

DOCUMENTO DE TRABAJO

[DT-04/2018]

# **Guerras desinformativas en política internacional: Las campañas rusas y la reacción occidental**

**Alejandro Jesús Palacios Jiménez**  
**Manuel Lamela Gallego**  
**Martín Biera Muriel**

Estudiantes de Relaciones Internacionales, Univ.  
de Navarra; ayudantes de investigación junior,  
Center for Global Affairs & Strategic Studies

26 de junio de 2018

Palabras clave: Unión Europea, desinformación, Rusia, Stratcom Task Force, democracia

---

## **RESUMEN**

La Unión Europea (UE) se ha visto especialmente dañada internamente por campañas de desinformación que han cuestionado su legislación y sus mismos valores. Las distintas operaciones desinformativas y la incapacidad comunicativa de las instituciones de la Unión Europea han generado un sentimiento de alarma en Bruselas. Apenas un año antes de la celebración de las elecciones al Parlamento Europeo, Europa ha concentrado muchos de sus esfuerzos en hacer frente al desafío desinformativo, generando nuevas estrategias y grupos de trabajo como el Stratcom Task Force o el grupo de expertos de la Comisión Europea.

# **GUERRAS DESINFORMATIVAS EN POLÍTICA INTERNACIONAL: LAS CAMPAÑAS RUSAS Y LA REACCIÓN OCCIDENTAL**

## **1. Introducción**

Desde la Guerra Fría hasta nuestros días, los países occidentales han experimentado un gran desafío a su agenda política, a la seguridad nacional y a sus retos y objetivos. Durante las últimas décadas, el sistema internacional actual ha experimentado cómo la desinformación se posiciona como una de las amenazas más importantes para la defensa nacional e internacional, la seguridad y la gobernabilidad. Al ser la desinformación un instrumento ampliamente conocido y utilizado en el pasado por las grandes potencias para ampliar su influencia, el contexto actual en el que la información se puede reunir y compartir con relativa facilidad ha propiciado y favorecido la fusión de este fenómeno, que sin lugar a dudas implica una clara amenaza para los agentes estatales y no estatales en los que prevalecen los valores de la democracia, el Estado de derecho y la libertad. Como muchos académicos, analistas y oficiales de seguridad han indicado en los últimos años, la desinformación es ya un elemento clave de estudio y una amenaza en multitud de ámbitos.

De hecho, una de las principales consecuencias de la aparición de Internet está relacionada con la cuestión de la vulnerabilidad. El acceso a una mayor cantidad de información gracias a los nuevos medios de comunicación, ha sido contraproducente en el sentido de que en la actualidad las personas no suelen captar y/o comparar la información que reciben. Por lo tanto, se vuelven aún más vulnerables a la información manipulada que eventualmente les hace pensar o actuar de una manera particular. Esto se ve fomentado por el hecho de que los medios sociales difuminan la distinción entre productor y consumidor, permitiéndonos crear nuestras propias piezas de información sin ningún tipo de filtro. Este proceso se complementa con nuestra capacidad de compartir la información que hemos visto aunque sabemos que no es cierta.

La Federación Rusa está llevando a cabo una de las campañas de desinformación más conocidas, incisivas y complejas de la actualidad. Esa actuación desafía diferentes frentes, teniendo como objetivos las sociedades occidentales y sus instituciones nacionales. Por ejemplo, las elecciones que tuvieron lugar en Estados Unidos en 2016 o las campañas electorales en Europa del Este son muestra de la interferencia de Rusia.

La Unión Europea (UE) se ha visto especialmente dañada internamente debido a esta circunstancia, ya que su legislación y sus valores están siendo cuestionados. La variedad de campañas de desinformación y la incapacidad comunicativa de las instituciones de la Unión Europea han generado un sentimiento de alarma en las oficinas de Bruselas. Apenas un año antes de la celebración de la elección del

Parlamento Europeo, Europa ha concentrado la mayor parte de sus esfuerzos en afrontar la cuestión de la desinformación, generando nuevas estrategias, retos, objetivos y talleres como el Task Force Stratcom o el grupo de expertos de la Comisión Europea.

## **2. La nueva era de la comunicación**

Hoy desinformar se ha tornado en una tarea sumamente sencilla. Sin duda, el ecosistema informativo en el que vivimos actualmente, donde tanto las redes sociales como los medios de comunicación de masas toman el papel protagonista a la hora de informar a la población, desarrolla el clima propicio para el auge de la desinformación.

De hecho, algunos de los efectos más conocidos de las redes sociales son los siguientes. Por un lado, han difuminado la línea que separa al consumidor del productor. Esto ha estado provocado por la capacidad que las redes sociales generan de producir la propia información, sin importar si es falsa o no. Por otro lado, la abundancia de información ha repercutido negativamente en los individuos. Ahora es más difícil que antes, con los medios tradicionales, conseguir que la gente profundice en la información que recibe y que la contraste para comprobar si, en efecto, tal noticia es verdadera o no. Todo esto, unido a la capacidad de compartir todo tipo de información, sea falsa o no, ha generado un círculo vicioso en donde el criterio de la verdad, y por tanto el interés por descubrirla, se ve reducido sustancialmente (Bonaño Serrano, 2015).

