



Revista de Estilos de Aprendizaje / Journal of Learning Styles

ISSN: 1988-8996 / ISSN: 2332-8533

La lucha de la Unión Europea contra la desinformación y las *fake news* durante la crisis del coronavirus

Adrián Neubauer-Esteban

Universidad Autónoma de Madrid

Adrian.neubauer@uam.es

<https://orcid.org/0000-0002-6774-1538>

Recibido: 3 de mayo de 2020 / Aceptado: 16 de septiembre de 2020

Resumen

Durante la pandemia del coronavirus han circulado miles de *fake news*, siendo ésta una gran preocupación para la Unión Europea. Por este motivo, esta investigación persigue dos objetivos: (i) identificar qué temas ocupan las publicaciones en Instagram de la Unión Europea durante la pandemia; (ii) y analizar las comunicaciones y las propuestas relacionadas con las *fake news* y la desinformación. Se empleó el Análisis de Contenido como metodología para abordar las 176 publicaciones realizadas desde el comienzo de la pandemia hasta el 30 de abril de 2020 por parte del Parlamento, la Comisión y el Consejo en sus cuentas de Instagram. Más tarde, se diseñó una matriz de análisis compuesta por siete dimensiones que posteriormente serían codificadas en el software MAXQDA 2020 Analytics Pro. Los resultados demuestran que la mayoría de las informan a la ciudadanía sobre proyectos de acción conjunta y mensajes de apoyo y solidaridad. Por el contrario, las publicaciones relacionadas con las *fake news* y la desinformación apenas ocupan el 10% del total. Sin embargo, en ellas se ofrecen diferentes recursos y estrategias para verificar la información que manejan, siendo una recomendación fundamental contrastarlas con instituciones oficiales.

Palabras clave: Alfabetización informática; análisis de contenido; habilidades de información; política de la educación; sentido crítico.

[en] The European Union's fight against disinformation and *fake news* during the coronavirus crisis

Abstract

During the coronavirus pandemic miles of *fake news* have circulated, being a major concern for the European Union. This research has two objectives: (i) to identify what topics are covered by Instagram posts by the European Union during the coronavirus pandemic; (ii) and to analyse communications and proposals related to *fake news* and misinformation made to the face the crisis. To achieve these objectives, Content Analysis was the methodology used to analyse the 176 publications made from the beginning of the pandemic until April 30th of 2020 by the Parliament, the Commission and the Council of the European Union on their Instagram accounts. An analysis matrix of seven dimension was designed to codify the news in the MAXQDA 2020 Analytics Pro software. The

results show that most of the news are related to inform citizens about cooperative action and projects in the European Union, and messages of support and solidarity. On the other hand, posts related to *fake news* and disinformation barely make up 10% of the total. However, they offer different resources and strategies for citizens to verify the information by their own, based on a fundamental recommendation: contrasting the news with official institutions.

Keywords: Computer literacy; content analysis; information skills; educational policy; critical sense.

Sumario: 1. Introducción. 2. Material y métodos. 3. Resultados. 3.1. La comunicación de la Unión Europea a través de Instagram. 3.2. Las redes sociales como punta de lanza contra la desinformación en tiempos de crisis desde las redes sociales. 4. Discusión y conclusiones. Referencias.

1. Introducción

Desde el principio de la democracia el poder de convicción de los políticos ha sido fundamental en su devenir y éxito electoral. Sus primeros vestigios los podemos encontrar en Grecia, de la mano de los sofistas, especialmente de Córax de Siracusa y Protágoras (Monasterio, 2019). Esta disciplina, la retórica griega, tenía como finalidad ulterior alcanzar un fin, independientemente de que los argumentos empleados para ello fueran ciertos o no. Platón se mostró muy crítico con los sofistas por emplear la oratoria y la retórica para sus propios intereses, pues éstos suponían una contraposición a los valores e ideales platónicos, tan bien resumidos en el término areté. El mismo Platón ya mostraba su preocupación por cómo “las formas brillantes y fáciles” podían cegar a la juventud y alejarla de la búsqueda de la verdad (Monasterio, 2019, p. 27).

Sus palabras parecen hoy más vigentes que nunca, aunque éstas se enfrentan a unas enemigas que parecen no tener freno: las *fake news*. El Cambridge Dictionary (2020) las define como “historias falsas que parecen ser noticias, difundidas en internet o usando otros medios, generalmente creadas para influir en puntos de vista políticos o como una broma”. Históricamente han existido desde Grecia al Imperio Bizantino, pasando por la famosa obra *La Guerra de los Mundos* de George Orwell (Ciréfica, 2018; López, 2018). Sin embargo, en los últimos años el escenario global ha variado significativamente como consecuencia del desarrollo tecnológico y comunicativo, ambos impulsados por la globalización (Sánchez, 2017; McDougall, Brites, Couto y Lucas, 2019). Ello ha permitido a la población mantener el contacto con sus seres queridos a miles de kilómetros, compartir contenidos de forma inmediata y acceder a la información en cualquier momento y desde cualquier lugar. Asimismo, los contenidos que inocentemente – o deliberadamente – compartimos a menudo carecen de un rigor académico, científico o periodístico.

