlos pasar por auténticos, alterando las percepciones y buscando influir en el comportamiento individual y colectivo sobre cualquier tema público, lo que hace mucho más difícil su identificación, análisis y desactivación (Del-Fresno, 2018).

En la época de las noticias falsas y los hechos alternativos (Riva, 2018), más allá de esta aproximación, uno de los retos actuales es el de encontrar tanto una definición como una clasificación consolidada de desinformación (Coromina y Padilla, 2018). De hecho, no deben confundirse o equipararse términos como: la tradicional desinformación (difusión de informaciones sobre hechos, bien sin contrastar, bien de difícil verificación, y la subsiguiente utilización de la misma para obtener cualquier tipo de beneficio) y las más recientes *fake news* (informaciones falsas o parcialmente falsas diseñadas para hacerse pasar como noticias verídicas con la intención de confundir a las audiencias y obtener un beneficio político o económico), si bien las *fake news* suponen una tipología (más reciente y profusamente viralizada) de desinformación. Se trata de la consecuencia directa de la fagocitación del marco teórico fruto de la emergencia y viralización de fenómenos como las *fake news* y la post-verdad, así como de la falta de una taxonomía consensuada en ámbito académico que distinga todas las tipologías de desinformaciones (Wardle y Derakhshan, 2017), por mucho que hayan sido varios los intentos al respecto (Gilchrist, 2018; o Amorós, 2018, entre otros).

Si se conviene que el funcionamiento de una democracia se sustenta en una opinión pública bien informada (Potter, 2006), si ésta es persuasivamente desinformada, aumentan exponencialmente las posibilidades de que las decisiones sociales sean poco eficientes y generen consecuencias adversas (Lewandowsky, Ecker y Cook, 2017).

Se han convenido dos grandes tipos de objetivos tras la publicación de desinformaciones: el interés económico en forma de impacto publicitario mediante la técnica del *clickbait* (Redondo 2018); y el interés ideológico, que pretende ofrecer un relato y un marco discursivo que se incorpore a la narrativa de los hechos distorsionando la realidad y dificultando los procesos de toma de decisiones en favor de un determinado interés ideológico o político, incluido el refuerzo de las opiniones preconcebidas o sesgo de confirmación (Riva, 2018; Amorós, 2018; Coromina y Padilla, 2018; entre otros).

Es precisamente esa segunda tipología de desinformaciones la que permite que, en los casos de conformación de narrativas estratégicas, se puedan llegar a moldear las percepciones y la articulación de posiciones de la ciudadanía sobre cuestiones determinadas (Khaldarova y Pantti, 2016), como sucedió en el referéndum del *Brexit* o en la victoria de Donald Trump (Del-Fresno, 2018; Riva, 2018; Redondo, 2018; Elías, 2018; Lewandowsky, Ecker y Cook, 2017, D'Ancona, 2017, Ball, 2017, o Gilchrist, 2018, entre otros). Ha sido precisamente ese uso sistemático de desinformaciones en la articulación de narrativas estratégicas el que ha llevado a la UE (Comisión Europea, 2018b) a catalogarlas como un peligro para la vida democrática y a redoblar su atención y lucha contra las mismas (principalmente) en el marco de los procesos electorales europeos.

1.2. Las iniciativas de la UE para paliar la desinformación y las noticias falsas

Durante las elecciones presidenciales norteamericanas de 2016, el *fact-checker* independiente *PolitiFact* verificó que el 70% de las declaraciones del ahora presidente Donald Trump eran “falsas o mayormente falsas”, mientras que la proporción “sólo” llegó al 26% para el caso de su oponente, Hillary Clinton (Politifact, 2016). Ha sido desde entonces tarea de investigadores y académicos averiguar el impacto real de dichas

desinformaciones en la toma de decisiones de los electores, así como indagar sobre las fórmulas de verificación y lucha contra las desinformaciones (Lewandowsky, Ecker y Cook, 2017; Coromina y Padilla, 2018; o Tuñón-Navarro, Bouza- García y Carral-Vilar, 2019), para limitar el impacto de las mismas en futuros procesos electorales.

En efecto, la escalada de preocupación ha puesto en alerta a los medios de comunicación y a los poderes públicos a escala global y europea. Así, gobiernos como el alemán, el francés, el británico, el italiano o el español ya han puesto en marcha diversas iniciativas en materia de lucha contra la desinformación, si bien conscientes del limitado impacto de una lucha a escala solo nacional en el marco del desarrollo de las TIC y de la globalización, el ámbito de actuación se ha ampliado a la Unión Europea (Pauner, 2018).

Ante la preocupación suscitada, a inicios de 2018 la Comisión Europea impulsó la creación de un grupo independiente de alto nivel (formado por cuarenta profesionales representantes de redes sociales y empresas tecnológicas, *fact checkers*, medios de comunicación, académicos o miembros de la sociedad civil) encargado de elaborar el “Informe del grupo independiente de alto nivel sobre fake news y desinformación en línea” (Comisión Europea, 2018a), para, desde una perspectiva institucional europea, definir y cuantificar las desinformaciones, además de estudiar los posibles mecanismos legales y contramedidas para combatirlas. El informe, además de aconsejar el reemplazo de la expresión “noticias falsas” por la más genérica de “desinformación” sugería centrarse en: transparencia de las noticias y su circulación en línea (creación de algoritmos de credibilidad); alfabetización mediática y digital; empoderamiento de usuarios y periodistas para combatir la desinformación (colaboración con *fact-checkers* independientes); 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.