Del uso sin criterio de estos medios de comunicación se derivan dos consecuencias fundamentales: por un lado, se genera desinformación, que resulta en tergiversar la realidad para hacerla coincidir con los intereses privados de ciertas organizaciones y gobiernos. Por otro lado, se da el fenómeno denominado “la intoxicación”. Así se expresa la dificultad existente de obtener información relevante, seria y contrastada por parte de los medios de comunicación, en especial las redes sociales, los cuáles ahogan al consumidor con ruido e irrelevancia. Debido a los efectos que la información sin criterio genera en la sociedad, los Estados y organizaciones internacionales, entre ellas la Unión Europea, se han puesto en marcha para desarrollar una estrategia eficiente que no sólo contrarreste la información falsa proveniente de Estados rivales, sino que también sea capaz de generar una corriente alternativa de información a través de la cual se resalten las verdaderas virtudes de la organización afectada.

## **3. Aproximación histórica**

A la hora de intentar entender el complejo problema de la desinformación, debemos mirar con interés hacia el pasado y estudiar los procesos históricos que han sido adulterados mediante campañas de desinformación. Identificar estos momentos no solamente requiere un amplísimo conocimiento acerca de la historia sino que se ha de poseer una alta capacidad analítica para poder deducir la forma en que estas campañas

han sido introducidas. Ningún ámbito o estrato social ha quedado exento del mal de la desinformación a lo largo de la historia. La polivalencia con la que se pueden emprender acciones dispuestas a generar desinformación han hecho esto último posible. De este modo nos encontramos a lo largo de la historia con diferentes y variadas formas de desinformación, cada una con sus propias características y singularidades lo que dificulta todavía más el estudio de estos hechos (Matz, 2014).

Actualmente las campañas o procesos electorales son un claro objetivo de aquellos actores dispuestos a generar y propagar desinformación. Son sin duda un blanco eficiente y rentable a la hora de generar paranoia y desconfianza en la sociedad, pero en realidad no supone una práctica novedosa. Las elecciones del año 1924 en Reino Unido estuvieron sin duda marcadas por la famosa “Carta de Zinoviev”. Este documento aparentemente escrito por el oficial soviético de alto rango Gregori Zinoviev fue publicado por la prensa inglesa cuando apenas faltaban 4 días para la celebración de los comicios. La carta estaba dirigida al “Comité Central del Partido Comunista de Gran Bretaña” (CPGB, en inglés) y su contenido animaba a ambos países a establecer relaciones, con el objetivo por un lado de fortalecer el movimiento obrero internacional y por otro de promover la ideas básicas de la revolución soviética en el Reino Unido y sus colonias. La carta, publicada por el diario británico de corte conservador Daily Mail, surgió en un momento de alta tensión entre ambos Estados y afectó principalmente a MacDonald, *premier* del Partido Laborista. Pese a que dos días más tarde el mismo Zinoviev desmintió la veracidad del documento, las elecciones ya estaban claramente decantadas en favor del Partido Conservador, que obtuvo una clara mayoría en la cámara de los Comunes beneficiado por el colapso del Partido Liberal. La interpretación contemporánea apunta a una organización pro-monárquica rusa como posible autora del famoso documento. Dejando a un lado la autoría de la carta, es evidente es que este documento jugó un papel esencial en el desarrollo de las elecciones británicas de 1924.

### Operación Bodyguard

En 1943, durante la segunda Guerra Mundial, los líderes militares de los Aliados desarrollaron una estrategia para invadir las zonas costeras de Europa occidental, que en ese momento estaban en manos de las potencias del Eje. La “Operación Overlord” para la invasión de las playas de Normandía se llevó a cabo en verano de 1944. Antes de que la operación se pusiese en marcha, los comandantes aliados desarrollaron una estrategia cuyo fin último era el de generar confusión y desinformación en las altas esferas de comando alemán. Se les hizo creer que la operación se realizaría más al norte de lo que realmente sucedió. La Operación Overlord tuvo éxito gracias a la perspicaz y astuta planificación de la Operación Bodyguard (García Barcala, 2017).

La operación Bodyguard fue el paraguas de una gran cantidad de acciones cuyo objetivo era engañar a los altos mandos alemanes para evitar que conocieran el lugar y el momento de la invasión de Normandía. El proyecto fue presentado al Alto Mando Aliado en la Conferencia de Teherán a finales de noviembre de 1943, y fue aprobado unos días después.