Esa actitud acrítica de la población se convierte en una puerta de entrada para lobbies y partidos políticos por la que acceder al gran público de forma inmediata y a un bajo coste (Fernández-García, 2017; Lotero-Echeverri, Romero-Rodríguez y Pérez-Rodríguez, 2018). Los grupos de interés que han sido acusados de difundir *fake news* a través de las redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, Youtube...) o de diarios exclusivamente fundados para este objetivo, han sido los partidos de la “nueva extrema derecha”, organizaciones internacionales y naciones sin Estado que no responden a la rendición de cuentas propia de las sociedades democráticas (Lobo, 2017; Cabezuelo y Manfredi, 2019).

Lobo (2017) y Elías (2018) convergen al señalar que los partidos de la “nueva extrema derecha” han sabido canalizar todo el potencial de las *fake news*, a diferencia de sus rivales políticos. Sánchez (2017) y Elías (2018) consideran que una de las claves de su éxito ha sido emplear un discurso contra-hegemónico y repetirlo hasta la saciedad, de modo que finalmente, la sociedad asuma como cierta esa información, algo que ya fue puesto en marcha durante la Segunda Guerra Mundial a través de la propaganda nazi orquestada por Joseph Goebbels, ministro de Propaganda (Alonso, 2017; Schulze, 2001/2019). En esta línea, algunos autores (Lobo, 2017; Patricia, Murguía y Torres, 2019; Pira, 2019) apuntan a que los mensajes de estos partidos tienen un fuerte carácter emocional, de modo que captan los sentimientos más profundos de cada persona a través de algoritmos, lo que permite transmitirles un mensaje personalizado a sus creencias y su postura ideológica. Por otro lado, la propia naturaleza humana acentúa el impacto de las *fake news* en nuestra vida y en el devenir de la democracia, pues las

personas tendemos a leer aquellas noticias que corroboran y reafirman nuestras creencias previas (Alonso, 2017; Lobo, 2017; Elías, 2018; Burgos, 2019).

Lotero-Echeverri, Romero-Rodríguez y Pérez-Rodríguez (2018) nos alertan de las dudosas prácticas éticas que emplean algunos medios de comunicación para captar la atención de los lectores. Una de las más habituales es el *click-baiting*, que consiste en poner titulares de reclamo y engañosos, de modo que prima más el número de visitas o el tiempo que pasen en su red, que los contenidos que ofrezcan en ella. Asimismo, en ocasiones se recurre a catalogarlas como “hechos alternativos”, lo que confiere a los medios y a los políticos la libertad de decir cuánto deseen, pues, en resumen, todo vale en la era de la posverdad (Alonso, 2017; Clavero, 2018; Ciréfica, 2018; Elías, 2018; Lotero-Echeverri, Romero-Rodríguez y Pérez-Rodríguez, 2018; Cabezuelo y Manfredi, 2019; Pira, 2019). Por lo tanto, podríamos concluir que “las noticias falsas persiguen dos objetivos principales: captar la atención para ganar dinero con publicidad y ejercer influencia política” (Lobo, 2017, p. 41), aunque Rodríguez (2019) se centra en su carácter político con el fin de favorecer una ideología y a un candidato.

Hacer frente a este fenómeno no es tarea sencilla debido, entre un sinnúmero de motivos, a cuatro elementos: (i) la disputa entre la libertad de expresión y el derecho a la información veraz; (ii) la falta de rendición de cuentas de los agentes responsables; (iii) el anonimato y la inmediatez de transmisión; (iv) la falta de alfabetización digital de la población. Con respecto al primero de ellos, existe un fuerte debate sobre en qué punto poner los límites a estas noticias, pues ello supondría que tuvieran que pasar por un filtro, o censura, que determinaría que noticias son ciertas y cuáles no, lo que expondría considerablemente el derecho a una información plural por parte de la ciudadanía (Ciréfica, 2018; Lotero-Echeverri, Romero-Rodríguez y Pérez-Rodríguez, 2018; Rodríguez, 2019). Como decíamos anteriormente, estos agentes no rinden cuentas, lo que les dota de un aura de impunidad ante sus acciones (Cabezuelo y Manfredi, 2019). De igual modo, muchos usuarios de internet comparten esa sensación de impunidad por el anonimato que ofrece la red (Lobo, 2017), algo que sumado a la inmediatez para acceder y difundir nuevos contenidos (Ciréfica, 2018; McDougall et al., 2019), dificulta notablemente poner coto a estas noticias. Además, las fuertes carencias de la ciudadanía en competencia digital o mediática acentúan la propagación de estas noticias y la desinformación (Fernández-García, 2017; Lotero-Echeverri, Romero-Rodríguez y Pérez-Rodríguez, 2018; Rodríguez, 2019). Por este motivo, algunos autores (Ciréfica, 2018; McDougall et al., 2019) ensalzan la necesidad de que los Estados promuevan iniciativas educativas para combatir las *fake news* desde una perspectiva crítica.

Dicho esto, las consecuencias de estas noticias son sustanciales. Una de ellas es la debilitación de los sistemas democráticos, pues uno de sus requisitos indispensables es la información veraz de la ciudadanía (Fernández-García, 2017; Lobo, 2017; Ciréfica, 2018; Rodríguez, 2019). Al mismo tiempo, se genera un clima social de desconfianza en las instituciones públicas y en los medios de comunicación, especialmente por parte de los más jóvenes, quienes prefieren informarse a través de las redes sociales en lugar de los medios tradicionales (Fernández-García, 2017; Lobo, 2017; Burgos, 2019; Rodríguez, 2019; Pira, 2019). Aprovechando esta coyuntura, los partidos políticos de la “nueva extrema derecha” han recurrido a las *fake news* en las recientes elecciones, avivando sentimientos de odio de la ciudadanía “resentida con la multiculturalidad, la inmigración, la igualdad racial o de género” (Sánchez, 2017, p. 33). Esta polarización del discurso se ha cristalizado con las victorias de Bolsonaro, Trump y el Brexit, aunque también ha tenido una fuerte incidencia en las elecciones europeas de 2019 en Italia (Sánchez, 2017; Fernández-García, 2017; Lobo, 2017; Elías, 2018; López, 2018; Burgos, 2019; Cabezuelo y Manfredi, 2019; Rodríguez, 2019; Pira, 2019).