A pesar de no ser vinculante, el informe 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, 2018b), en la que abogaba, entre otras medidas, por: la creación de un ecosistema en línea más transparente, fiable y responsable anclado en un código de buenas prácticas. Esta perspectiva sobre la desinformación en la UE serviría para “proporcionar un marco de cooperación eficaz entre las partes interesadas relevantes, incluidas las plataformas, los anunciantes, los medios y la sociedad civil, para garantizar el compromiso de coordinar y aumentar los esfuerzos para combatir la desinformación”; y el apoyo a un periodismo de calidad incluyendo iniciativas de capacitación, nuevas tecnologías y plataformas colaborativas basadas en datos.

La intención de la Comisión era la de dar un plazo razonable a las plataformas digitales, las redes sociales o los anunciantes de internet, para adaptarse al Informe y a la Comunicación, antes de plantearse ulterior legislación sobre desinformación. Si bien es solo un documento, de cuya implementación dependerá su eficacia, la Comisión se felicitó por el acuerdo de auto-regulación “Código europeo de práctica en desinformación” (Comisión Europea, 2018c). En tal acuerdo, plataformas digitales, redes sociales o anunciantes en internet como Facebook, Google, Mozilla o Twitter se comprometieron el 26/09/2018, “de forma voluntaria a unos estándares de auto regulación para hacer más transparente la publicidad política o introducir mecanismos de verificación de datos para luchar contra la desinformación en el marco de las elecciones europeas de mayo de 2019 y otros futuros procesos electorales”. Específicamente las empresas se comprometieron a: fomentar más 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” que ayuden a la ciudadanía a tomar decisiones informadas; 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”.

El interés de la UE por la desinformación también ha desarrollado (como en EE.UU) una preocupación por la vulnerabilidad de las democracias y del proyecto europeo a la manipulación de sus procesos electorales por parte de potencias extranjeras, y especialmente de la Federación Rusa. El actor clave en el desarrollo de esta perspectiva ha sido el Servicio Europeo de Acción Exterior (SEAE). Su primera intervención tuvo naturaleza informal con el desarrollo del East StratCom Team y la campaña *EU vs Disinformation* en 2015, un equipo de comunicación que colabora con *fact checkers* y fundaciones para denunciar la difusión de noticias falsas por parte de Rusia en los Estados orientales de la política de vecindad de la UE. Este interés por parte de los actores de seguridad y diplomáticos acaba de ser formalizado el 5 de diciembre de 2018 con la adopción de un plan de acción contra la desinformación que vincula las noticias falsas con los procesos de desestabilización típicos de los ataques híbridos (Alta representante para la PESC, 2018: 11-12). Dicho documento engloba la desinformación en el contexto de las amenazas geopolíticas híbridas a las que hacen frente la UE y sus estados miembros, formaliza los equipos de comunicación como el mencionado East StratCom y refuerza los servicios de la UE en busca de la cooperación con el SEAE de los medios sociales y *fact checkers* firmantes del código mencionado más arriba. Sin embargo, este documento apenas presta atención al papel de los periodistas y medios.

1.3. Los actores y las diferentes estrategias para combatir la desinformación: Framing, *fact-checking* y securitización

Los medios de comunicación son espacios de disputa discursiva, al tiempo que son actores dentro de tal disputa. Actores políticos, así como los propios medios, contribuyen a definir la agenda política (*agenda-setting*) y qué marcos interpretativos (*framing*) se utilizan para discutir sobre los temas. Por tanto, los medios juegan un rol central a la hora de combatir la desinformación. Sin embargo, al tiempo que el grado de desinformación presente en la esfera pública ha crecido, existen diferentes estrategias para combatirla, pero no un consenso en torno a cuál es la más apropiada. En esta sección, utilizaremos la perspectiva del *framing* para discutir sobre las diferentes estrategias de combatir la desinformación por parte de diferentes actores.

La perspectiva del *framing* se basa en analizar cómo los problemas se construyen discursivamente en la esfera pública (Gamson, 1989 y 1992). De forma abstracta, un marco es una idea que ‘enmarca’ cuál es la esencia de un tema concreto (Gamson y Modigliani, 1989: 143). Uno de los académicos que más ha trabajado la teoría del *framing* es George Lakoff (2004), cuyo libro más popular se titula ‘No pienses en un elefante’. La idea fundamental de Lakoff es que la repetición de un marco, aunque sea para combatirlo, lo extiende. La negación de un marco implica su evocación y activación en el cerebro de la audiencia expuesta a él. Es por ello que Lakoff ha argumentado que quien gana el debate en la esfera pública es quien enmarca primero. El momento en el cual un actor utiliza conceptos y el lenguaje de los adversarios políticos es una señal de su derrota en la esfera pública, pues indica que un actor ha logrado enmarcar un tema en torno al marco interpretativo propuesto. La repetición y circulación de un marco, ya sea para afirmarlo o para refutarlo, lo activa.