La operación con mayor protagonismo e importancia dentro de Bodyguard fue la Operación Fortitude, que se llevó a cabo tanto en el Mediterráneo como en las costas del norte de Francia, como Calais. Los principales objetivos de Fortitude fueron hacer creer a los alemanes que Pas de Calais era el punto escogido para la invasión aliada y tratar de distraer a los refuerzos alemanes para mantenerlos alejados de Normandía durante 14 días. La campaña fue dirigida por dos agentes noruegos que se pasaron a los Aliados, Mutt y Jeff; ambos dirigieron información falsa (parcialmente) a los alemanes haciéndoles creer que iban a invadir Noruega. Según lo declarado por el Comando del Aire y el "Staff College" en el Reino Unido (2001), las fuerzas militares Aliadas llevaron a cabo bombardeos y sabotajes en territorio noruego, y reforzaron las patrullas navales en sus costas (un ejercicio habitual cuando tu objetivo es la invasión); los agentes británicos también compraron bonos noruegos del mercado bursátil, simulando la expectativa de una invasión aliada de Noruega; finalmente aumentaron las comunicaciones de radio militares con mensajes pregrabados para que la Wehrmacht estuviera en alerta máxima en esa región. La Operación Bodyguard fue exitosa, permitiendo al alto comando Aliado proceder con la invasión de Europa (Tavares, 2001).

La carta de Zinoviev y la Operación Bodyguard supusieron una novedad. Históricamente el papel de la desinformación había sido reivindicado por los medios y los gobiernos, especialmente los servicios de inteligencia, y la guerra de información se llevó a cabo de maneras mucho más dispares, centradas en la propaganda dirigida a civiles y personal militar, ambos con objetivos diferentes. Los medios usados también eran radicalmente diferentes; por ejemplo, al personal militar se le encomendaba la labor de desinformar por medio de la distribución de panfletos tirados desde los aviones a un campo de batalla. Para la sociedad civil los movimientos tanto políticos como religiosos jugaban un papel fundamental. Ya antes del siglo XIX hubo casos de desinformación, pero la falta de documentación recopilada y el deficiente estado de las comunicaciones en ese momento hacen que la tarea de estudiar la guerra de información sea especialmente complicada. El siglo XX puede considerarse como el punto de referencia para el estudio de la guerra de la información tal y como la entendemos actualmente, teniendo en cuenta las dos guerras mundiales, la guerra fría y otros acontecimientos históricamente importantes (United States Department of State, 1981).

El último caso de guerra de la información puede considerarse como el momento en el que los servicios de inteligencia nacionales producen noticias falsas y realizan campañas de desinformación a través de sus propias fronteras. Este tipo de acciones fueron especialmente comunes durante la Guerra Fría, principalmente lideradas por el KGB soviético. El hombre detrás de la estrategia fue Józef Unslight, que diseñó una oficina de desinformación especial para llevar a cabo operaciones de inteligencia activa con el fin de manipular el sistema de inteligencia de un Estado mediante la inyección de datos creíbles pero engañosos. La Agencia Central de Inteligencia estadounidense, en un documento publicado en 2006 con el título "Falsificación, Desinformación, Operaciones Políticas", detalla cómo operaba la Unión Soviética para desestabilizar a Estados Unidos. Las "medidas activas" soviéticas (acciones de guerra política utilizada por los servicios de seguridad soviéticos y rusos) incluyeron:

- Desinformación escrita u oral.
- Esfuerzos para controlar los medios de comunicación en otros Estados.
- Uso de partidos con afinidad política e ideológica.
- Emisión de radio clandestina.
- Chantaje personal y económico.
- Operaciones de influencia política.

Durante muchos años, la CIA siguió luchando, supervisando y contrarrestando las diferentes operaciones de la Unión Soviética. La desinformación es un tema de capital importancia hoy en día, pero para poder comprender las consecuencias que actualmente tiene debemos estudiar los antecedentes históricos con el objetivo último de desarrollar reflexiones y pensamientos que finalmente desemboquen en estrategias y planes de acción (Milosevich-Juaristi, 2017).

### Conflictos en la actualidad

La desinformación rusa ha sido objeto de estudio y cobertura por parte de los medios de comunicación, grupos de reflexión y fuentes alternativas de noticias. En un análisis de 2017 el Real Instituto Elcano señala la desinformación como parte de la política exterior de Rusia, cuyo objetivo es ganar ejercer influencia a través del poder blando sobre los países de Europa del Este, especialmente sus vecinos más directos. El Instituto Elcano establece tres formas en que la desinformación rusa se lleva a cabo:

- La desinformación interna rusa, dirigida a sus propios ciudadanos.
- Desinformación dirigida a los antiguos ciudadanos y Estados soviéticos.
- La desinformación como punto de vista alternativo dirigido a los países europeos, principalmente la Unión Europea, y a Estados Unidos.