Por lo tanto, podemos asegurar que ningún Estado ni persona está exenta de la seducción de las luces brillantes que desprenden las *fake news*, como bien aventuró Platón en el pasado, por lo que una acción conjunta es imprescindible (Monasterio, 2019). Por ese motivo, en este apartado del trabajo vamos a detallar de qué modo la Unión Europea (UE) está afrontando la lucha contra las *fake news* en los últimos años desde el ámbito educativo, pues los sistemas educativos siempre han de afrontar y responder adecuadamente a los desafíos de cada momento histórico desde una perspectiva inclusiva, incluyendo la alfabetización digital de toda la población (Rodríguez, Zárate y Rodríguez, 2016; Ranilla, 2018).

El primer documento sobre el que incidiremos será la Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Reforzar la identidad europea mediante la Educación y la Cultura Contribución de la Comisión Europea a la reunión de dirigentes en Gotemburgo el 17 de noviembre de 2017 (COM/2017/0673 final). En ella se alerta de cómo los partidos de la “nueva extrema derecha” están haciendo uso de las *fake news* para manipular a la ciudadanía, poniendo en serio los “valores europeos y nuestras democracias”, por lo que urgen a los Estados miembros a reaccionar conjuntamente. Para ello, se identifican varios ámbitos de intervención, pero el que más nos atañe es el de desarrollar la alfabetización, o competencia mediática, en la ciudadanía europea. De este modo, la UE persigue salvaguardar y promover la libertad y el pluralismo, aunque una condición sine qua non para ello es el desarrollo del pensamiento crítico frente a las *fake news* y los “hechos alternativos”.

Por otro lado, destaca la Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. La lucha contra la desinformación en línea: un enfoque europeo (COM/2018/236 final). Un aspecto interesante de dicha Comunicación es que incide en que el buen funcionamiento de la democracia está íntimamente ligado a la información veraz y completa que reciben los ciudadanos. Si bien señalan que las redes sociales ofrecen un potencial considerable para que la información llegue de forma rápida y directa al gran público, es la población joven la que más se informa mediante ellas. Por consiguiente, si los jóvenes europeos quedan atrapados en esta red de desinformación y engaños, el proyecto europeo corre el riesgo de desvanecerse en los próximos años, pues una de las consecuencias de dichas *fake news*, es la pérdida de confianza en las instituciones públicas.

Asimismo, el enfoque europeo común que proponen consta de cuatro pilares: (i) mayor transparencia; (ii) más pluralidad de información; (iii) fomentar la credibilidad mostrando su índice de su fiabilidad; (iv) y crear soluciones inclusivas. Son estas últimas las que más relevancia tienen para el ámbito educativo, pues continúan la línea establecida por la Comunicación anterior sobre la importancia de que los europeos y las europeas desarrollen su alfabetización mediática. Para combatir la desinformación, las competencias digitales han de promoverse a lo largo de toda la vida, algo a lo que contribuye notablemente el Plan de Acción de Educación Digital puesto en marcha por la Comisión en 2018. En definitiva, este enfoque reafirma los principios de la Comunicación de 2017, prestando especial atención a la estrecha relación entre los conceptos de ciudadanía digital, alfabetización digital y pensamiento crítico. En ellos también se centra el Dictamen del SEPD sobre la manipulación en línea y los datos personales (2018/C 233/06), aunque su principal aportación es la reflexión, la alarma, de que el tejido social se está debilitando, lo que inequívocamente pone en serio riesgo los sistemas democráticos, los derechos y las libertades fundamentales.

No obstante, la UE estima imprescindible la acción desde el ámbito educativo para responder adecuadamente a esta amenaza. Esta postura se materializa esencialmente en dos documentos: la Recomendación del Consejo de 22 de mayo de 2018 relativa a las competencias clave para el aprendizaje permanente (2018/C 189/01) y el Dictamen del Comité Europeo de las Regiones sobre «La lucha contra la desinformación en línea: un enfoque europeo» (2019/C 168/04). En la Recomendación se alaba la importancia de los aprendizajes formales y no formales para desarrollar el pensamiento crítico, la resiliencia, la ciudadanía activa y la capacidad analítica. Asimismo, las competencias que más vinculación tienen con la lucha contra las *fake news* son: (i) la competencia lectoescritora; (ii) la competencia matemática y competencia en ciencia, tecnología e ingeniería; (iii) la competencia digital; (iv) la competencia personal, social y de aprender a aprender; (v) la competencia ciudadana; (vi) la competencia emprendedora. Todas ellas contribuyen a desarrollar el pensamiento crítico desde una perspectiva ética y responsable, para lo que es necesario tener la capacidad de acceder, analizar y cuestionar la información, de modo que los ciudadanos europeos sean capaces de actuar constructivamente en la sociedad.