Desde el punto de vista del *framing*, se han desarrollado a grandes rasgos dos estrategias por parte de los medios de comunicación europeos para combatir la desinformación:

La primera estrategia es el *fact-checking*, una práctica que ha crecido exponencialmente en los últimos años (Singer, 2018). El *fact-checking* como estrategia para combatir la desinformación es simple: desmentir las falsedades que circulan en la esfera pública (Coddington et al, 2014). En España, en enero de 2018 la popular periodista de La Sexta Ana Pastor fundó ‘Newtral’, una *startup* que tiene como objetivo “la innovación en el periodismo a través del *fact-checking* (verificación de datos)” (Newtral, 2018). Una de las iniciativas de ‘Newtral’ tuvo lugar durante el debate de las elecciones andaluzas de diciembre 2018, donde los periodistas de ‘Newtral’ se dedicaron a verificar una importante cantidad de las afirmaciones que hicieron los diferentes candidatos y denunciar las falsedades emitidas a través de Twitter en tiempo real. El *fact-checking* podría ser relativamente efectivo en el corto plazo, puesto que parte de la premisa de que las falsedades que desmiente ya son ‘mainstream’ y hay que refutarlas. Es una estrategia que va pegada a la actualidad, y que asume la agenda y los marcos de otros actores (habitualmente líderes políticos), a los que se verifican afirmaciones. Sin embargo, si bien es cierto que esta estrategia es utilizada por gran parte de los medios de comunicación tradicionales (algunos de ellos incluidos en la IFCN, como El Objetivo de La Sexta o ‘Les Décodeurs’ de Le Monde), plantea ciertos problemas desde la perspectiva del *framing*. Al tiempo que los *fact-checkers* refutan aquellas falsedades que circulan en la esfera pública, reproducen los marcos y pueden acabar amplificando más la desinformación que si hubiera simplemente ignorado ciertas mentiras y marcos. Además, la denuncia de noticias falsas a través del *fact-checking* no siempre alcanza el impacto y la notoriedad que tiene la noticia original.

La segunda estrategia para combatir la desinformación por parte de los medios de comunicación es la promoción de marcos alternativos. Esta estrategia no asume la desinformación como el problema a combatir, sino como un síntoma de un periodismo que de forma sistémica prioriza la voz de ciertos actores al tiempo que invisibiliza otros. Un ejemplo de esta estrategia es ‘Political Critique’, una revista en línea que abiertamente promueve contenido desde un punto de vista que va ‘más allá del estado nación’ (Political Critique, 2018). Otro ejemplo es ‘Médiapart’, un medio francés que invierte en el periodismo de investigación y la participación ciudadana como ejes centrales de su contenido. Es por ello que, en vez de estar presente en todas las conferencias de prensa de Macron, Médiapart se dedica a: por un lado, profundizar más sus temas prioritarios (como la evasión fiscal, un tema en el que han colaborado con otros medios de investigación internacionales); y por otro abrir un espacio para dar voz a todo aquel ciudadano que quiera escribir. La promoción de marcos alternativos tiene sus obstáculos, dado que los temas y marcos que son promovidos están habitualmente fuera del ‘mainstream’ de entrada. Sin embargo, esta estrategia tiene a largo plazo sus ventajas, dado que quien enmarca primero suele ganar la disputa discursiva en la esfera pública.

La incertidumbre con respecto a cómo dar respuesta a la desinformación constituye un terreno de juego político, en el que puede estar teniendo lugar una competición por convertirse en el intelectual orgánico de la UE. Además, más allá de las dos estrategias periodísticas descritas, el debate en torno a la desinformación se ha convertido también en un enclave geopolítico y de ‘seguridad nacional’, lo cual complica todavía más el *puzzle*. La parte empírica aclarará si podemos observar diferentes ‘clusters’ que compiten por ser la referencia contra la desinformación.

2. Metodología

Para entender el proceso de construcción del interés de la UE por la desinformación y las redes de cooperación entre medios de comunicación europeos en el debate para combatir la desinformación en la UE, es necesario entender qué está en juego para los diferentes actores del campo de la comunicación europea. Entendemos dicho campo desde la perspectiva relacional de la sociología política (Bourdieu y Wacquant, 2005: 146 - 151) y del neoinstitucionalismo (Fligstein y McAdam, 2012) como un espacio delimitado y autónomo de posiciones y relaciones relativamente estables en el cual los actores compiten por bienes sociales y recursos producidos en el propio campo. En este caso lo que está en juego es la definición del método y el actor más capacitado para ayudar a las instituciones europeas a distinguir lo verdadero de lo falso. Este proceso es especialmente relevante porque la participación de las instituciones en este proceso le otorga visos de continuidad en el tiempo. Por lo tanto, por emplear dos conceptos de Gramsci, sugerimos que este proceso debe entenderse como una competición por constituir un intelectual orgánico colectivo que contribuya a construir y fijar discursos hegemónicos sobre lo verdadero y lo falso. La literatura neo-marxista sobre la UE ha empleado la noción de intelectual orgánico (ver Horn 2009 por ejemplo) del pensador italiano en *La formación de los intelectuales* (1921) para señalar que el sentido común hegemónico – en este caso, que la información disponible en internet es susceptible de afectar al proceso democrático – sobre asuntos europeos no se produce de forma natural sino que es fruto del trabajo de actores con elevadas capacidades intelectuales que no trabajan de forma autónoma sino de manera fuertemente coordinada con el grupo social cuyos intereses consolida dicho sentido común.