Podemos estar de acuerdo, pues, en que la desinformación puede utilizarse con vista a muchos objetivos. Por ello, hemos tratado de resaltar brevemente algunas de las diferentes campañas de desinformación que se han llevado a cabo a lo largo del siglo XX, especialmente en períodos de guerra o de tensiones políticas por parte de diferentes países. Muchos analistas, tanto civiles como militares, están de acuerdo en que es una técnica de guerra que los gobiernos a menudo llevan a cabo con objetivos externos o internos. Hoy se pueden ver en Internet muchos casos de guerra de desinformación, especialmente en los países occidentales. Tal vez los principales casos que los medios

de comunicación cubren hoy en día sean un ejemplo para estudios posteriores de desinformación en el futuro.

#### **4. Las campañas de desinformación rusas**

Las injerencias rusas han jugado un papel determinante a la hora de generar confusión y desinformación; son muchos los casos que se pueden mencionar al respecto. Por ejemplo, las interferencias rusas en las elecciones estadounidenses de 2016 (aún en período de investigación), el conflicto catalán en España, el Brexit... Nos centraremos en el denominado "caso Lisa", que puede ayudar a comprender la desinformación rusa. En este caso estuvieron involucrados diferentes tipos de medios de comunicación, incluido RT. El caso Lisa relataba una historia (falsa) en la que, según lo publicado, una mujer fue violada por migrantes árabes. El objetivo principal de esta campaña fue el conjunto de la sociedad alemana y los sectores conservadores europeos. El propósito era promover una actitud contraria a la afluencia de refugiados y mostrar la disfuncionalidad entre los gobiernos europeos. El caso enfrentó a las autoridades de Rusia y a las de Alemania, y a estas con la opinión pública del propio país (Russian Council, 2017).

En el "caso Lisa" los medios de noticias rusos no consiguieron afectar a toda la opinión pública por igual, sino que obtuvieron una mayor incidencia en sectores nacionalistas y populistas. La campaña se realizó a través de websites, blogs, páginas en *streaming*, televisión y radio, incluyendo diversos medios alternativos. La forma en la que se realizó la campaña fue la siguiente:

- Primero, la puesta en escena de una víctima "real" en First Russian TV, la televisión principal de Rusia. La víctima era mitad alemana, mitad rusa.
- Luego fue promovido por RT, Sputnik News y RT Deutsch, todos vinculados a Rusia.
- El tercer paso se llevó a cabo en las redes sociales, que distribuyeron la información a través de Internet.
- El cuarto paso, similar al tercero, consistió en el rol que jugaron, en las redes sociales, los grupos neonazis.
- El siguiente movimiento fue protagonizado por los medios de comunicación alemanes que mostraron e informaron acerca del caso.
- Finalmente, a nivel político, el ministro de Asuntos Exteriores de Rusia, Sergei Lavrov, hizo dos declaraciones públicas acusando a Alemania de incapacidad policial y judicial para actuar correctamente, por temor a una acusación de racismo o xenofobia.

Tras una filtración que identificó a Rusia como el instigador del caso, se produjo cierta tensión entre Alemania y Rusia, pero pronto el ministro alemán de Asuntos Exteriores presentó el caso como una ocasión para mejorar las relaciones bilaterales entre ambos países.

## **5. Reacción occidental**

El aparato y las estrategias comunicativas de la Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN) tienen su origen en pleno apogeo de la Guerra Fría, durante la cual la URSS desarrolló instituciones dedicadas sola y exclusivamente a difundir propaganda comunista. Una de las instituciones clave en esta tarea es, sin duda alguna, el Kominform (Oficina de Información de los Partidos Comunistas y Obreros), creado en 1947. El Kominform, junto con el Comintern, hicieron posible el control total de los Estados-satélites que dependían de la URSS y a la vez generaron campañas de desinformación capaces de generar división y confrontación dentro de las potencias occidentales, especialmente las europeas, como se pudo ver en los procesos electorales realizados tras el desenlace de la Segunda Guerra Mundial. Esto generó una clara sensación de alarma y preocupación dentro de las potencias europeas. Como respuesta, la OTAN creó en 1950 el Programa para el Desarrollo de los Sistemas Nacionales de Información (NATIS, por sus siglas en inglés), el cual tenía por misión promover información positiva acerca de los valores de la OTAN y de los beneficios que esta otorgaba a los países miembros de la organización. Su principal objetivo eran los países que veían peligrar su sistema democrático por el auge de partidos comunistas prosoviéticos. Pese a que se consiguió crear una gran campaña informativa propia, no se llegaron a cumplir los objetivos establecidos, debido a la falta de esfuerzos por parte de los Estados miembros, las limitaciones que ponían al trabajo y la ausencia de un presupuesto propio para financiar las actividades. Además, los Estados europeos no veían con agrado esa centralización de esfuerzos, ya que consideraban que cada Estado tenía la capacidad de desarrollar campañas informativas propias capaces de contrarrestar la desinformación rusa (NATO, 2006).