Por otro lado, el Dictamen reitera la celeridad con la que se propagan las *fake news* y cómo las redes sociales son el medio idóneo para su difusión, y con ellas, el odio y la polarización de sociedad. Entre sus líneas de intervención destacan los programas de educación y de sensibilización de la ciudadanía. De tal modo, el Comité Europeo de las Regiones insta a los Estados a que desarrollen estos programas en las escuelas primarias. Sin embargo, lo más novedoso del Dictamen con respecto al resto de documentos expuestos, es su insistencia en mejorar la formación inicial y continua del

profesorado en la enseñanza de la inteligencia emocional y el pensamiento crítico. El Dictamen incide en que estas *fake news* tienden a estar cargadas de un alto componente emocional, lo que atrae y capta a las personas a partir de sus creencias previas, por lo que desde los sistemas educativos se han de impulsar programas para hacer frente a la desinformación.

2. Material y métodos

Tras conocer en mayor profundidad el fenómeno de las *fake news* y de la desinformación en el ámbito global, y de qué modo la UE está respondiendo a este desafío, es preciso detenernos en el enfoque metodológico del estudio. En primer lugar, esta investigación tiene un carácter cualitativo y es desarrollada desde el Análisis de Contenido. Esta metodología permite ofrecer una panorámica muy completa y sintética sobre varios documentos, que en esta ocasión serán publicaciones en Instagram, aunque previamente es preciso que éstas sean organizadas y analizadas (Hernández-Ayala y Tobón-Tobón, 2016). Los beneficios del Análisis de Contenido son más amplios, pues también permiten generar nuevos conocimientos tras la primera fase descrita (Jiménez, Aguilera, Valdés, y Hernández, 2017).

Asimismo, la pregunta que ha orientado esta investigación es de qué modo está combatiendo la UE la desinformación de la ciudadanía durante la crisis sanitaria del COVID-19 a través de Instagram. Con base en esta pregunta se establecieron dos objetivos:

- Identificar los temas que ha abordado la UE durante la pandemia del COVID-19 en Instagram.
- Analizar las comunicaciones y las propuestas relacionadas con las *fake news* y la desinformación realizadas por la UE durante la pandemia.

En primer lugar, se realizó una búsqueda de las publicaciones realizadas por la Comisión Europea (@europeancommission), el Parlamento Europeo (@parlamentoeuropeo) y el Consejo de la UE (@eucouncil) en sus cuentas de Instagram desde la primera vez que nombran el coronavirus en esta red social hasta el 30 de abril de 2020 inclusive. La razón por la que se ha decidido incidir en esta red social es su alto componente visual, lo que resulta un atractivo considerable para la población más joven, que son los que más se informan a través de las redes sociales, y también, los más vulnerables (Fernández-García, 2017; Lobo, 2017; Burgos, 2019; Rodríguez, 2019; Pira, 2019). Posteriormente, se seleccionaron tan solo aquellas noticias que hicieran alusión directa a la crisis sanitaria, excluyéndose cuestiones como el cambio climático o la lucha contra el racismo, ya que no responden a los objetivos marcados en este estudio. De tal modo, se analizaron un total de 176 publicaciones, las cuales 72 fueron realizadas por el Parlamento Europeo, 85 por la Comisión Europea y 19 por el Consejo de la UE.

Más tarde, se diseñó una matriz de análisis a partir de la lectura de las publicaciones realizadas por la Comisión Europea, Consejo de la UE y el Parlamento Europeo de la UE. Esta matriz está compuesta por 7 dimensiones (Fig. 1): (i) recomendaciones médicas; (ii) apoyo y solidaridad; (iii) iniciativas lúdico-culturales; (iv) proyectos e intervenciones de la UE; (v) *fake news* y *fact checking*; (vi) respuesta global; (vii) y otras.



Figura 1. Matriz de análisis y códigos en MAXQDA 2020 Analytics Pro. (Elaboración propia)

De igual modo, las dimensiones relacionadas con los proyectos de la Unión y con las *fake news* fueron desglosadas en varios parámetros. Con respecto a la primera de ellas, se establecieron tres categorías en función de su ámbito de intervención: microproyectos, mesoproyectos y macroproyectos. Los microproyectos son ejemplos concretos de laboratorios e iniciativas a nivel local, mientras que los mesoproyectos son de ámbito nacional. Por el contrario, los macroproyectos involucran a varios Estados mediante acuerdos bilaterales, o bien, una acción conjunta por parte de todos los Estados miembros.

Mientras tanto, centrándonos en nuestro objeto de estudio, se han identificado cuatro finalidades o tipo de publicaciones relacionadas con las *fake news* y el *fact checking*. Una de ellas son contenidos destinados a alertar a la ciudadanía sobre la existencia y los peligros de estas noticias falsas. También se han hallado algunas publicaciones que transmiten a la ciudadanía las iniciativas que la UE está llevando a cabo para combatir las *fake news*. Por otro lado, se incide en la importancia de informarse a través de fuentes oficiales y fiables, lo que se relaciona directamente con la cuarta categoría, diferentes propuestas y estrategias de *fact checking* que pone a disposición de la ciudadanía la Unión para que puedan comprobar la veracidad de la noticia.

Finalmente, se codificaron cada una de las noticias empleando el programa de análisis cualitativo MAXQDA 2020 Analytics Pro, dando lugar a 181 códigos en las 176 publicaciones. De este modo fue posible conocer de qué modo las diferentes instituciones y órganos de la UE están empleando esta red social durante el coronavirus en términos generales, y de forma específica, con relación a las *fake news* y la desinformación, algo que detallaremos en el siguiente apartado.