El análisis de red es una excelente forma de analizar las dinámicas de competición y cooperación en un campo. Utilizamos el análisis de red como una herramienta metodológica para trazar el campo y los patrones de agencia (Fligstein y McAdam, 2012: 29-30) más que como modelo teórico (ver McAdam y Diani, 2003). Completamos el análisis de estas posiciones en el campo analizando las estrategias de los actores y distinguiendo entre los diferentes tipos de enlaces en la red, lo cual facilita la identificación de ‘clusters’, coaliciones y oposiciones. El censo de los actores que debían incluirse en el análisis se ha realizado mediante una búsqueda sistemática apoyada teóricamente en la identificación de las diferentes alternativas sobre desinformación señaladas por la literatura. En primer lugar, hemos identificado mediante la revisión de la literatura las principales iniciativas y redes en materia de lucha contra la desinformación en la UE en la última década. El resultado es la identificación de seis iniciativas de lucha contra la desinformación a escala europea hasta final de 2018: LENA y Proyecto Europa, IFCN (Red Internacional de Verificadores), Political Critique, el Grupo de Alto Nivel sobre *Fake News* y Desinformación y el East StratCom Team del SEAE. A continuación, se ha obtenido el listado de organizaciones que participan en cada iniciativa de la web de cada una de ellas y se ha clasificado a los actores en función de su naturaleza: iniciativas de factchecking (20,4% de los actores), actores mediáticos (15% de los actores), asociaciones de periodistas y medios (6,4% de los actores), actores académicos (7,5%), medios audiovisuales (8,6% de los actores), think tanks (3,2% de los actores), actores institucionales europeos (2,2% de los actores), asociaciones de la sociedad civil (5,4% de los actores), fundaciones (2,2% de los actores), plataformas de información paneuropeas (2,2% de los actores), y medios alternativos (21% de los actores,) y empresas de ciberseguridad de la red (1,5% de los actores). El resultado es un listado de 93 organizaciones (consultar el listado en el anexo).

Representamos y analizamos las iniciativas como una red de dos modos. Cada una de las seis iniciativas constituye un nodo de afiliación y a su vez la red señala la relación de cada actor con otros actores y las seis iniciativas en el marco del debate contra la desinformación. Nuestro objetivo en esta investigación no es describir los contactos directos ya existentes entre los actores, sino cartografiar las redes de cooperación en torno a la desinformación, de forma que podamos identificar *clusters*, en función de las diferentes estrategias desarrolladas. La red se basa en datos sobre la participación en redes de fuentes de datos abiertos como la lista de miembros de cada iniciativa.

3. Análisis de los resultados

Aunque las recientes iniciativas de la Comisión Europea supongan las primeras propuestas institucionales supranacionales en la materia, la cuestión de la desinformación es una problemática sobre la que redes de cooperación de medios y *fact checkers* llevan tiempo trabajando (Cazalens et al., 2018; Coromina y Padilla, 2018). Desde hace más de diez años los medios de referencia desarrollan estrategias de cooperación mutua como el Proyecto Europa o la asociación LENA para mejorar la cobertura de los asuntos europeos. Más recientemente ha comenzado a desarrollarse en Europa el trabajo de verificadores como: Full Fact, FactChecker, Pagella Política, Maldito Bulo, Newtral; o las iniciativas de verificación lanzadas desde los propios medios tradicionales: Désintox y Check News (Libération), Décodeurs (Le Monde). La invitación a la red internacional de verificadores a formar parte del grupo de alto nivel reseñado más arriba supone un reconocimiento del interés de estas organizaciones para la UE.

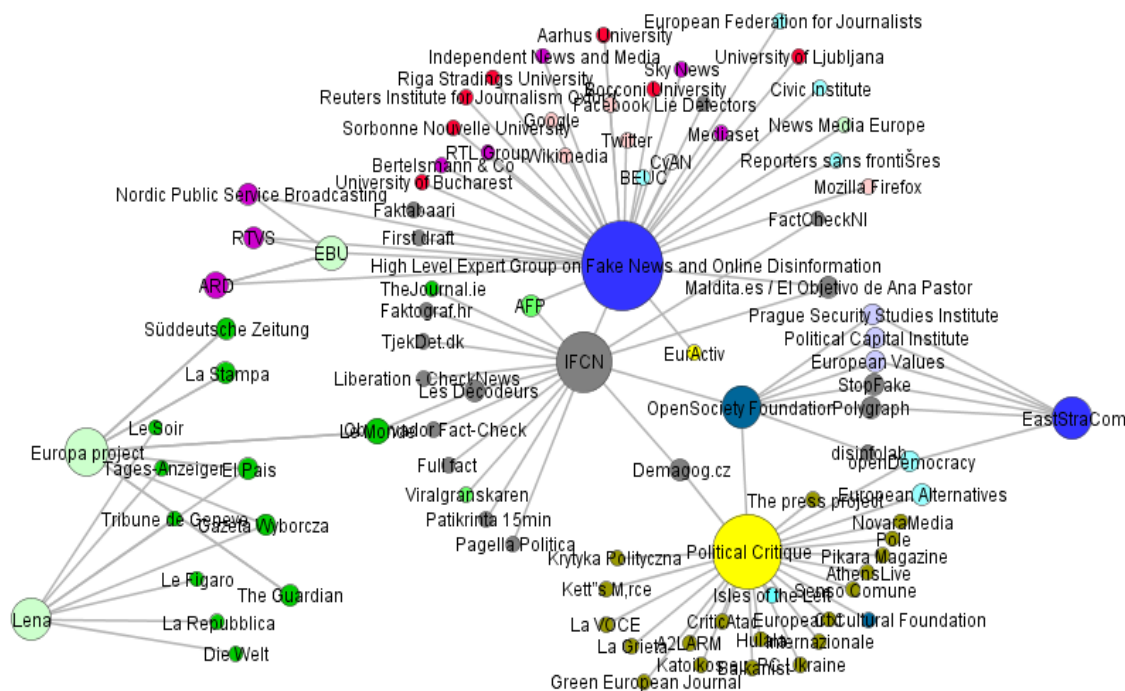
Figura 1 muestra el campo de la comunicación europea, situando las seis iniciativas como una única red. Tal representación no solo se basa en la consideración teórica del campo como espacio común donde diferentes actores compiten por algo en el campo, sino también en una consideración empírica, ya que podemos observar que toda la red está conectada, aunque sea de forma tenue.