En la actualidad, el organismo de la OTAN encargado de la lucha contra la desinformación es el Stratcom Center of Excellence (Stratcom CoE), con base en Riga (Letonia). Está formado por 23 miembros, repartidos entre una sección administrativa y otra académica, y cuenta con el apoyo de instituciones privadas y de los ejércitos nacionales. El centro publica la Revista de Comunicación Estratégica de Defensa. Sus principales actividades a la hora de contrarrestar las campañas informativas son hacer un análisis de la situación actual en relación a la desinformación, por un lado, y, por otro lado, crear productos propios que ayuden a crear una narrativa diferente, ayudando además a terceros en esta tarea.

Sin ninguna duda la OTAN juega un papel fundamental a la hora de elaborar propuestas y estrategias que combatan los ataques que han estado sufriendo nuestras sociedades democráticas y libres. Pero lo que también es evidente es que la

cooperación y ayuda entre instituciones y organizaciones occidentales es necesaria para elaborar una estrategia completamente efectiva, pues la OTAN por sí sola no podrá hacer frente a la desinformación. La Unión Europea tiene el deber de elaborar un plan estratégico común e independiente al de la OTAN, pero que a la vez sirva de ayuda y de apoyo a las acciones llevadas a cabo por el Stratcom CoE.

### Stratcom Task Force

Como se ha podido ver anteriormente, la desinformación no es algo propio del siglo XXI. Sin embargo, esta se está convirtiendo en uno de los principales caballos de batalla del presente siglo. Esto es así debido a la creciente influencia que la desinformación está teniendo ya no sólo en el ámbito político u institucional sino que está penetrando todas las capas de la sociedad, llegando incluso a alterar el día a día en las sociedades democráticas.

Es principalmente por este motivo, y además por el temor real de que la desinformación proveniente de Estados enemigos pueda poner en riesgo la estabilidad y seguridad de una región entera, que la Unión Europea lanzó en 2015 el proyecto conocido como East Stratcom Task Force. De hecho, hasta ese mismo momento, en la Unión Europea no existía ningún órgano encargado específicamente de hacer frente a las campañas de desinformación de los países vecinos que intentaban dañar su imagen y tergiversar los valores que la Unión Europea tanto se esfuerza en transmitir. Si bien es cierto que se le podría considerar al Centro de Inteligencia y de Situación de la Unión Europea (EU INTCEN) como pionero en el análisis de situación de países potencialmente “amenazadores” para la UE, lo cierto es que la lucha contra la desinformación no era, ni de lejos, su cometido principal (Díaz-Caneja Greciano, 2014).

La ausencia de una estrategia conjunta para combatir las campañas promotoras de desinformación ha sido uno de los principales motivos por los que la desinformación ha llegado a repercutir de forma tan significativa en la Unión Europea, llegando incluso a generar dudas acerca de sus valores y políticas fundamentales. Y es que si hay algo que poseen en común todas estas acciones o campañas de desinformación es que su objetivo principal es atacar la propia identidad europea y a los ciudadanos que la poseen. La lenta y desorganizada respuesta de los Estados miembros no ha hecho otra cosa que facilitar el trabajo a este tipo de campañas, ya que han permitido mediante sus evidentes carencias comunicativas y educativas la creación de una sociedad inmadura y emotiva que sacrifica la verdad objetiva en favor de una verosimilitud subjetiva y dividida.

De este modo y por la sensación de temor real que se respira en Bruselas, los jefes de Estado y de Gobierno de sus respectivos Estados miembros incluyeron en las conclusiones de marzo de 2015 el encargo a la Alta Representante, Federica Mogherini, de elaborar un Plan de Acción Estratégico Comunicativo que permitiese hacer frente a las campañas desinformativas (European Council, 2015).

En Junio de ese mismo año la Alta Representante presentó su Plan de Acción, cuyos objetivos están previstos para el largo plazo. Como ya se ha mencionado, el objetivo último es hacer frente a las campañas de desinformación de los países vecinos que desestabilizan la Unión Europea. Para su consecución, se detallan los objetivos específicos que componen esta estrategia. Por un lado, se pretende promover los valores de la Unión en los países vecinos por medio de la “comunicación proactiva de las políticas y actividades de la Unión en los países del Este y más allá”; en segundo lugar, se pretende dar un impulso a los medios de comunicación independientes para favorecer un clima de comunicación más riguroso y objetivo, alejado de teorías conspiratorias fomentadas por los países vecinos para dañar la UE; por último, se pretende que, a través del Stratcom, se incremente la advertencia pública ante la aparición de campañas desinformativas y que eso, consecuentemente, ayude a incrementar la capacidad y legitimidad del propio Stratcom en la lucha ante este tipo de prácticas (EU Strategic Communication With a View to Counteracting Propaganda, 2016).

