

UNIÓN EUROPEA, DESINFORMACIÓN Y REALIDAD

CARLOS PENEDO

V CONGRESO ADESYD

MADRID, 27 NOVIEMBRE 2018

Asociación de Diplomad@s
Españoles en Seguridad y Defensa



PRESENTACIÓN

Propuesta: **cómo interpretar la desinformación**

Medio: actuaciones UE en 2018, proceso, instrumentos, materiales; y ponerlos a trabajar para nosotros

1. CONFUSIÓN / DEFINICIÓN

2. HIPERACTIVIDAD UE

2.1 Previo: boletín bulos rusos

2.2 Grupo de expertos / Informe

2.3 Encuesta y consulta pública

2.4 Investigación JCR

2.5 Comunicación / Código de conducta

3. ENFOQUE PROPIO: TRES ÁMBITOS ENTREMEZCLADOS

3.1 Desafío profesión periodística

3.2 Desafío económico

3.3 Argumento de ocasión en política y seguridad



1. CONFUSIÓN

La trama rusa empleó redes chavistas para agravar la crisis catalana

Donald J. Trump
NBC news is #FakeNews and more than even CNN. They are a disgrace reporting. No wonder their news way down!

INVASION OF FAKE NEWS!

Donald J. Trump
There is great anger in our Country caused in part by inaccurate, and even fraudulent, reporting of the news. The Fake News Media, the true Enemy of the People, must stop the open & obvious hostility & report the news accurately & fairly. That will do much to put out the flame...

EL PAÍS
TENSIÓN ANTE EL REFERENDUM ILEGAL DEL 1 DE OCTUBRE
La maquinaria de injerencias rusa penetra la crisis catalana

Cospedal alerta de las noticias falsas para desestabilizar países durante la Pascua Militar

PRINCE WILLIAM'S BRIDE STORMS OUT!
GLOBE
OBAMA WAS NOT BORN IN U.S.
Presidency is illegal
NO birth certificate!
Gov't official tells all

EL MUNDO
«No me creo que los detenidos por el 11-M organizaran los atentados»
La policía investiga contrarreloj...
La banda terrorista niega su participación

ESPAÑA / POLÍTICA

¿Por qué las feministas son más feas que las mujeres normales?

Publicado el Martes, 24 Enero 2017 15:28 Escrito por Pablo Escobar



ENTREVISTA
Rajoy: «Tengo la convicción moral de que fue ETA»
«Me gustaría que el atentado no afectara al resultado de las elecciones»
Página 18 y 19

FERNANDO LÁZARO
MADRID.- El Gobierno sigue sin cerrar posibilidades, sin cerrar puertas. Quiere sus diez millones. Pero contra el coronavirus se analiza en la organización terrorista ETA como la responsable de los atentados que el pasado jueves provocaron en Madrid la muerte de 199 personas y heridas de diversa consideración a más de 1.400.
El ministro del Interior, Ángel Gabilondo, comenzó de nuevo a medio todo de ayer para aperturar los últimos días de las investigaciones policíacas sobre el peor

1. CONFUSIÓN / DEFINICIÓN

¿Fake news? ¡Desinformación!

- Información manipulada / averiada
- Objetivo: **más confundir que convencer / generar dudas**; y generar beneficios (económicos y/o políticos)
- **Qué no es**
 - Un delito (discurso odio, incitación a la violencia, protección datos)
 - Humor / sátira / parodia
 - Límites: censura; imposición de una “descripción correcta” de la realidad
 - Nos es novedad ni histórica ni política (11-M; Obama; comunicación siempre activa, excepto en proceso independentista Cataluña por parte del Gobierno central)
- **Novedades**
 - Moda: posverdad, *fake news*, *junk news*...
 - Acelerador tecnológico / Inmediatez / Alcance total
 - Redes sociales
 - Fin monopolio emitir mensajes y coste casi cero

2. HIPERACTIVIDAD UE

2.1 Boletín bulos rusos

- UE desde 2015: enfoque geográfico.
- 14 personas, boletines semanales, inglés y ruso-cirílico
- Precedente, 'Euromitos' desde 1992 (UK, plátanos curvos, patatas fritas)
- ***It does not necessarily imply however that the outlet concerned is linked to the Kremlin or that it is pro-Kremlin, or that it has intentionally sought to disinform. Cannot be considered an official EU position.***



2. HIPERACTIVIDAD UE

2.2 Grupo de expertos – Informe

Grupo de expertos (39), enero 2018 (Clara Jiménez *Maldita.es*); informe 12 marzo. **Advierten** a la Comisión Europea **contra soluciones simplistas y de corto plazo**, apuestan por fortalecer gradualmente tanto a instituciones como a la propia sociedad contra la desinformación; y señalan directamente que se debe **evitar cualquier tipo de censura de contenidos o canales** (se reitera el respeto absoluto a la libertad de expresión, de prensa y de pensamiento).