El primer hecho llamativo es la diversidad de los actores de la red. Dicho esto, también parece que con la excepción del grupo de alto nivel sobre *fake news* y desinformación de la Comisión, la red se dispone en varios *clusters* bastante homogéneos en los cuales hay poca o ninguna colaboración entre actores diferentes. El hecho de que toda la red esté conectada es coherente con la teoría de los campos señalada más arriba: nos encontramos ante un espacio de posiciones y relaciones entre actores diferentes, pero que se reconocen mutuamente. La red identifica cuatro sub-espacios o *clusters*: los grupos de trabajo institucionales, la red de *fact checkers*, la red medios de referencia y la red de medios alternativos.

Esta representación sitúa a los actores más centrales (aquellos que están más cerca de los demás miembros de la red) en el centro y reenvía a los más alejados a las periferias. La tendencia a que los actores del mismo tipo se encuentren agrupados en el centro (instituciones, fundaciones y *fact checkers*) y la periferia (medios de referencia y alternativos) también sugiere que nos encontramos ante un espacio claramente competitivo y en proceso de jerarquización. En este sentido, si consideramos que los grupos compiten por establecer el diagnóstico hegemónico sobre la mejor estrategia en el combate de la UE contra la desinformación y por institucionalizar dichas estrategias en los grupos de trabajo de la UE, parece que en el debate teórico señalado más arriba se

imponen las estrategias de *fact checking* sobre las de establecimiento de la agenda, ya sea por medios de referencia o alternativos. El análisis cualitativo de los documentos oficiales reseñados más arriba también apoya esta interpretación.

Figura1. Centralidad por cercanía de los actores de la red²



Fuente: elaboración propia

La naturaleza competitiva también queda confirmada si se presta atención a los discursos de los medios de calidad, actores que aquí aparecen periféricos pero que en el pasado han reivindicado un mayor peso en la esfera pública europea por cubrir los asuntos europeos en mayor profundidad y de manera más favorable (Pfetsch, Adam y Eschner 2010: 158). La siguiente cita de este editorial de la versión en inglés de El País demuestra que los diarios de calidad intentan defender su espacio respecto a los gigantes de las redes sociales, imputándoles parte de la responsabilidad de la difusión de la desinformación:

² Utilizamos el siguiente código de color para diferenciar a los actores: el gris representa a iniciativas de factchecking, el verde más oscuro representa a actores mediáticos, el verde claro a asociaciones de periodistas y medios, el rojo a actores académicos, el morado oscuro actores audiovisuales, el morado más claro a think tanks, el azul oscuro a actores institucionales europeos, el azul claro a iniciativas y asociaciones de la sociedad civil y el turquesa a fundaciones. El amarillo representa plataformas de información paneuropeas y el amarillo más oscuro a medios alternativos. En blanco aparece representada la única empresa de ciberseguridad de la red y en color salmón los grandes portales en internet y redes sociales.

Quality media companies, which use reliable and verified data, prioritize journalistic truth, base their stories on facts and fact-check stories, are the best guarantee to safeguard citizens' right to be informed. Stopping anti-European messages from gaining ground requires the cooperation of tech companies such as Google and Facebook. The first, albeit insufficient, step is for tech companies to change their algorithms so that fake news is given a lower ranking and is harder to find online, and quality content is given greater visibility (El País, 2018)

La Open Society Foundation de George Soros aparece aquí como un actor clave en la conexión de los distintos *clusters*. Su posición es especialmente interesante, puesto que es junto con la Comisión Europea y en menor medida Political Critique de los pocos actores que colaboran con diferentes tipos de actores, lo cual les aporta una posición especialmente dominante en el campo. Por contra, es llamativo que las plataformas digitales como Twitter o Facebook tengan un papel tan modesto, toda vez que son objeto de buena parte de la reflexión de los grupos de trabajo mencionados.