Para su consecución, Mogherini puso en marcha un equipo de expertos, integrado en la estructura organizativa de la EEAS y encargado de los objetivos antes mencionados, denominado East Stratcom Task Force. A diferencia del Arab Stratcom Task Force, este equipo se ocupa de cuestiones relacionadas con los países al este de la Unión (Mogherini, 2015). En la actualidad, el Stratcom Team cuenta con 14 expertos dedicados exclusivamente a esta tarea, con experiencia en el ámbito de la comunicación y dominio de distintos idiomas, incluido el ruso, dado el especial foco puesto en Rusia. A pesar de ser una organización creada recientemente, el Stratcom ya tiene operativa una página web en la que la propia Unión Europea desmiente la desinformación lanzada por Rusia en un intento de socavar su cohesión y con ello la estabilidad en el continente europeo<sup>1</sup> (European External Action Service).

Empero, no es oro todo lo que reluce. La estrategia comunicativa del Stratcom ha resultado ser un tanto ineficiente ya que la forma y el contenido no se ajustan a las necesidades del público afectado. Para empezar, múltiples son los videos en donde se muestra la labor del Stratcom. Sin embargo, todos ellos muestran la desinformación en un tono infantil, como si los que estuviesen viendo el video fueran personas que jamás hubieran escuchado hablar sobre la existencia de la desinformación. Además, el fallo comunicativo resulta evidente ya que tras más de tres años de existencia la información que se encuentra en su página web desmintiendo la desinformación, mayoritariamente rusa, se encuentra únicamente disponible en tres idiomas: ruso, inglés y alemán. De esta manera, parece que la propia Unión Europea, o bien no quiere que los demás países de la Unión se enteren de las campañas de desinformación, o bien no cree que dichas campañas afecten a otros países diferentes de los expuestos anteriormente. Esto último resulta paradójico si se recuerda que, a consecuencia de las campañas de desinformación sufridas durante las elecciones de 2017, el presidente de Francia, Emmanuel Macron, pondrá en marcha una ley por la cual los jueces franceses podrán vetar aquella información que resulte sospechosa de ser total o parcialmente falsa. Todo ello sin pasar por alto la posibilidad de que los dirigentes de la Unión crean que, gracias al espacio de libertad, justicia y seguridad creado a través del proyecto supranacional,

---

<sup>1</sup> A este respecto, véase (<https://euvsdisinfo.eu/>)

todos los habitantes dentro de ella entienden, al menos, uno de los tres idiomas en los que está disponible la página web del Stratcom en respuesta a la desinformación.

### La Dotación Europea para la Democracia y la Política Europea de Vecindad

Si bien el Stratcom es el organismo especializado en la detección y aniquilación de la desinformación centrada en la desestabilización del proyecto europeo, su acción se encuentra, a su vez, repartida en otros organismos especializados. Dos de las organizaciones más importantes en este sentido son, por un lado, la llamada “Dotación Europea para la Democracia” (EED, por sus siglas en inglés) y, por otro, la Política Europea de Vecindad (PEV).

El EED es una organización con sede en Bruselas, que en su creación en 2013 estuvo encabezada por la ex-Alta Representante Catherine Ashton. En sus inicios, el EED fue concebido como un proyecto político conjunto entre los entonces Estados miembros de la Unión y las instituciones de la Unión Europea en sí. Esta organización, dotada actualmente con un presupuesto de 14 millones de euros al año, tiene como objetivo principal garantizar el apoyo a activistas en pro de una transición democrática en los países vecinos de la Unión para su ampliación, así como del fomento allí de los derechos humanos y de las libertades individuales.

La PEV forma parte de una estrategia esbozada por la Comisión Europea en 2003 y puesta en marcha al año siguiente. Su objetivo consiste en servir de vehículo para la transmisión y adopción de los valores vinculados a la Unión Europea por parte de los países vecinos de esta. Así, la PEV busca establecer un nuevo marco de relaciones con estos países a fin de lograr la disminución de la brecha socioeconómica entre la UE y estos países; consolidar el Estado de Derecho y la buena gobernanza; fomentar los derechos y libertades fundamentales, y trabajar en la consecución de los Objetivos de Desarrollo de Naciones Unidas. Todo ello con el objetivo último de “crear y consolidar un espacio de estabilidad para dar una respuesta conjunta a los desafíos comunes” y evitar la desestabilización del proyecto europeo. Esto se conseguirá, según la Unión, gracias al trabajo conjunto en una serie de cuestiones sectoriales entre las que se incluyen la denominada “sociedad de la información”, donde la Unión tiene previsto lidiar con la información falsa que se genera en los países vecinos y que pretenden atacar su cimientos normativos (European Union, 2013).