3. Resultados

En este apartado se van a desarrollar en dos epígrafes, el primero de ellos describirá la intensidad con la que las distintas instituciones y órganos europeos han usado Instagram durante la pandemia y sobre qué cuestiones han incidido. Más tarde, se pondrá el foco en las publicaciones relacionadas con las *fake news* y el *fact checking*, replicando la misma estructura que en el primer apartado: institución u órgano emisor y análisis de la temática del contenido.

3.1. La comunicación de la UE a través de Instagram

En primer lugar, debemos señalar que la intensidad con la que las distintas instituciones y órganos de la UE han empleado Instagram para comunicarse con la ciudadanía con respecto a la crisis sanitaria ha sido muy desigual. La Comisión Europea ha sido la cuenta más activa, pues ha acaparado cerca de la mitad (48,30%) de estas publicaciones, aunque el Parlamento Europeo (40,90%) también ha hecho un uso considerable de esta red social para esta cuestión. Mientras tanto, las 19 publicaciones realizadas por el Consejo de la UE apenas representan el 10,80%.

Tabla 1
Publicaciones de cada institución y órgano.

Institución	Publicaciones	%
Consejo de la UE	19	10,80
Parlamento Europeo	72	40,90
Comisión Europea	85	48,30

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, el análisis de las noticias ha mostrado sobre qué cuestiones está haciendo especial hincapié la UE durante la pandemia en esta red social. En primer lugar, los resultados reflejan cómo este organismo dedica la mayor parte de sus publicaciones (34,25%) a informar a la ciudadanía sobre los diferentes proyectos puestos en marcha para paliar los efectos sanitarios y económicos provocados por el COVID-19. Asimismo, resulta especialmente interesante observar cómo 56 de estas 62 publicaciones hacen referencia a macroproyectos, donde la cooperación entre los Estados miembros es indispensable, mientras que la respuesta global queda relegada a último plano (4,40%). Por otro lado, el segundo tema más repetido en Instagram por las instituciones europeas son mensajes de

apoyo al personal sanitario, a todas las personas voluntarias, o bien, a todas las que se han visto afectadas por la pandemia. En esta dimensión también se recogen todos aquellos llamamientos a la solidaridad para hacer frente a la esta crisis, por lo que éstas representan el 27,62% de las publicaciones realizadas, en su mayoría por el Parlamento Europeo (19 noticias) y la Comisión Europea (21 noticias).

Muy alejadas se sitúan las recomendaciones médicas y las publicaciones relacionadas con las *fake news* y el *fact checking*, pues cada una de ellas han sido objeto central de 18 publicaciones, lo que equivale a un 9,94% del total. No obstante, sobre esta última dimensión nos ocuparemos más adelante en profundidad. Dicho esto, la UE también ha promovido diferentes iniciativas lúdico-culturales durante este periodo (7,73%). Lo cierto es que estas actividades son muy variadas, pues abarcan desde escuchar una lista de Spotify (“EU Spotify”) elaborada por la Unión hasta visitas virtuales a museos (#CreativeEuropeAtHome), pasando por juegos, cine y literatura. Finalmente, se han identificado otras noticias (7,18%) cuya clasificación derivaría en una amplitud de categorías muy amplia y que, además, no responde al objeto de estudio. Sin embargo, algunas de estas publicaciones informan a la ciudadanía de reuniones que se han mantenido o seguridad digital.

3.2. Las redes sociales como punta de lanza contra la desinformación en tiempos de crisis desde las redes sociales

Si bien anteriormente hemos presentado los principales temas sobre los que incide la UE en Instagram durante esta pandemia, en esta ocasión nos centraremos única y exclusivamente en aquellas publicaciones cuyo contenido esté relacionado con las *fake news* y el *fact checking*. En esta misión, la Comisión Europea destaca como la institución más activa, pues de las 17 publicaciones existentes, 11 son obra suya. Mientras tanto, la labor del Parlamento Europeo y el Consejo de la UE es menor, con cuatro y dos noticias respectivamente, aunque su labor es complementaria y desde luego, nada desdeñable.

Por otro lado, los contenidos relacionados con esta dimensión tienen un peso relativamente parejo. Los recursos ofrecidos por la UE para verificar la información se corresponden con 27,78% de las publicaciones realizadas, unas cifras similares a las que presentan los recursos de *fact checking* impulsados por la Unión a través de Instagram (33,33%). Asimismo, la cuestión sobre la que más incide este organismo es en la importancia de que la ciudadanía se informe mediante fuentes oficiales (38,89%).

Tras describir los datos obtenidos, consideramos esencial desarrollar cada una de las categorías a partir de las publicaciones realizadas por la UE, de modo que obtengamos un mayor conocimiento sobre los argumentos y las estrategias que emplea este organismo para comunicarse con la ciudadanía. Para comenzar, la Comisión Europea hasta la fecha ha realizado cinco publicaciones cuyo principal objetivo es hacer llegar a la población europea que la Unión está trabajando para combatir las *fake news*. Así, estas publicaciones convergen al apelar al sentimiento de pertenencia de los ciudadanos al proyecto europeo, pues “en tiempos como estos es bueno ser parte de una comunidad fuerte: nuestra Unión Europea” (Comisión Europea, 2020f), quien les ofrece seguridad y protección (Comisión Europea, 2020e). Por este motivo, se le atribuye un papel decisivo a cada uno de los europeos y de las europeas, a quienes se apela para no compartir noticias cuya fiabilidad sea dudosa (Parlamento Europeo, 2020d). Otra coincidencia entre las noticias es que informan de diferentes iniciativas puestas en marcha “rápidamente, con fuerza y de forma coordinada” (Comisión Europea, 2020f) en los ámbitos de la economía, el mercado laboral, la sanidad, la investigación y la desinformación (Comisión Europea, 2020c). Con respecto a este último sector, afirman que la UE está velando por desmontar los discursos falsos y los mitos relacionados con el coronavirus (Comisión Europea, 2020e).