La red también indicaba que dentro de la rama ejecutiva de las instituciones europeas hay ciertas discrepancias: la SEAE colabora con actores muy distintos de los que seleccionó la Comisión Europea para el grupo independiente de alto nivel. Ello indica precisamente que no hay un consenso claro dentro de las instituciones europeas sobre cómo (y quién) dar respuesta a la desinformación. Mientras que la Comisión parece preferir a los fact-checkers, la SEAE está contribuyendo a la creación de un nuevo *cluster* geopolítico. Desde 2016 hay una serie creciente de actores que no están recogidos en la red que son importantes, la mayor parte de ellos conectados con la política exterior. Actores como la iniciativa transatlántica Alliance for Securing Democracy (que forma parte del influyente think tank German Marshall Fund), Kremlin Watch (con sede en Praga) o el proyecto Beacon del International Republican Institute, todos ellos activos en Bruselas y bien conectados con la SEAE, la OTAN y las instituciones europeas, están llevando el tema de la desinformación a la geopolítica. Estos actores se situarían en la red cerca de East StratCom (en el extremo derecho de la red), tratando la desinformación como un tema de seguridad europea, en peligro por las interferencias de regímenes autoritarios. Desde este punto de vista, Rusia, China y otros actores no sólo son una amenaza económica, sino que también están contribuyendo a la creación y distribución de desinformación.

4. Discusión y conclusiones: ¿Quién es el intelectual orgánico de Europa? La constitución de un campo de la verdad entre periodistas, actores geopolíticos y *fact checkers* europeos

Planteaba este trabajo como pregunta originaria de investigación: ¿cómo los medios de comunicación enmarcan en Europa el debate sobre la desinformación, y cuáles son y cómo se asocian las principales comunidades online que se movilizan al respecto?, sugiriendo como hipótesis que existía una competición entre '*clusters*' por redefinir la '*raison d'être*' del periodismo en la era de la desinformación. Mientras las empresas periodísticas tradicionales invierten en '*fact-checking*', las redes de actores alternativos trataban por contra en promover una agenda política alternativa, y actores geopolíticos tratan de securitizar el debate sobre la desinformación.

El análisis de red ha confirmado que se está conformando un campo de la comunicación europea, donde diferentes *clusters* están compitiendo por ser el intelectual orgánico de la UE para dar respuesta a la desinformación a nivel europeo. Este campo está marcado no

sólo por la competición entre *clusters* de medios de comunicación, sino también por la participación en el campo del SEAE, un actor que trata la desinformación como un tema de seguridad nacional, dado el rol de actores como los gobiernos ruso o chino.

En este contexto altamente competitivo avanzamos como hipótesis futura que cada tipo de actor va a intentar definir su competencia principal como la mejor estrategia contra la desinformación. En este sentido la IFCN intentará que se reconozca la utilidad del *fact checking*, los medios alternativos defenderán la importancia del establecimiento de la agenda y el cambio de marcos, mientras que otros (LENA) defenderán la importancia del tratamiento periodístico clásico: grandes firmas, gran reportaje y corresponsalías. Por último, la SEAE y otros actores geopolíticos tratarán de que la desinformación sea desde el punto de vista de la geopolítica y la securitización, como una amenaza a la seguridad europea. Estamos frente a una disputa por convertirse en el intelectual orgánico de Europa en materia de desinformación.

Más allá de las limitaciones espacio-temporales de la presente investigación, futuros trabajos podrán incidir en: el resultado final de la disputa planteada; la posible reconfiguración del tablero de la aproximación al debate de la desinformación europea; la aparición de nuevos actores; o la existencia de contribuciones decisivas (mayormente legislativas y por parte de la Comisión Europea) que desequilibren el actual *status quo*.

Nota

Este artículo forma parte de sendos proyectos europeos en vigor financiados por la Agencia Europea de la Educación, la Cultura y el Audiovisual (EACEA) de la Comisión Europea, el módulo Jean Monnet EUCOPOL (referencia: 587167-EPP-1-2017-1-ES-EPPJMO-MODULE) y la Red Jean Monnet OPENEUDEBATE (referencia: 600465-EPP-1-2018-1-ES-EPPJMO-NETWORK). El contenido de este artículo es responsabilidad exclusiva de los autores y la EACEA no es responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Este artículo forma también parte del Proyecto FAKENEWS financiado por la Agencia Española de Investigación del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades del Gobierno de España (Referencia: RTI2018-097709-B-I00).

Bibliografía

Alta representante de la Unión para Asuntos Exteriores y Política de Seguridad (2018).

Action Plan against Disinformation Brussels, 5 de diciembre de 2018 JOIN(2018) 36 final

Amorós, M. (2018). *Fake News. La verdad de las noticias falsas*. Barcelona: Plataforma Actual.

Ball, J. (2017). *Post Truth. How bullshit conquered the world*. London: Biteback Publishing.

Bourdieu, P. y Wacquant, L. (2008). *Una invitación a la sociología reflexiva*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores

Bouza-García, L.; Oleart, Á. y Tuñón-Navarro, J. (2019). Framing EU trade policy online: the case of @NoAITTIP on Twitter. *Communication and Society* (en revision).