2. HIPERACTIVIDAD UE

2.2 Grupo de expertos – Informe

Recomendaciones, como promover la alfabetización mediática (de estudiantes, docentes, ciudadanos) a fin de contrarrestar la desinformación; desarrollar **instrumentos que fortalezcan a usuarios y periodistas** para hacer frente a la desinformación –verificadores, fact-checking–; o proteger la diversidad y la sostenibilidad de los medios informativos europeos (posible exención impuestos). Problema multifacético que no tiene una sola causa y por lo tanto no puede ser abordado por una sola medida.

Reaccionar con formación e información de calidad a la desinformación.

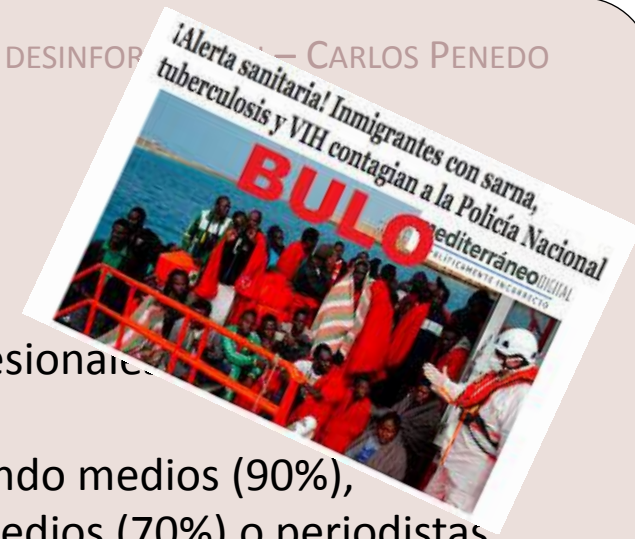
2. HIPERACTIVIDAD UE

2.3 Encuesta y consulta pública

Encuesta, 26.576 entrevistados en febrero de 2018 (Eurobarómetro).

Problema real y afecta al funcionamiento de la democracia (Ñ destaca por preocupación y menor confianza para identificarlas).

A la pregunta de quién debería actuar para evitar la propagación de noticias falsas, señalan en primer lugar a **los propios periodistas**, seguidos de los **autoridades públicas** nacionales seguidas en tercer lugar de las **empresas de comunicación**.



2. HIPERACTIVIDAD UE

2.3 Encuesta y consulta pública

Consulta pública, participaron 2.986 personas entre profesionales de comunicación y ciudadanos, entre nov. 2017 y feb. 2018.

Los participantes **desmontan la desinformación** comparando medios (90%), buscando la fuente (82%), fiándose de la reputación de medios (70%) o periodistas (55%). La mitad no confía en exceso en fact-checking (menor alcance). Los profesionales son más partidarios de cierre de cuentas falsas y autorregulación. Las dos categorías en las que la mayoría de las respuestas considera probable que las noticias falsas perjudiquen a la sociedad son la desinformación intencionada para **influir en las elecciones** y en las **políticas migratorias**.

En este apartado sorprende encontrar la **seguridad como el sexto ámbito más amenazado**, sobre nueve planteados (salud, economía, por delante).

La desinformación se propaga fácilmente a través de las redes sociales porque las noticias falsas **apelan a las emociones del lector** (88%), se difunden para **orientar el debate público** (84%) y están concebidas para **generar ingresos** (65%).

2. HIPERACTIVIDAD UE

2.4 Investigación JRC

Estudio del Centro Común de Investigación (JRC) sobre el impacto de la transformación digital de los medios sobre la calidad de la información (abril 2018).

Las plataformas controladas por algoritmos dan forma al panorama de las noticias.

El **modelo tradicional se ha transformado**, hoy tres partes interactuando: noticias, lectores y anunciantes, unidos por las plataformas.