Dicho esto, ahora pondremos el foco en las seis publicaciones de la UE a ofrecer diferentes recursos y estrategias para verificar la información. De éstas, cinco fueron realizadas por la Comisión Europea, aunque en realidad esta labor fue iniciada con gran acierto por el Parlamento Europeo. En ellas se pone de manifiesto el serio peligro que supone la desinformación social para la salud y el estilo de vida de las personas (Comisión Europea, 2020a, 2020d, 2020c). De igual modo, la noticia publicada por la Comisión el 30 de marzo (Comisión Europea, 2020a) también señala que los sistemas democráticos están expuestos y son vulnerables a las *fake news*, pues los agentes y las

instituciones (ir)responsables de ellas explotan los miedos de las personas, generando así un clima de incertidumbre que se acentúa en los tiempos de crisis como el que estamos viviendo, algo de lo que se aprovechan empresas con fines económicos y partidos políticos, especialmente de la “nueva extrema derecha”, quienes esperan obtener beneficios electorales gracias a ellas (Comisión Europea, 2020a, 2020d; Parlamento Europeo, 2020d). Por ese motivo, la UE colabora estrechamente con las principales redes sociales en eliminar este tipo de contenidos, algo de lo que informan a la ciudadanía en sus publicaciones del 30 de marzo y del 3 de abril (Comisión Europea, 2020a, 2020b). No obstante, conscientes de que esta colaboración, aunque necesaria, es insuficiente, tanto la Comisión Europea como el Parlamento Europeo ofrecen recursos para verificar la información. La Comisión pone a disposición de los docentes y los discentes una página web (www.europa.eu/!BV48D) donde poder acceder a varias herramientas y recursos (Comisión Europea, 2020a), además de 110 ejemplos de noticias falsas disponibles en otra página web (www.EUvsDisinfo.eu.com) (Comisión Europea, 2020d).

Asimismo, resulta especialmente interesante para el ámbito educativo las propuestas y los consejos para verificar la información. De una forma más sucinta, la Comisión Europea (2020d) nos da tres recomendaciones básicas, aunque el Parlamento Europeo (2020d) insiste en el tercero de estos pasos: (i) verificar la fuente; (ii) comprobar la fecha; (iii) y contrastar los datos con los organismos y las instituciones oficiales. Mucho más completa es la propuesta del Parlamento Europeo (2020c), la cual queda sintetizada en la siguiente imagen (Fig. 2):



Figura 2. Propuesta de *fact checking* del Parlamento Europeo. (Parlamento Europeo, 2020c)

En esta publicación encontramos aportes relevantes con respecto a la propuesta de la Comisión (2020d), pues es más completa y tiene aspectos de gran valor pedagógico sobre los que discutiremos en el apartado de conclusiones con mayor profundidad. La última cuestión, y la mayoritaria (38,89%), es sobre las publicaciones que donde se alienta a la población a informarse a través de las fuentes oficiales, siendo las principales recomendadas la Organización Mundial de la Salud y los Ministerios de Sanidad de los Estados miembros (Comisión Europea, 2020a; Parlamento Europeo, 2020a, 2020b). Finalmente, un ejemplo de la noticia que mejor sintetiza toda la labor de la UE en su lucha contra la desinformación y las *fake news* es la publicada por la Comisión Europea (2020a) el 30 de marzo, pues en ella se recogen las tres categorías identificadas.

4. Discusión y conclusiones

Si echamos la vista atrás, hasta Coudenhove-Kalergi (1923/2010) y Steiner (1966/2020), pasando por Robert Schuman, no debe sorprendernos que el grueso de las publicaciones realizadas por la UE durante esta pandemia se haya centrado en promover la solidaridad (27,47%) y la cooperación conjunta (34,07%) entre Estados miembros, entre Estados hermanos. Lo que este artículo refleja es cómo el espíritu europeo, o la idea europea (Steiner, 1966/2020), sigue disfrutando de los mismos

principios y valores con los que se inició. Esta cuestión también está vigente en el modo en que este organismo supranacional otorga un papel protagonista a la ciudadanía para combatir las *fake news*. En estas publicaciones, se muestra el deseo, la necesidad, de que el pueblo europeo desarrolle un pensamiento crítico que le permita ejercer su ciudadanía de forma activa y responsable, algo reclamado también por varios autores (Ciréfica, 2018; McDougall et al., 2019) y la propia UE (COM/2017/0673 final; COM/2018/236 final; 2018/C 189/01; 2018/C 233/06; 2019/C 168/04). El hecho de que la Unión ofrezca diferentes recursos y herramientas para que sean los propios individuos quienes por sí mismos verifiquen la fiabilidad de la noticia pone el foco de la lucha contra la desinformación en el pueblo europeo.