Del análisis de ambas organizaciones se pueden hacer dos comentarios bien diferenciados. Por un lado, se aprecia claramente que estos valores por los que abogan ambas *estrategias comunicativas* son los mismos que predominan en el mundo occidental y que, precisamente, no predominan en los países del este, entre ellos Rusia<sup>2</sup>. Son los valores que están presentes en los tratados constitucionales de la Unión, según

---

<sup>2</sup> El caso de Rusia es diferente en el EED y en la PEV. Con el primero la UE actúa unilateralmente en el fomento de sus valores. Sin embargo, la segunda estrategia requiere que los Estados a los que la UE considera “vecinos” presenten candidatura formal a formar parte de ésta. Por su parte, Rusia ya ha declinado formar parte en la PEV ya que, dicen, la entrada en la PEV les dejaría en inferioridad a la hora de negociar otros acuerdos bilaterales, los cuales prefieren negociarlos en igualdad de condiciones.

los artículos 2 y 3 del Tratado de la Unión Europea (TUE). Por tanto, se concluye que el ataque a través de medios desinformativos supone un ataque directo al corazón de la Unión y, por ello, de su estabilidad. Por este motivo la UE no se puede permitir que se dude de los valores por los que, de hecho, fue creada.

Por lo mencionado anteriormente, resulta clave en la estrategia de la Unión Europea la fundación de entidades que contribuyan tanto al combate de información falsa que va contra sus valores fundadores, como al apoyo de organizaciones privadas que luchan en favor del fomento de dichos valores, relativos a un proceso democrático, pacífico, solidario y duradero.

## **6. Conclusión**

A lo largo de este análisis hemos intentado contextualizar y esclarecer el arduo esfuerzo que la UE está llevando a cabo para acabar con el fenómeno de la desinformación. En este proceso explicativo nos hemos centrado primero en facilitar una sencilla, pero a la vez firme, definición de lo que la desinformación significa. Para ello hemos realizado una necesaria visión histórica del problema, además de explicar casos significativos que tuvieron una importancia vital en el pasado, como la “Operación Bodyguard” (de carácter militar) o “la Carta de Zinoviev” (de carácter político). Nuestro principal objetivo es el de generar un contexto, en este caso histórico, donde se pueda localizar al problema de la desinformación y a partir de ahí poder empezar a desarrollar un proceso de estudio. Ya que el principal problema que nos hemos encontrado a la hora de realizar un análisis académico es el de la falta de bases empíricas. Es más, consideramos que esta ausencia de conocimiento es una de las principales fuentes de alimentación de las campañas de desinformación. Esto último, junto a la nueva era comunicativa, donde la información se ha democratizado completamente, ha allanado completamente el camino a quienes quieran beneficiarse de esta situación de debilidad de nuestras sociedades.

Sin embargo, y a pesar del grave problema que supone tanto a nivel internacional como nacional, este asunto ha sido muy difícil de detectar. Hasta 2016 la UE no había sido consciente de la magnitud del problema. A raíz de las injerencias rusas en el Brexit (que no dieron los resultados deseados) y en las elecciones presidenciales francesas un año más tarde, la UE vio cómo sus pilares se tambaleaban y su propia identidad era discutida y cuestionada. Pese a la gravedad del problema apenas fue capaz de identificar al autor de estas injerencias, en parte por lo fácil que es camuflar sus orígenes, y mucho menos de organizar una respuesta compartida por los Estados miembros. Sin embargo, en el último semestre de 2017 se dio un vuelco a esta situación y la Unión ha intensificado el trabajo a fin de combatir el problema de la desinformación. El trabajo del Stratcom Task Force se ha visto claramente fortalecido y aunque es cierto que este último aún posee muchos huecos por cubrir, como por ejemplo las lenguas en las que su sitio web se encuentra disponible, sí podemos observar un intento por parte de la Unión Europea de dotar de más relevancia e importancia a su cometido que hasta ahora había sido bastante limitado. Otra de las

grandes noticias que trajo consigo la entrada del año 2018 fue la creación por parte de la Comisión Europea de un grupo de expertos encargados de combatir la desinformación y las noticias falsas.

De esta manera, el pasado mes de enero la Comisión Europea tomó la decisión de formar un grupo de expertos de diferentes ámbitos, tanto profesionales como académicos, cuyo objetivo último es el de elaborar un plan de acción para combatir y contrarrestar los efectos negativos que la desinformación genera en nuestra sociedad. Este grupo de expertos está presidido por Madeleine de Cock Buning que tiene bajo su responsabilidad la difícil tarea de generar un consenso dentro de este grupo de expertos. Como antes indicamos, una de las características principales de este proyecto es la heterogeneidad de sus miembros, el grupo está formado tanto por excelentes académicos del mundo de las comunicaciones como por grandes personalidades del ámbito profesional; desde periodistas expertos en la materia hasta miembros destacados de las empresas GAFa (Google, Apple, Facebook y Amazon). Sin duda su diversidad es uno de los principales puntos fuertes del grupo y añade un valor inigualable a su trabajo. En marzo de este mismo año, tras solo dos meses de trabajo, se consiguieron establecer unos primeros 6 puntos que servirán como guía para el desarrollo futuro de una estrategia o plan de acción compartido. Las 6 recomendaciones son las siguientes:

1. Abandono del término de “fake news”, considerado inadecuado.
2. Mayor financiación para medios informativos independientes, verificación de datos y una necesaria y capital alfabetización mediática. Este último punto es esencial, como hemos indicado en los párrafos anteriores, pues el desconocimiento social que existe en relación a la desinformación es altamente dañino. Incluso existen estudios que indican que el volumen de noticias falsas ha aumentado en un 365% en los últimos años y que en 2022 el ciudadano medio Europeo consumirá más noticias falsas que verdaderas. Estos datos sin duda hace que una inversión en educación sea completamente primordial.
3. Necesidad de que las empresas compartan datos. La UE se ha de mantener firme ante este tema controvertido; compartir datos se ha de convertir en una obligación para las empresas hacia las que va dirigida esta recomendación.
4. Llamamiento a compartir datos por parte de las empresas públicas.
5. Creación de una red de centros de investigación propios de la Unión Europea y completamente independientes de cualquier otra institución o Estado.
6. Importancia de generar ambientes de colaboración y ayuda que involucren todos los actores implicados basándose en la propia esencia del grupo.

Lo que sin duda se observa en estas 6 recomendaciones es tanto el esfuerzo por parte de la UE de generar una respuesta sólida al problema de la desinformación, como el hecho de que, debido “novedad” de este, el esfuerzo se encuentra aún en procesos previos e iniciales. Todavía queda mucho camino por recorrer y obstáculos que superar

antes de poder hablar de una solución a este problema. Sin embargo, próximamente se avecina un momento clave (a la vez que esperanzador): las elecciones al Parlamento Europeo de 2019. Los comicios europeos representarán un antes y un después en la vida de la Unión: podríamos estar hablando de la gran victoria de la Europa post-Brexit o, por el contrario, de una hiriente y catastrófica derrota (European Commission, 2018)

## BIBLIOGRAFIA

- Bonaño Serrano, J. L. (2015). *Las redes sociales como fuente de desinformación*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Díaz-Caneja Greciano, J. M. (2014). *La cooperación de Inteligencia de la Unión Europea*. Instituto Español de Estudios Estratégicos.
- EU Strategic Communication With a View to Counteracting Propaganda*. (2016).
- European Commission. (2018, April 26). *European Commission: Press Release Database*. Retrieved May 08, 2018, from European Commission: Press Release Database: [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-18-3370\\_es.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-3370_es.htm)
- European Council. (2015). *Decision*. Brussels.
- European External Action Service. (n.d.). *Questions and Answers about the East StratCom Task Force*. Retrieved May 08, 2018, from Questions and Answers about the East StratCom Task Force: [https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage\\_es/2116/%20Questions%20and%20Answers%20about%20the%20East%20StratCom%20Task%20Force](https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage_es/2116/%20Questions%20and%20Answers%20about%20the%20East%20StratCom%20Task%20Force)
- European Union. (2013). *European Endowment for Democracy*.
- García Barcala, J. (2017, January 10). *Ciencia Histórica*. Retrieved May 08, 2018, from Ciencia Histórica: <http://www.cienciahistorica.com/2017/01/10/operacion-bodyguard-arte-del-engano/>
- Matz, J. (2014, June 17). *Intelligence and disinformation in World War II and the early Cold War 1943–48: Stachowiak alias Drauschke alias Donoa, his intelligence activities in Sweden and Denmark, and the Raoul Wallenberg case*. Retrieved May 08, 2018, from Intelligence and disinformation in World War II and the early Cold War 1943–48: Stachowiak alias Drauschke alias Donoa, his intelligence activities in Sweden and Denmark, and the Raoul Wallenberg case: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/16161262.2014.973170?journalCode=rjih20&>
- Milosevich-Juaristi, M. (2017, April). *Instituto Elcano*. Retrieved May 08, 2018, from Instituto Elcano: [http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano\\_es/contenido?WCM\\_GLOBAL\\_](http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_)

CONTEXT=/elcano/elcano\_es/zonas\_es/ari7-2017-milosevichjuaristi-poder-influencia-rusa-desinformacion

Mogherini, F. (2015). *Action Plan on Strategic Communication*.

NATO. (2006). Retrieved from <http://redined.mecd.gob.es/xmlui/bitstream/handle/11162/91522/00820093002336.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

*Operation Fortitude: preparations for the Normandy landing*. (n.d.). Retrieved May 08, 2018, from Operation Fortitude: preparations for the Normandy landing: <http://www.dday-overlord.com/en/d-day/preparations/operation-fortitude>

Russian Council. (December de 2017). *Russia's Foreign Policy: Looking Towards 2018*. Recuperado el 08 de May de 2018, de Russia's Foreign Policy: Looking Towards 2018: <http://russiancouncil.ru/en/forecast2018>

Tavares, E. (2001). *Operation Fortitude: the closed loop d-day deception plan*.

United States Department of State. (1981). *Soviet "active measures": Foreign, disinformation, political operations*. Washington, D.C.