Dos terceras partes de los consumidores de noticias en línea acceden a ellas a través de plataformas que funcionan con algoritmos, como los motores de búsqueda y los agregadores de noticias, así como por medio de las redes sociales.

El **objetivo principal de las plataformas** de distribución, como los motores de búsqueda, los agregadores de noticias y los sitios de redes sociales, **no es proporcionar noticias de calidad, sino maximizar tráfico e ingresos por publicidad.**

El **coste de la publicación de noticias ha caído casi a cero,** sin impresión ni distribución, lo que facilita la entrada de nuevos actores y crece volumen.

Una gran parte de los contenidos son de **acceso gratuito,** lo que incrementa demanda y amplía fuentes (pocos dispuestos a pagar, 5% sur y este Europa).

2. HIPERACTIVIDAD UE

2.5 Comunicación – Código de conducta



26 de abril - **Comunicación**, documento no vinculante / declaración de intenciones.

Propone un **Código de Buenas Prácticas** sobre Desinformación a nivel de la UE.

Referencia al **Reglamento general de protección de datos** de mayo 2018.

Mezcla esta Comunicación materiales elaborados, manipulación elecciones (sin pruebas), ciberseguridad, Rusia y protección de datos.

Código finalmente publicado 26 de septiembre, plataformas digitales, redes sociales y anunciantes en internet.

- Compromiso de **hacer más transparente la publicidad**.
- **Sigue las recomendaciones hechas por la Comisión** Europea el pasado abril.
- Compromiso de **cerrar cuentas falsas** y desacreditar proveedores desinformación.
- Invertirán en tecnologías y programas para "**ayudar a la gente a tomar decisiones informadas** cuando se encuentren en internet noticias que puedan ser falsas", mediante el apoyo incluso de unos "indicadores de confianza".
- Se dan **un año para evaluar resultados**; la UE, tres meses.

2. HIPERACTIVIDAD UE - CONCLUSIONES

- Elecciones Parlamento europeo mayo 2019: probable regulación previa con **restricciones físicas**, bots y cierre cuentas falsas (velocidad difusión y alcance), transparencia publicidad, nada sobre contenidos.
- Preocupación ciudadana y profesional por **posible censura**.
- UE se plantea asuntos sobre los que es competente: elecciones mayo, **competencia empresarial, privacidad datos, impuestos- tasa Google**.

TRES ENFOQUES DE INTERPRETACIÓN

- **Comunicación**, lo más interesante
- **Empresas**, lo más importante
- **Política**, lo más ruidoso



3. ENFOQUE

3.1 - Desafío profesión periodística

- ¿A quién mira la gente? A los periodistas
- Crisis de **credibilidad** profesión / Descrédito
- Precariedad laboral
- Periodismo de mercado: objetivo final, **de informar a clicar** (favorece sensacionalismo)
- **Periodismo espectáculo** (debates gritones TV)
- No todo es información ni todo de calidad
- **Transparencia** plataformas habría que aplicarla a medios convencionales (publicidad; Libertad Digital, Bárcenas PP)
- El **periodismo riguroso es lento y caro** / La información distorsionada es barata y rápida
- **Fin modelo tradicional de negocio**
- Ingresos empresas periodísticas irán unidos a credibilidad y/o tráfico
- APM - El periodismo de calidad es el antídoto contra las 'fake news'
- El tremendo **volumen de contenidos necesita intermediarios** que filtren y se pueda confiar en ellos = **Credibilidad**

3. ENFOQUE

3.2 - Desafío económico / empresarial / fiscal



- Las **empresas creadoras de contenidos** han perdido el control de su **distribución**.
- El **66% de los internautas acceden a la información** de los medios tradicionales a través de redes / buscadores / plataformas con **algoritmos**.
- Quienes distribuyen los contenidos no son quienes los elaboran.
- **El poder de mercado y los flujos de ingresos** han pasado de estar en manos de los editores de prensa a las de los operadores de **plataformas, que disponen de los datos para concordar a lectores, artículos y anuncios de la forma más eficiente** (dice JRC). Casi duopolio en publicidad online de Google y Facebook.
- Se ha separado la función de editor y **gestor de contenidos** y en gran medida se ha transferido la segunda hacia la **publicidad conducida por algoritmos, que maximiza tráfico e ingresos**.
- **Modelo de negocio caducado y sin alternativa:** Jeff Bezos Amazon, propietario de *The Washington Post* / Próximo cierre de contenidos