Para ello, la ciudadanía europea debe ser consciente de los peligros que acarrearán las *fake news*, tanto para su salud como para los propios sistemas democráticos (Fernández-García, 2017; Lobo, 2017; Ciréfica, 2018; Rodríguez, 2019), que son, en definitiva, un rasgo intrínseco de la UE (Semprún, 2006). El ataque a las democracias se realiza de forma perversa, y si se le permite, con gran astucia, explotando los miedos y los valores más arraigados en cada uno de nosotros (Lobo, 2017; Patricia, Murguía y Torres, 2019; Pira, 2019). Así, el distanciamiento entre las instituciones oficiales y el ciudadano de a pie parece ser mayor cada día, especialmente en tiempos de crisis como el que vivimos. Sin embargo, esta forma de comunicación tiene un gran potencial académico, político y social, en particular con los jóvenes, que son quienes tienen en sus manos el destino del proyecto europeo (Coudenhove-Kalergi, 1923/2010).

De tal modo, es fundamental que los sistemas educativos respondan a este enorme desafío en todas sus etapas educativas. Las posibilidades académicas y formativas que nos ofrecen las publicaciones de la UE son considerables desde el enfoque competencial (2018/C 189/01). Una primera idea para llevar al aula de Educación Primaria es la de contrastar la veracidad de las noticias siguiendo los tres pasos propuestos por la Comisión Europea (2020d), aunque otra posibilidad es hacer una investigación crítica sobre la imagen que se ha utilizado en dicha noticia, pues si es falsa, cabe la posibilidad de que se haya empleado en noticias anteriores. En el ámbito universitario es indispensable que los estudiantes de grado y posgrado utilicen fuentes fiables para sus trabajos académicos, de modo que el modelo del Parlamento Europeo (2020c) puede ser un buen punto de partida gracias a la clarividencia de sus fases. No obstante, resulta especialmente interesante el séptimo paso, donde los discentes deben explorar sus concepciones previas, ya que como algunos autores afirman, las personas tienden a reafirmar sus ideas (Alonso, 2017; Lobo, 2017; Elías, 2018; Burgos, 2019). Este ejercicio reflexivo y de sinceridad académica es vital para que la población más joven no se deje seducir por el resplandor del totalitarismo (Monasterio, 2019), quien con su miope y arrollador discurso promete un mañana idílico sacrificando el presente (Semprún, 2006). En definitiva, la única manera de que sobreviva este proyecto europeo en la era de la posverdad (Alonso, 2017; Clavero, 2018; Ciréfica, 2018; Elías, 2018; Lotero-Echeverri, Romero-Rodríguez y Pérez-Rodríguez, 2018; Cabezuelo y Manfredi, 2019; Pira, 2019) es a través de una ciudadanía responsable, activa y crítica, algo que tan solo es posible desarrollar mediante sistemas educativos comprometidos con esta labor, superando modelos bancarios (Freire, 1970/2016), modelos nacionalistas como los del siglo XIX, modelos ranking y modelos asépticos.

Referencias

- Alonso, P. (2017). Fake news y posverdad en tiempos de populismos: lecciones para periodistas. *Cuadernos de periodistas: revista de la Asociación de la Prensa de Madrid*, 34, 77-84.
- Burgos Suárez, J. A. (2019). Un acercamiento crítico a las noticias falsas desde la teoría de Lippmann. *Filo de Palabra*, 25, 7-17.
- Cabezuelo Lorenzo, F., y Manfredi, J. L. (2019). Posverdad, fake-news y agenda política en el discurso de Trump en Twitter. *Historia y comunicación social*, 24(2), 449-483. doi: <https://doi.org/10.5209/hics.66291>
- Cambridge Dictionary (2020). Fake news. Recuperado de <https://bit.ly/2NYCcw3>
- Ciréfica, R. (2018). Regulación jurídica de las «fake news» en la UE: ¿un atentado en contra de la democracia?. *Derecho y economía de la integración*, 5, 119-141.