Bouza-García, L. y Oleart, Á. (2018). From the 2005 Constitution's 'Permissive Consensus' to TTIP's 'Empowering Dissensus': The EU as a Playing Field for Spanish Civil Society, *Journal of Contemporary European Research* 14(2): pp.87-104.
<https://doi.org/10.30950/jcer.v14i2.862>

Bouza, L. y Tuñón, J. (2018). Personalización, distribución, impacto y recepción en Twitter del discurso de Macron ante el Parlamento Europeo el 17/04/18. *El profesional de la información*, 27(6), pp.1239-1247. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.07>

Cazalens, S. ; Lamarre, P. ; Leblay, J. ; Manolescu, I. y Tannier, X. (2018). "A Content Management Perspective on Fact-Checking". The Web Conference 2018, Lyon, Francia, abril de 2018. HAL Id : hal-01722666 Recuperado de : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01722666/document>

Coddington, M.; Molyneux, L. y Lawrence, R. (2014). Fact checking the campaign: How political reporters use Twitter to set the record straight (or not). *The International Journal of Press/Politics*, 19 (4), pp.391-409.
<http://doi.org/10.1177/1940161214540942>

Comisión Europea (2018a). 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 (2018b). 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 (2018c). EU Code Practice on Disinformation. Código de auto-regulación voluntaria de la industria digital en Europa (26/09/2018) Recuperado de: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-practice-disinformation>

Coromina, Ó. y Padilla, A. (2018). Análisis de las desinformaciones del referéndum del 1 de octubre detectadas por Maldito Buló. *Quaderns del CAC 44*, vol. XXI – julio 2018: 17-26.

Del-Fresno, M. (2018). Desinformación, utilidad política y libre elección. Publicado en El País el 06/06/18. Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2018/06/05/opinion/1528220679_881270.html

D'Ancona, M. (2017). *Post Truth. The new war on truth and how to fight back*. Londres: Ebury Press.

Elías, C. (2018). Fakenews, poder y periodismo en la era de la posverdad y 'hechos alternativos'. *Ambitos*, vol. 40. Recuperado de: <https://institucionales.us.es/ambitos/fakenews-poder-y-periodismo-en-la-era-de-la-posverdad-y-hechos-alternativos/>

El País (2018) Defending truth in the era of fake news. En: El País in English, 9 de mayo 2018 Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2018/05/09/inenglish/1525854485_130420.html

- Fligstein, N. y McAdam, D. (2012) *A theory of fields*. Oxford:University Press.
- Gamson, W. (1989). News as framing: Comments on Graber. *American behavioral scientist*, 33(2), 157-161.
- Gamson, W. (1992). *Talking politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gamson, W. y Modigliani, A. (1989). 'Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach'. *American Journal of Sociology*, 95(1), pp.1-37.
- Gilchrist, A. (2018). Post-truth: an outline review of the issues and what is being done to combat it. *Ibersid*, 12(2), pp.13-24.
- Horn, L. (2009). Organic Intellectuals at Work? The High Level Working Group of Company Law Experts in the European Corporate Governance Regulation. In Bastiaan Van Apeldoorn, Jan Drahekoupil and Laura Horn (eds.), *Contradiction and Limits of Neoliberal European Governance*. London: Palgrave Macmillan, 2009, pp.125-143.
- Khaldarova, I. y Pantti, M. (2016). Fake News: The narrative battle over the Ukrainian conflict. *Journalism Practice*. 10(2016)7, pp.891-901
doi/abs/10.1080/17512786.2016.1163237
- Lakoff, G. (2014). *Don't think of an elephant!: Know your values and frame the debate*. Vermont: Chelsea Green Publishing.
- Lewandowsky, S.; Ecker, U. y Cook, J. (2017). Beyond misinformation: Understanding and Coping with the 'Post-Truth' Era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(2017), pp.353-369. <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008>
- McAdam, D. y Diani, M. (eds.) (2003). *Social movements and networks. Relational approaches to collective action*. Oxford: Oxford University Press.
- Mcintyre, L. (2018). Post-Truth. Cambridge (Massachusetts), *The MIT Essential Knowledge Series*.
- Newtral (2018). Quiénes somos, (accedido el 2 de diciembre de 2018) Recuperado de: <https://newtral.es/quienes-somos/>
- Pauner, C. (2018). Noticias falsas y libertad de expresión e información. El control de los contenidos informativos en la red. *Teoría y Realidad Constitucional*, 41 (2018), pp.297-318. doi.org/10.5944/trc.41.2018.22123
- Pfetsch, B.; Adam, S. y Eschner, B. (2010). The Media's Voice over Europe: Issue Salience, Openness, and Conflict Lines in Editorials Koopmans, Ruud, and Statham, Paul (eds). *The making of a European public sphere: Media discourse and political contention*. Cambridge University Press, pp.151-170.
- Political Critique (2018), About Us, accedido el 2 de diciembre de 2018. Recuperado de: <http://politicalcritique.org/about-us/>
- Politifact (2016). Comparing Hillary Clinton, Donald Trump on the Truth-O-Meter, accedido el 12 de julio de 2019. Recuperado de: <https://www.politifact.com/truth-o-meter/lists/people/comparing-hillary-clinton-donald-trump-truth-o-met/>
- Potter, D. (2006). Handbook of Independent Journalism. Bureau of International Information Programs. U.S. Department of State <http://usinfo.state.gov/>
- Redondo, M. (2018). Desinformación: pulsa aquí y te sorprenderá. *Cuadernos de Periodistas*, 36, pp.40-56. Recuperado de: <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/desinformacion-pulsa-aqui-y-te-sorprendera/>

Riva, G. (2018). *Fake News*. Bolonia: Il Mulino.