3. ENFOQUE

3.3 - Argumento político de oportunidad

3.3.1 Alarmismo muy cuestionable

3.3.2 Desinformación y seguridad

3.3.3 Desinformación y política

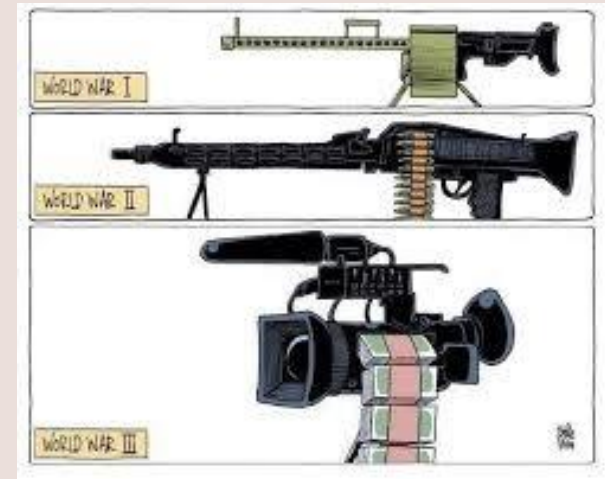
3.3.1 Alarmismo muy cuestionable

CUANTITATIVO

- **Belén Barreiro**, socióloga, ex presidenta del CIS, , “La sociedad que seremos”: **“Más ciudadanos que consumen política en la prensa y en la radio que en internet; la gran aliada sigue siendo la televisión, sin parangón con cualquier otro medio de comunicación”.**
- **Informe JRC:** el **consumo real de noticias** procedentes de medios **tradicionales es muy superior** al consumo de noticias falsas.

CUALITATIVO

- **Barreiro:** las **personas más digitalizadas** son las **menos propensas** a creerse una información dudosa, acostumbradas a contrastar lo que leen.
- La mayoría de los estudios analizados en el informe del **JRC** encuentran un **impacto limitado** de las noticias falsas en las **opciones políticas**.
- **La exposición a diversidad favorece la moderación política** (no burbujas).



3.3.2 Desinformación y seguridad

Estrategia Seguridad Nacional 2017: “la manipulación de la información por parte de agentes externos ejerce de factor de influencia en la era de la posverdad, con efectos negativos en cohesión social y la estabilidad política”. Ni una palabra en las líneas de acción.

Cospedal insiste en combatir las noticias falsas o "medias verdades" en el "campo de batalla" del ciberespacio (EP, 24.5.2018).



Cospedal alerta de las noticias falsas para desestabilizar países durante la Pascua Militar

FERNANDO LÁZARO | Madrid

6 ENE. 2018 | 13:29

- **Interés militar en las redes, más que en la información**
- Nuevo Mando Conjunto Ciberdefensa, órgano estructura operativa EMAD, febrero 2013
- **Infraestructuras** críticas (bancos, CYII, nucleares), **mando y control militar**
- Confusión entre ciberdelitos y desinformación (comparten canales)



P. ¿Cómo se puede contrarrestar la difusión de noticias falsas?

R. Debemos estar atentos y reforzar nuestra capacidad de respuesta, pero no creo que la mejor manera de responder a la propaganda sea con propaganda. Lo mejor es facilitar la verdad. Necesitamos prensa libre e independiente, periodistas que hagan preguntas incómodas.

3.3.3 Desinformación y política

Mr. President, stop attacking the press

Senador republicano **John McCain**, *The Washington Post*, 16.1.2018

“La expresión ‘noticias falsas’ (legitimada por el presidente de EEUU) es utilizada por los autócratas para silenciar a los periodistas, socavar a los opositores políticos, evitar el escrutinio de los medios y engañar a los ciudadanos”.

- Objetivo: eliminar al cuarto poder fiscalizador
- Comunicación directa entre político y ciudadano a través de redes
- Matrimonios de conveniencia (en UE, política + medios contra plataformas)
- Política y seguridad son ámbitos propensos a buscar argumentos de ocasión (terrorismo yihadista desde derrumbe URSS, 25 años, agotándose)

John McCain to Donald Trump: stop attacking the press

McCain is issuing a warning on Trump's press attacks ahead of the "Fake News Awards."