- Clavero, J. (2018). Posverdad y exposición selectiva a fake news. Algunos ejemplos concretos de Argentina. *Contratexto*, 29, 167-180. doi: 10.26439/contratexto2018.n029.1857
- Comisión Europea (2020a, 30 de marzo). [Publicación en red social]. Recuperado de <https://bit.ly/3aXcrVN>
- Comisión Europea (2020b, 3 de abril). [Publicación en red social]. Recuperado de <https://bit.ly/2W1VHIZ>
- Comisión Europea (2020c, 8 de abril). [Publicación en red social]. Recuperado de <https://bit.ly/2SuQh6W>
- Comisión Europea (2020d, 13 de abril). [Publicación en red social]. Recuperado de <https://bit.ly/3aXcGAb>
- Comisión Europea (2020e, 14 de abril). [Publicación en red social]. Recuperado de <https://bit.ly/3bYodRf>
- Comisión Europea (2020f, 22 de abril). [Publicación en red social]. Recuperado de <https://bit.ly/3b4RPv2>
- Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Reforzar la identidad europea mediante la Educación y la Cultura Contribución de la Comisión Europea a la reunión de dirigentes en Gotemburgo el 17 de noviembre de 2017 (COM/2017/0673 final). Recuperado de <https://bit.ly/35phbm5>
- Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. La lucha contra la desinformación en línea: un enfoque europeo (COM/2018/236 final). Recuperado de <https://bit.ly/2W0vV7U>
- Coudenhove-Kalergi, R. N. (1923/2010). *Pan-europa*. Madrid: Redacción de Ediciones Encuentro.
- Dictamen del Comité Europeo de las Regiones sobre «La lucha contra la desinformación en línea: un enfoque europeo» (2019/C 168/04). Recuperado de <https://bit.ly/2W0vV7U>
- Dictamen del SEPD sobre la manipulación en línea y los datos personales (2018/C 233/06). Recuperado de <https://bit.ly/2yZPT9D>
- Eliás, C. (2018). Fakenews, poder y periodismo en la era de la posverdad y ‘hechos alternativos’. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 40, 19-24.
- Fernández-García, N. (2017). Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática. *Nueva sociedad*, 269, 66-77.
- Freire, P. (1970/2016). *Pedagogía del oprimido*. Madrid: Siglo XXI.
- Hernández-Ayala, H., y Tobón-Tobón, S. (2016). Análisis documental del proceso de inclusión en la educación. *Ra Ximhai*, 12(6), 399-420.
- Jiménez, F., Aguilera Valdivia, M., Valdés Morales, R., y Hernández Yáñez, M. (2017). Migración y escuela: Análisis documental en torno a la incorporación de inmigrantes al sistema educativo chileno. *Psicoperspectivas*, 16(1), 105-116. doi: <http://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol16-issue1-fulltext-940>
- Lobo, S. (2017). Cómo influyen las redes sociales en las elecciones. *Nueva sociedad*, 269, 40-44.
- López Eguizábal, F. A. (2018). La tergiversación de la comunicación en la era digital a través de Fake News: cómo la ciudadanía y el periodismo se enfrentan a los mensajes falsos. En D. Moya López (Ed.), *Arterias de la sociedad del siglo XXI. Las TIC como herramienta multidisciplinar. Estudios de caso* (pp. 155-173). Recuperado de <https://bit.ly/2VYDlsg>
- Lotero-Echeverri, G., Romero-Rodríguez, L. M., y Pérez-Rodríguez, M. A. (2018). Fact-checking vs. Fake news: Periodismo de confirmación como componente de la competencia mediática contra la desinformación. *Index.comunicación*, 8(2), 295-316.
- McDougall, J., Brites, M. J., Couto, M. J., y Lucas, C. (2019). Alfabetización digital, fake news y educación. *Cultura y Educación*, 31(2), 203-212. doi: 10.1080/11356405.2019.1603632
- Monasterio, D. L. (2019). *Manual de retórica parlamentaria y oratoria deliberativa*. Buenos Aires: Konrad-Adenauer-Stiftung y ACEP - Asoc. Civil de Estudios Populares.
- Parlamento Europeo (2020a, 12 de marzo). [Publicación en red social]. Recuperado de <https://bit.ly/3ddqLea>
- Parlamento Europeo (2020b, 15 de marzo). [Publicación en red social]. Recuperado de <https://bit.ly/3feDH5t>

- Parlamento Europeo (2020c, 21 de marzo). [Publicación en red social]. Recuperado de <https://bit.ly/3b0s92t>
- Parlamento Europeo (2020d, 1 de abril). [Publicación en red social]. Recuperado de <https://bit.ly/2YuRejs>
- Patricia Contreras, C., Murguía Jáquez, M., y Torres Rodríguez, O. (2019). Fake news: Creando una Ficción de la Caravana Migrante. Discurso mediático y audiencias: Una aproximación crítica a la comunicación de masas. En M. Donstrup (Ed.), *Discurso mediático y audiencias: una aproximación crítica a la comunicación de masas* (pp. 99-116). Recuperado de <https://bit.ly/2Wp3L5p>
- Pira, F. (2019). Las elecciones europeas de 2019 y las fake news. *Barataria: Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, 26, 67-83. doi: <https://doi.org/10.20932/barataria.v0i26.510>
- Ranilla Rodríguez, M. (2018). Gamificación de la alfabetización digital en mayores según los estilos de aprendizaje y actividades polifásicas. *Revista De Estilos De Aprendizaje*, 11(22), 179-215.
- Recomendación del Consejo de 22 de mayo de 2018 relativa a las competencias clave para el aprendizaje permanente (2018/C 189/01). Recuperado de <https://bit.ly/2KSme4L>
- Rodríguez Camacho, R. C., Zárate Ortiz, J. F., y Rodríguez Lozano, A. (2016). Los estilos de aprendizaje y la comprensión lectora a través del uso del hipertexto en estudiantes de bachillerato. *Revista De Estilos De Aprendizaje*, 9(18), 22-42.
- Rodríguez Pérez, C. (2019). No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. *Comunicación*, 40, 65-74. doi: <http://dx.doi.org/10.18566/comunica.n40.a05>
- Sánchez Díez, M. (2017). Trump, bueno y malo para el periodismo. *Cuadernos de periodistas: revista de la Asociación de la Prensa de Madrid*, 34, 59-76.
- Schulze (2001/2019). *Breve historia de Alemania*. Madrid: Alianza Editorial.
- Semprún, J. (2006). *Pensar en Europa*. Guipuzcúa: Tusquets Editores.
- Steiner, G. (1966/2020). *La idea de Europa*. Madrid: Siruela. Biblioteca de Ensayo.

Financiación

Ayuda a la investigación predoctoral de la Fundación Banco Sabadell.

Agradecimientos

Gracias a la Fundación Banco Sabadell por apoyar a los investigadores emergentes mediante sus ayudas predoctorales, y en particular por confiar en mí para disponer de una de ellas.

Conflicto de interés

No existe ningún tipo de conflicto de interés.



© 2020 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative