



# Question

Periodismo / Comunicación  
ISSN 1669-6581

Esta obra está bajo una  
Licencia Creative Commons  
Atribución-NoComercial-Compartir Igual  
4.0 Internacional



Desinformación en la UE: las políticas de Irlanda y Polonia

Amparo García-Aguilera

Question/Cuestión, Nro.75, Vol.3, Agosto 2023

ISSN: 1669-6581

URL de la Revista: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/>

IICom -FPyCS -UNLP

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e805>

## Desinformación en la UE: las políticas de Irlanda y Polonia

**Amparo García-Aguilera**

Universidad de Málaga

España

[aaguileragar@gmail.com](mailto:aaguileragar@gmail.com)

### Resumen

La lucha contra la desinformación es una línea de actuación relevante dentro de las políticas públicas desplegadas desde la Unión Europea. En esta investigación, se pretende determinar si existe relación entre las políticas de comunicación que los países de la UE aplican en materia de desinformación y la habilidad de su población para identificar *fake news*. Para ello, se toma como referencia el último Media and News del Eurobarómetro (2022) y se diseccionan las políticas implementadas por los países que ocupan la primera y la última posición en el ranking de autopercepción ciudadana sobre capacidad para detectar noticias falsas, Irlanda y Polonia, respectivamente. Aplicando la metodología cualitativa del análisis de caso, se llega a la conclusión de que no existe relación aparente entre políticas y autopercepción ciudadana, ya que en Irlanda son muy pocas las iniciativas puestas en marcha

por el Gobierno, y justo lo contrario ocurre en Polonia, que además cumple al 90% de las recomendaciones de la Comisión Europea en materia de lucha contra la desinformación.

### Abstract

The fight against disinformation is a relevant line of action within the public policies deployed by the European Union. In this research, it is intended to determine if there is a relationship between the communication policies that EU countries apply in terms of disinformation and the ability of their population to identify fake news. To this end, the latest Media and News of the Eurobarometer (2022) is taken as a reference and the policies implemented by the countries that occupy the first and last position in the ranking of citizen self-perception on the ability to detect false news, Ireland and Poland, respectively, are dissected. Applying the qualitative methodology of the case analysis, it is concluded that there is no apparent relationship between policies and citizen self-perception, since in Ireland there are very few initiatives launched by the Government, and just the opposite occurs in Poland, which also complies with 90% of the recommendations of the European Commission in the fight against disinformation.

**Palabras clave:** Desinformación; Unión Europea; Irlanda; Polonia; *fake news*

**Keywords:** disinformation, European Union, Ireland, Poland, fake news.

### Introducción

Al introducir la expresión *fake news* en el buscador de Google, el navegador ofrece en tan solo 0,35 segundos más de dos mil millones de resultados. La combinación de estas ocho letras debería, en teoría, tener poco que hacer (en cuanto a entradas) con la palabra que constituye su antítesis: información. Sin embargo, esta ofrece en la que es la mayor biblioteca del mundo, internet, unos tres mil quinientos millones de impactos: no es demasiada, por tanto, la distancia que las separa, lo que proporciona una idea de la enorme vigencia de las noticias falsas.

Acotar la aparición del término no es tarea fácil. Althius y Haiden (2018) apuntan que la invención de la imprenta hace más de 500 años trajo consigo de forma casi automática la

distribución de contenidos fraudulentos. No obstante, la expresión se globaliza en 2016 debido, en parte, a su uso por parte del mandatario estadounidense Donald Trump (Rodríguez-Fernández, 2019). Un año después, en 2017, llega a ser elegida palabra del año por el diccionario británico Collins.

Desde entonces, ha adquirido una trascendencia incuestionable. La existencia de noticias falsas —y la preocupación por sus consecuencias— forma parte de la agenda de todos los medios de comunicación a nivel global. Al mismo tiempo, las instituciones europeas emprenden acciones de manera continuada con el propósito de alertar a la sociedad y protegerla ante la difusión de bulos.

También desde los gobiernos de los países miembros se dedica tiempo al estudio de este fenómeno, lo que ha llevado al desarrollo de políticas de comunicación contra las *fake news* que, en algunos casos, superan, por ambición y alcance, a las de las autoridades europeas. Este trabajo se propone analizar las diferencias entre las políticas emprendidas por dos países integrados en la UE, Irlanda y Polonia, y realizar una comparativa con lo establecido en 2018 por el Plan de Acción contra la Desinformación de la Unión Europea, para conocer así si existe relación entre el cumplimiento de las medidas comunitarias y el control a la desinformación dentro de cada uno de esos dos países.