By Emily Stewart | Jan 17, 2018, 11:00am EST

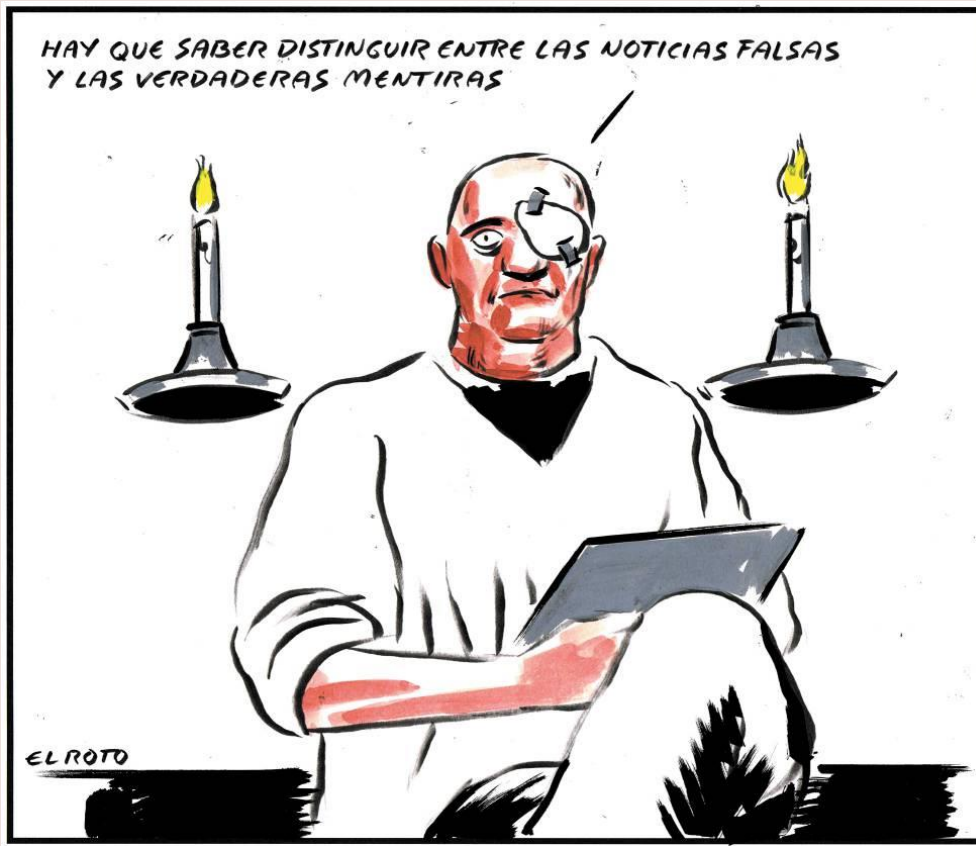
<https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/1/17/1690824/john-mccain-trump-press>

The Washington Post
Democracy Dies in Darkness

CIERRE — PARA NO PERDERSE ENTRE LA DESINFORMACIÓN

- **Alarmismo:** muy cuestionable alcance e influencia
- **Chequear:** fecha, fuente y enlace. Verificadores profesionales / Tecnología (JRC EMM 300.000 artículos diarios)
- **Quién habla,** porque condiciona el mensaje
 - Y quién lo publica
 - La UE es más potente en Competencia que en Defensa
 - Imaginemos que la ministra de Defensa es SG de su partido político
- **Denunciador casi nunca dice la verdad**
 - Medios piensan realmente en competencia de plataformas
 - Plataformas tratan de evitar control, impuestos y pérdida reputación
 - Trump quiere eliminar contrapeso político
 - Mundo militar y defensa piensan en redes
- Interpretable todo con **tres enfoques**
 - Desafío profesión periodística
 - Conflicto entre productores de información y plataformas
 - Argumento de oportunidad para política y/o seguridad
- **No banalizar la guerra ni militarizar la realidad**
 - Guerras son muertos, violaciones, destrucción, pillaje y caos sin reglas





CARLOS PENEDO

PELEA2@GMAIL.COM

BLOG CONTEXTOS

COMUNICACIÓN, POLÍTICA Y MUNDO ÁRABE

[HTTPS://CONTEXTOSPND.BLOGSPOT.COM/](https://contextospnd.blogspot.com/)