Singer, JB. (2018) Fact-Checkers as Entrepreneurs, *Journalism Practice*, 12:8, pp.1070-1080, [10.1080/17512786.2018.1493946](https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1493946)

Tuñón-Navarro, J.; Bouza-García, L. y Carral-Vilar. U. (2019). *Comunicación Europea ¿A quién doy like para hablar con Europa?* Madrid: Dykinson.

Wardle, C. y Derakhshan, H. (2017). Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Informe del Consejo de Europa DGI (2017)09, Bruselas. Recuperado de: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>

Anexo I. Listado de organizaciones incluidas en el estudio

Nombre de la organización	Tipo de organización
High Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation	actores institucionales europeos
Political Critique	plataformas de información paneuropeas
IFCN	iniciativas de factchecking,
Lena	asociaciones de periodistas y medios,
Europa project	asociaciones de periodistas y medios,
EastStraCom	actores institucionales europeos
OpenSociety Foundation	fundaciones
Aarhus University	actores académicos
Reuters Institute for Journalism Oxford	actores académicos
Maldita.es / El Objetivo de Ana Pastor	iniciativas de factchecking,
Sorbonne Nouvelle University	actores académicos
Bocconi University	actores académicos
Riga Stradings University	actores académicos
University of Bucharest	actores académicos
University of Ljubljana	actores académicos
EBU	asociaciones de periodistas y medios,
ARD	medios audiovisuales
RTL Group	medios audiovisuales
Mediaset	medios audiovisuales
Nordic Public Service Broadcasting	medios audiovisuales
RTVS	medios audiovisuales
Sky News	medios audiovisuales
BEUC	asociaciones de la sociedad civil

Actores Europeos y Desinformación: la disputa entre el *factchecking*, las agendas alternativas y la geopolítica

Reporters sans frontières	asociaciones de periodistas y medios,
Bertelsmann & Co	medios audiovisuales
Lie Detectors	iniciativas de factchecking,
Faktabaari	iniciativas de factchecking,
CyAN	empresas de ciberseguridad de la red
Civic Institute	asociaciones de la sociedad civil
First draft	iniciativas de factchecking,
Wikimedia	portales internet - RRSS
Mozilla Firefox	portales internet - RRSS
Google	portales internet - RRSS
Twitter	portales internet - RRSS
Facebook	portales internet - RRSS
European Federation of Journalists	asociaciones de periodistas y medios,
EurActiv	plataformas de información paneuropeas
AFP	actores mediáticos,
Independent News and Media	medios audiovisuales
News Media Europe	asociaciones de periodistas y medios,
European Cultural Foundation	fundaciones
Green European Journal	medios alternativos
Isles of the Left	asociaciones de la sociedad civil
NovaraMedia	medios alternativos
CriticAtac	medios alternativos
Katoikos.eu	medios alternativos
Hulala	medios alternativos
AthensLive	medios alternativos
Pikara Magazine	medios alternativos
Senso Comune	medios alternativos
The press project	medios alternativos
PC Ukraine	medios alternativos
Pole	medios alternativos
openDemocracy	asociaciones de la sociedad civil
La Grieta	medios alternativos
Kett's M,rce	medios alternativos
Internazionale	medios alternativos
Ctxt	medios alternativos
Balkanist	medios alternativos

A2LARM	medios alternativos
European Alternatives	asociaciones de la sociedad civil
Krytyka Polityczna	medios alternativos
Demagog.cz	iniciativas de factchecking,
La VOCE	medios alternativos
FactCheckNI	iniciativas de factchecking,
Faktograf.hr	iniciativas de factchecking,
Full fact	iniciativas de factchecking,
Liberation - CheckNews	iniciativas de factchecking,
Observador Fact-Check	iniciativas de factchecking,
Pagella Politica	iniciativas de factchecking,
Patikrinta 15min	iniciativas de factchecking,
TheJournal.ie	actores mediáticos,
TjekDet.dk	iniciativas de factchecking,
Viralgranskaren	iniciativas de factchecking,
Les Décodeurs	iniciativas de factchecking,
Die Welt	actores mediáticos,
El Pais	actores mediáticos,
La Repubblica	actores mediáticos,
Le Figaro	actores mediáticos,
Le Soir	actores mediáticos,
Tages-Anzeiger	actores mediáticos,
Tribune de Geneve	actores mediáticos,
Gazeta Wyborcza	actores mediáticos,
The Guardian	actores mediáticos,
Le Monde	actores mediáticos,
La Stampa	actores mediáticos,
Süddeutsche Zeitung	actores mediáticos,
European Values	think tanks
StopFake	iniciativas de factchecking,
Political Capital Institute	think tanks
Prague Security Studies Institute	think tanks
Polygraph	iniciativas de factchecking,
disinfofab	iniciativas de factchecking,