## Estado de la cuestión

### Aproximación conceptual

No existe una definición consensuada de la expresión *fake news*. Alemanno (2018) sostiene que el concepto cuenta con una variedad de definiciones, la mayoría de las cuales enfatizan la amplitud del término; también que, en consecuencia, no hay un acuerdo universal sobre en qué consiste.

Wardle y Derakhshan, en *Information disorder* (2017), incluyen la definición de tres términos clave del «desorden informativo» que experimenta la sociedad actual:

1. Misinformation: occurs when false information is shared, but no harm is meant.

2. Disinformation: is when false information is knowingly shared to cause harm.

3. Malinformation: is when genuine information is shared to cause harm, often by moving information designed to stay private into the public sphere (p. 26).(1)

En España, algunos académicos prefieren el uso de la palabra “bulo”. Este es definido como «todo contenido intencionadamente falso y de apariencia verdadera, concebido con el fin de engañar a la ciudadanía, y difundido públicamente por cualquier plataforma o medio de comunicación social» (Salaverría *et al.*, 2020).

Frente a estas expresiones, la Unión Europea se decanta por el uso de “desinformación”, palabra que define como «información verificablemente falsa o engañosa que se crea, presenta y divulga con fines lucrativos o para engañar deliberadamente a la población, y que puede causar un perjuicio público» (Comisión Europea, 2018a).

### **Iniciativas de la Unión Europea contra la desinformación**

Las recientes campañas de desinformación vividas en situaciones como la guerra de Siria, el derribo con misil de un vuelo comercial en Ucrania o el uso de armas químicas en el ataque de Salisbury, ilustran a las claras el peligro que representan las noticias falsas. Los primeros pasos en el seno de la UE para intentar neutralizar esta amenaza se remontan a 2015, año en el que el Consejo Europeo, a raíz de la campaña de desinformación de Rusia en Ucrania, desarrolló un plan de comunicación estratégica y creó un equipo de comunicación para esa área (Romero, 2019).

En 2016 la Comisión hizo pública una comunicación sobre las amenazas híbridas en la que advertían de que «las campañas de desinformación masiva, que recurren a los medios sociales para controlar el discurso político o para radicalizar, contratar y manipular a individuos que actúan por delegación, pueden constituir vectores de estas amenazas híbridas» (Comisión Europea, 2016). En abril del mismo año se publicó el Reglamento general de protección de datos, pero el documento creó falsas expectativas en cuanto a su potencial para impedir la desinformación y la libre disposición de datos. Se esperaba más control sobre las compañías de redes sociales y su comercio de datos, pero la entrada en vigor del reglamento mayo de 2018 solo provocó que empresas como Facebook trasladaran su domicilio social de Irlanda a

Estados Unidos y, en consecuencia, no tener que modificar en profundidad ninguno de sus términos de uso (Seijas, 2019).

La preocupación de la UE también se ha manifestado en acciones más acertadas, como la creación en 2018 del Grupo de Expertos de Alto Nivel en Noticias Falsas y Desinformación Online (oficialmente denominado High-Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation). En ese mismo año, llevó a cabo un informe que incluía recomendaciones como promover la transparencia, impulsar la alfabetización mediática o aumentar la investigación sobre la desinformación dentro de la Unión Europea (Comisión Europea, 2018b). Desde entonces, el empeño por promover la alfabetización mediática a escala comunitaria ha sido constante (Sádaba & Salaverría, 2023).

En abril de 2018 apareció *La lucha contra la desinformación en línea: un enfoque europeo*. En esta comunicación se recogen los principios y objetivos globales que, recomiendan, deben guiar las medidas contra la desinformación tomadas por los distintos Estados miembros. Así, se establecen cuatro líneas que apuestan por: 1) aumentar la transparencia; 2) promover la diversidad de la información, apoyando la alfabetización mediática; 3) fomentar la credibilidad de la información proporcionando una indicación de su fiabilidad y 4) favorecer la cooperación de las autoridades, las plataformas en línea, los anunciantes, los alertadores fiables, los periodistas y los grupos mediáticos (Comisión Europea, 2018a).

Asimismo, se han adoptado algunas recomendaciones, como la 5949 del 12 de septiembre de 2018, en la que se reclama un mayor rendimiento de cuentas por parte del ecosistema en línea y más transparencia en el origen de los mensajes (Seijas, 2019). En diciembre del mismo año, la Unión Europea presentó su Plan de Acción contra la desinformación que entraría en vigor en 2019. Los pilares de este plan eran de nuevo cuatro: 1) un aumento de los recursos destinados a poner freno a la desinformación; 2) el establecimiento de una respuesta coordinada a los ataques; 3) la obligación de las plataformas en línea de cumplir el código de buenas prácticas y 4) la creación de grupos de verificación y contraste de datos (Unión Europea, 2018b).

Dos años más tarde, en 2020, la Comisión Europea crea el Observatorio Europeo de Medios de Comunicación (European Digital Media Observatory, EDMO por sus siglas en inglés), definido como «un proyecto que apoya a la comunidad independiente que trabaja para combatir la desinformación» (EDMO, 2022). Su cometido se basa en cinco líneas de actividad: 1) mapear organizaciones de verificación de hechos; 2) mapear, apoyar y coordinar actividades de investigación sobre desinformación a nivel europeo; 3) construir un portal público que proporcione materiales destinados a aumentar la conciencia, desarrollar la resiliencia a la desinformación en línea y apoyar las campañas de alfabetización mediática; 4) diseñar un marco para garantizar el acceso seguro y protegido de la privacidad a los datos de las plataformas y 5) apoyar a las autoridades públicas en el seguimiento de las políticas implementadas (EDMO, 2022).

También en 2018 se desarrolló y puso en marcha el Código de buenas prácticas sobre desinformación por el que los principales actores de la industria se comprometieron a combatir la desinformación a través de la autorregulación (Comisión Europea, 2022). Este ha sido revisado, reforzado y presentado en 2022 como Código de buenas prácticas sobre desinformación reforzado (Strengthened Code of Practice). El nuevo prontuario responde a la guía presentada en marzo del mismo año por la Comisión en la que se abogaba por “una mayor participación con compromisos personalizados, una mejor desmonetización de la desinformación, garantizar la integridad de los servicios, mejorar el empoderamiento de los usuarios, aumentar la cobertura de la verificación de hechos y proporcionar un mayor acceso a los datos a los investigadores creando un marco de seguimiento más sólido» (Comisión Europea, 2021).

En el documento reforzado, la Comisión ha introducido 44 nuevos compromisos y 128 medidas específicas en ocho áreas diferenciadas: 1) Desmonetizar: reducir los incentivos financieros para los proveedores de desinformación; 2) Impulsar la transparencia en la publicidad política; 3) Garantizar la integridad de los servicios; 4) Empoderar a los usuarios; 5) Empoderar a los investigadores; 6) Empoderar a la comunidad de verificación de datos 7) Mejorar el centro de transparencia y grupo de trabajo; y 8) Incluir un marco de seguimiento reforzado (Comisión Europea, 2022).

## La ciudadanía europea ante la desinformación: conclusiones del Eurobarómetro

El Eurobarómetro es «the official polling instrument used by the European Parliament, the European Commission and other EU institutions and agencies to monitor regularly the state of public opinion in Europe on issues related to the European Union as well as attitudes on subjects of political or social nature» (Parlamento Europeo, 2022). En su informe anual (Media and News, 2022) dedican una sección a cuestiones relacionadas con la desinformación en la que se tratan, en primer lugar, las fuentes de información en las que más confían los ciudadanos y, en segundo lugar, aspectos relacionados con las noticias falsas. Según el propio informe, «this section looks at EU citizens' experience with disinformation and fake news and their confidence in distinguishing between real news and fake news» (Eurobarómetro, 2022).

A la pregunta «Do you feel confident that you can recognise disinformation when you encounter it?», el 12% de la población europea responde que se siente «muy segura» de poder reconocerla, el 52% «algo segura», el 25% «no muy segura» y el 5% «nada seguro» (un 6% no sabe o no contesta). Cuando se analizan las respuestas por países (figura 1), los datos muestran que España se sitúa un poco por encima de la media, con un 66% de población que cree poder reconocer la información falsa (suma de «muy seguro» y «algo seguro») (Eurobarómetro, 2022).

Q13 | Do you feel confident that you can recognise disinformation when you encounter it?

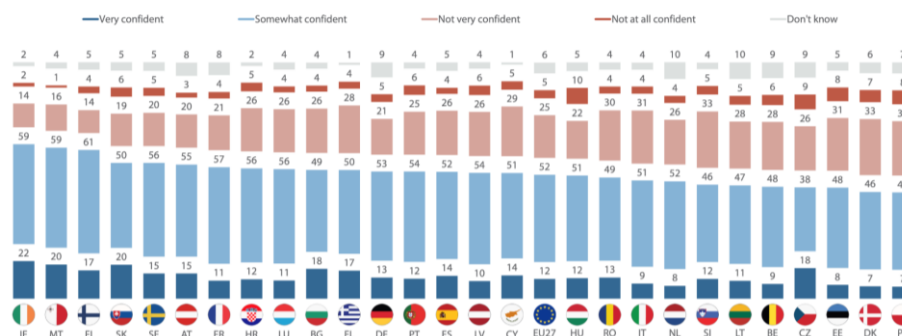


Figura 1. Respuesta por países a la pregunta “Do you feel confident that you can recognise disinformation when you encounter it?”(2) (Fuente: Eurobarómetro, 2022).

## Objetivos e hipótesis

El objetivo general de este estudio estriba en determinar si existe relación entre las políticas de comunicación que los países de la UE aplican en materia de desinformación, y la percepción que sus ciudadanos tienen sobre su capacidad para detectar posibles noticias falsas.

A partir de este propósito general, se plantean los siguientes objetivos específicos:

O1: conocer el alcance de las medidas contra la desinformación desarrolladas por la Unión Europea.

O2: analizar las políticas de lucha contra la desinformación que aplican los países de la UE, en concreto, aquellos cuyos ciudadanos, de acuerdo con el Eurobarómetro, se consideran más y menos capacitados respectivamente para detectar noticias falsas.

O3: determinar el grado de cumplimiento que los países contemplados en el O2 presentan del Plan de Acción contra la desinformación desarrollado por la Unión Europea.

A partir de estos objetivos, se formulan dos hipótesis de investigación:

H1: Un mayor número de medidas y la implementación temprana de estas repercutirá positivamente en la ciudadanía, pues se considerarán más capacitados para detectar noticias falsas.

H2: Cuanto más alineadas estén las políticas de los países analizados con el Plan de Acción de la Unión Europea, mayor será la capacidad de los ciudadanos para descartar noticias falsas.

## Metodología

Con el objetivo de analizar las políticas de comunicación de los países seleccionados, se ha escogido un método de investigación cualitativo, el estudio de caso, que consiste en una «indagación empírica que utiliza múltiples fuentes de conocimiento para investigar un fenómeno actual dentro de su contexto de vida real, y en el que las fronteras entre el fenómeno y su contexto no quedan claramente delimitadas» (Wimmer & Dominick, 1996, p. 160).



De acuerdo con Merriam (1988), las características esenciales del método son cuatro: particularismo, puesto que la indagación se focaliza en una situación, acontecimiento o fenómeno particular; descripción, que es el resultado final del análisis; explicación, ya que ayuda a comprender el suceso estudiado; e inducción, pues las conclusiones generales derivan siempre aquí de la investigación en torno a uno o varios casos particulares.

El estudio de caso tiene un inconveniente claro, que es la dificultad para extrapolar sus resultados (Wimmer y Dominick, 1996, p. 161), pero dado que el universo de nuestro estudio es limitado, pues se ciñe a los 27 estados miembros de la UE, entendemos que los resultados que se obtengan de su aplicación serán valiosos de por sí.

De acuerdo con el O2 de nuestra investigación, los países seleccionados para aplicarles el estudio de caso son aquellos que en el último *ranking* del Media and News del Eurobarómetro (2022) ocupan la primera y la última posición en cuanto a capacidad de sus ciudadanos para detectar noticias falsas, que resultan ser Irlanda y Polonia, respectivamente. En el primer caso, un 82% de la población asegura sentirse «muy segura» o «algo segura» de su capacidad de identificación de *fake news*; frente a ello, la tasa entre los ciudadanos polacos se sitúa en el 53%, la más baja de toda la UE.

## Resultados

### Políticas de comunicación en materia de desinformación en Irlanda

El Gobierno de Irlanda elaboró en noviembre de 2019 un documento denominado “Interdepartmental group on security of Ireland’s electoral process and disinformation: progress report». Este es el segundo y último informe disponible en materia de desinformación que actualiza al elaborado en 2018 por el mismo grupo y presenta una primera evaluación de los avances logrados (Gobierno de Irlanda, 2019). El Ejecutivo no ha propuesto medidas exclusivas para combatir la desinformación y este es el único documento por el que se rige Irlanda en esta materia.

En sus páginas se recogen siete recomendaciones para abordar el problema de la desinformación durante el proceso electoral que se desarrolló en 2019. A continuación, se

enumeran las medidas y se describen las acciones previstas en cada una de ellas frenar la desinformación:

Recomendación 1: Acelerar el establecimiento de una Comisión Electoral.

No recoge propuestas en materia de desinformación.

Recomendación 2: Avanzar en la modernización del proceso de registro de votantes.

No recoge propuestas en materia de desinformación.

Recomendación 3: Regular la transparencia de la publicidad política en línea.

Entre sus propuestas se incorpora el Open Policy Forum, cuyo objetivo es identificar soluciones políticas que respeten el derecho a la libertad de expresión y la legislación pertinente de la UE, al tiempo que promuevan la transparencia necesaria para abrir el discurso político en una democracia que proteja los procesos electorales de influencias ocultas y desinformación.

Recomendación 4: Reforma de las disposiciones legislativas relativas a la financiación de las campañas electorales y referéndums.

No recoge propuestas en materia de desinformación.

Recomendación 5: Apoyar el trabajo de la Comisión de la UE para abordar la desinformación en línea.

Los puntos tratados en esta recomendación describen las acciones relacionadas con la desinformación dirigidas por la Unión Europea. Irlanda declara su apoyo «activo, político y a nivel operativo» al trabajo de la Comisión Europea a través de su participación en el Horizontal Working Party on Enhancing Resilience and Countering Hybrid Threats en 2019 (anteriormente denominado Friends of the Presidency Group on Countering Hybrid Threats). También incluye el encargo realizado por el Gobierno de Irlanda al Institute for Future Media and Journalism de la Universidad de Dublín para que llevara a cabo un proyecto de seguimiento de las inserciones de publicidad política proporcionadas por Facebook, Google y Twitter.

Recomendación 6: Continuar avanzando en las iniciativas de alfabetización mediática a nivel nacional.

Desde el Gobierno de Irlanda califican la alfabetización mediática de sus ciudadanos, tanto dentro como fuera del sistema educativo, como una de las formas más eficaces de superar la

amenaza que la desinformación supone para la democracia. En virtud de la Ley de Radiodifusión de 2009, la Autoridad de Radiodifusión de Irlanda tiene la responsabilidad legal de emprender, alentar y promover investigaciones, medidas y actividades dirigidas a la promoción de la alfabetización mediática. Como parte de su estrategia para lograr este objetivo, la Autoridad de Radiodifusión actúa como moderadora de la Media Literacy Ireland (MLI), una red independiente de 120 individuos y organizaciones interesadas que se reúnen para intercambiar prácticas y discutir formas en las que la alfabetización mediática puede mejorarse y desarrollarse en Irlanda. Un ejemplo de la actividad de esta red es la campaña Be Media Smart, que fue financiada en su totalidad por miembros de la MLI y que tenía como propósito alentar a las audiencias irlandesas a reflexionar y verificar si la información que ven, leen o escuchan, en cualquier plataforma de medios, es fiable. La campaña fue coordinada por la MLI para coincidir con la Semana de Alfabetización Mediática de la Comisión Europea en marzo de 2019.

Recomendación 7: Mejorar las medidas de seguridad cibernética en torno al proceso electoral. No recoge propuestas en materia de desinformación.

### **Políticas de comunicación en materia de desinformación en Polonia**

En Polonia, de conformidad con el art. 213 de la Constitución de la República de Polonia y el art. 6 seg. 1 de la Ley de Radiodifusión, los aspectos relacionados con la regulación de los medios los monitoriza el Consejo Nacional de Radiodifusión, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji (KRRIT), el cual asegura velar por la libertad de expresión y el derecho a la información, la independencia de los prestadores de servicios de comunicación y el interés de los destinatarios, además de por el carácter abierto y plural de las transmisiones radiofónicas y televisivas (KRRIT, 2020). El año 2020 trajo consigo en Polonia la elaboración, por parte de esta institución, del informe «Noticias falsas - desinformación en línea: Intentos de contrarrestar estos fenómenos desde la perspectiva de la institución». En este se realiza una descripción detallada de las principales amenazas que supone la desinformación y las medidas propuestas para frenarla. El documento analiza las medidas introducidas por la Unión Europea y los casos concretos de las políticas desarrolladas en algunos países como Italia o Francia. En sus páginas se dedica un apartado a enumerar “iniciativas para contrarrestar la desinformación

en Polonia» clasificadas en función de las instituciones que las desempeñan. A continuación, se enumeran sus medidas y se describen las acciones de cada una de ellas:

Institución 1: Oficina de Seguridad Nacional.

La Oficina de Seguridad Nacional (BBN, por sus siglas en polaco) defiende que se debe apostar por 1) coordinar la comunicación de manera estratégica; 2) contrarrestar activamente la desinformación (seguimiento, análisis y configuración del espacio de información polaco, participación de ciudadanos, medios de comunicación, plataformas de Internet y organizaciones no gubernamentales); 3) aumentar la conciencia social (formación y educación en los medios de comunicación para todos los niveles educativos); 4) defender activamente el ciberespacio (seguimiento y respuesta a amenazas en Polonia y en el extranjero por parte de misiones diplomáticas y fuerzas armadas); y 5) construir canales de comunicación utilizando la cultura de masas y desarrollar actividades a largo plazo destinadas a crear una imagen positiva en el mundo y prevenir campañas de desinformación contra Polonia (KRRIT, 2020).

Institución 2: Ministerio de Justicia.

No recoge propuestas en materia de desinformación.

Institución 3: Ministerio de Relaciones Exteriores.

El Ministerio centra su atención en 1) sensibilizar a los funcionarios sobre las amenazas de la desinformación; 2) fortalecer la capacidad institucional del Ministerio de Relaciones Exteriores; 3) cooperar con unidades de comunicación estratégica en los países e instituciones de la UE y la OTAN; 4) diseñar e implementar actividades de la materia, es decir, realizar proyectos y campañas de información; y 5) cooperar y apoyar a las ONG polacas.

El Ministerio contribuyó a la creación en 2018 de un nuevo mecanismo interministerial, el denominado Equipo de Trabajo de Amenazas Híbridas en el Equipo de Gestión de Crisis del Gobierno. Asimismo, en 2019, se estableció una unidad en el Ministerio de Relaciones Exteriores para identificar y contrarrestar la desinformación utilizada contra las unidades de política exterior polaca (KRRIT, 2020).

Institución 4: Ministerio de Digitalización.

A principios de diciembre de 2018, el Ministerio de Digitalización de Polonia anunció que quería basar la lucha contra la desinformación en las llamadas «acciones blandas», centradas en educar a los posibles destinatarios de desinformación, promover patrones apropiados para detectarla y fomentar la autorregulación de los medios en este sentido. El Ministerio también tiene previsto trabajar en soluciones técnicas que apoyarían a la administración pública en el reconocimiento adecuado de información falsa, especialmente aquella inspirada en círculos «antipolacos» (en particular, prorrusos), cuyo objetivo sería desacreditar las actividades de Polonia o la OTAN. El Ministerio también informó sobre el inicio de la cooperación con las redes sociales para desarrollar un Código de buenas prácticas en la lucha contra la desinformación.

El Ministerio de Digitalización propone también la autorregulación de las plataformas en línea a través de las cuales se difunde información falsa. Las acciones propuestas incluyen: 1) reducir el patrocinio de contenido de desinformación; 2) proporcionar más transparencia con respecto al contenido patrocinado; y 3) introducir medidas para identificar y cerrar cuentas falsas y combatir bots.

En julio de 2018, el Ministerio de Digitalización organizó una reunión abierta para las partes interesadas, cuyo objetivo era conocer sus opiniones sobre las formas más efectivas de combatir las noticias falsas, en particular para discutir la posibilidad de autorregulación o la adopción de recomendaciones. En octubre del mismo año, antes de las elecciones legislativas, el Ministerio de Digitalización, junto con el NASK (Instituto Nacional de Investigación), la ABW (Agencia de Seguridad Interna) y la PKW (Comisión Electoral Nacional), lanzó el sitio web [BezpieczneWybory.pl](http://BezpieczneWybory.pl) (lo que se traduciría como [eleccionesseguras.es](http://eleccionesseguras.es)), destinado a educar en el campo de la desinformación y la manipulación en Internet.

En noviembre de 2018 el Ministerio firmó un convenio con representantes de Facebook, que preveía la creación del denominado «punto de contacto», en el que los usuarios cuyas cuentas hubieran sido eliminadas podían solicitar a Facebook la reconsideración del caso dentro de las 72 horas posteriores a la cancelación.

Institución 5: Centro de Seguridad del Gobierno.

En esta institución realiza su actividad el Equipo de Trabajo de Gestión de Crisis del Gobierno para Amenazas Híbridas. En el desarrollo de su actividad se encuentran algunas funciones como garantizar el correcto desarrollo de los procesos electorales; monitorizar y analizar la actividad de los medios extranjeros sobre Polonia; realizar actividades de información y educación destinadas a aumentar la resiliencia social a las amenazas; y realizar proyectos contra las amenazas en cooperación con la OTAN y la UE.

Institución 6: Equipo CERT Polonia.

El CERT (Equipo de Respuesta a Emergencias Informáticas) centra su actividad en detectar, registrar y responder ante casos de amenaza. Asimismo, realiza actividades de información y educación dirigidas a la sensibilización relacionadas con las TIC. Ambas líneas de actuación benefician también a la lucha contra la desinformación.

Iniciativas de carácter privado.

Además de las instituciones recogidas, Polonia también participa en la lucha contra la desinformación a través de diversas asociaciones, iniciativas de comunidades académicas y científicas y proyectos mediáticos que cuentan con el apoyo del Gobierno. Ejemplo de ello es el seminario de noticias falsas realizado en 2018 y promovido por el Departamento de Comunicación y Medios Internacionales de la Universidad Jagellónica, la Asociación de Empleadores de Medios Públicos, la Televisión Polaca y el Consejo Nacional de Radiodifusión; los proyectos realizados por la Universidad de Varsovia o las propuestas de las asociaciones como el INDID Media Watch (Instituto para el Diálogo y el Discurso).

### **Cumplimiento del Plan de Acción de la Unión Europea**

A partir del análisis de las políticas de comunicación implementadas tanto por Irlanda como por Polonia en materia de desinformación, se puede determinar el grado de alineamiento de los Ejecutivos de ambos países con el Plan de Acción contra la desinformación propuesto por la Unión Europea, que queda recogido en la figura 2:

| PLAN ACCIÓN UE  | IRLANDA | POLONIA |
|---|---------|---------|
| Invertir en herramientas digitales, habilidades de análisis de datos y personal especializado | ●       | ●       |
| Evaluar el alcance y el impacto de la desinformación  |         | ●       |
| Sistema de Alerta Rápida que avise de la desinformación en tiempo real                        |         | ●       |
| Cooperación con los Estados miembros  |         | ●       |
| Implementar el Código de buenas prácticas de la UE  | ●       |         |
| Colaborar con empresas online   |         | ●       |
| Crear informes regulares  |         | ●       |
| Campañas para sensibilizar  | ●       | ●       |
| Participación activa de la sociedad civil en la detección y denuncia                          |         | ●       |
| Apoyo a los medios independientes y verificadores de datos                                    |         | ●       |

Figura 2. Medidas adoptadas del Plan de Acción de la UE por parte de Irlanda y Polonia en sus políticas de comunicación en materia de desinformación (Fuente: elaboración propia).

Se constata que Irlanda cumple con tres de las diez iniciativas incluidas en el Plan de Acción, mientras que Polonia aplica nueve de ellas, prescindiendo solo de desarrollar el Código de buenas prácticas.

### Conclusiones

Planteamos nuestra investigación con un propósito genérico, que consistía en determinar si pueden vincularse las políticas de comunicación de los países de la UE en materia de desinformación y la percepción que sus ciudadanos tienen sobre su capacidad para detectar noticias falsas. Para dilucidar este extremo, se formularon tres objetivos específicos y dos hipótesis, a los que tratamos de responder a continuación.

En respuesta al O1, la UE tiene un programa bien definido de mecanismos, políticas y actuaciones encaminados a minimizar el impacto de las *fake news* entre la ciudadanía, planteados a partir del año 2016, en especial el Plan de Acción contra la desinformación (2018) y el Código de buenas prácticas sobre desinformación lanzado en 2018 y reforzado en 2022, todos impulsados desde la Comisión.

Por lo que respecta al O2, lo cierto es que Irlanda y Polonia, que son los países situados en los extremos del ranking de percepción de los ciudadanos sobre su capacidad para detectar *fake news*, han desarrollado políticas muy distintas en relación con la desinformación. En el caso de Irlanda, hace ya cinco años que se definieron algunas actuaciones, vinculadas inicialmente a la celebración de elecciones legislativas nacionales, que consistían en la creación de un foro de estudio, el Open Policy Forum, la participación de representantes gubernamentales en el Horizontal Working Party on Enhancing Resilience and Countering Hybrid Threats, dependiente de la UE, y la promoción de campañas de alfabetización mediática. El resultado de estas actuaciones se evaluó en 2019 y desde entonces no se han producido avances, al menos en el terreno legislativo o ejecutivo.

Por el contrario, el Gobierno polaco viene desplegando desde 2018 una intensa actividad normativa e institucional en torno a la desinformación. La Oficina de Seguridad Nacional, el Ministerio de Relaciones Exteriores, el Ministerio de la Digitalización y el Centro de Seguridad del Gobierno tienen planes de actuación precisos contra las *fake news*. Además, se



elaboran informes periódicos y se promueven las actuaciones en colaboración con actores privados como universidades y medios de comunicación para impulsar actividades de concienciación frente a la desinformación.

Lo paradójico de estos resultados es que, mientras que el Gobierno de Irlanda dedica pocos esfuerzos a combatir las *fake news* y a concienciar a la población sobre el riesgo que entrañan, sus ciudadanos se muestran muy seguros de su capacidad para detectar las noticias falsas, y justo lo contrario ocurre en el caso de Polonia, cuya población se siente mucho más vulnerable ante los contenidos informativos fraudulentos.

En línea con esto, el O3 arroja que, mientras que Polonia cumple nueve de las diez medidas propuestas por la UE en su Plan de Acción contra la desinformación, Irlanda solo aplica tres.

A la vista de estos resultados, hemos de considerar refutadas nuestras dos hipótesis de investigación: la de que un mayor número de medidas y la implementación temprana de estas repercutirá positivamente en la ciudadanía, pues se considerará más capacitada para detectar noticias falsas (H1); y la de que cuanto más alineadas estén las políticas de los países miembros con el Plan de Acción de la Unión Europea, mayor será la capacidad de los ciudadanos para descartar noticias falsas (H2). Tenemos que en un país con un programa amplio de iniciativas contra la desinformación y plenamente alineado con las políticas de la UE como es Polonia, la población duda seriamente de su perspicacia ante las *fake news*; y que justo lo contrario ocurre en Irlanda, mucho menos implicado oficialmente en la lucha contra las noticias falsas.

A qué responde este desfase es algo difícil de determinar y que excede con mucho los propósitos y límites de este trabajo: ¿se trata de un problema de eficacia en la aplicación de las medidas propuestas? ¿O de un error en la orientación de estas? ¿Tiene que ver por el contrario con una percepción más aguda del fenómeno de la desinformación por parte de la población, lo que llevaría a los encuestados a ser más cautos a la hora de evaluar sus propias habilidades para detectar noticias falsas?

Es probable que el análisis del comportamiento del resto de Estados miembros arroje algo de luz sobre estas cuestiones. Lo que parece claro es que, en este terreno, las políticas de comunicación y la autopercepción ciudadana no se encuentran en absoluto alineadas, y ello debería hacer reflexionar seriamente a los poderes públicos implicados en la lucha contra la desinformación.

### Referencias bibliográficas

Alemanno, A. (2018). Editorial: How to counter fake news? A taxonomy of anti-fake news approaches. *European Journal of Risk Regulation*, (9), 1-5. <https://doi.org/10.1017/err.2018.12>

Althuis, J. & Haiden, L. (2018). Fake news: a roadmap. En Nato. Strategic Communications Centre of Excellence. <https://n9.cl/8di2v>

Comisión Europea (2016). Comunicación conjunta al Parlamento Europeo y al Consejo sobre la lucha contra las amenazas híbridas. Una respuesta de la Unión Europea. <https://n9.cl/to7c2>

Comisión Europea (2018a). 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. <https://n9.cl/e8yqx>

Comisión Europea (2018b). Plan de Acción contra la desinformación. <https://n9.cl/xt9xn>

Comisión Europea (2022). Orientación sobre el fortalecimiento del Código de prácticas sobre desinformación 2021. <https://n9.cl/o4e5o>

EDMO (2022). European Digital Media Observatory. <https://n9.cl/lsowg>

Eurobarómetro (2022). Media and News survey 2022. <https://n9.cl/nfs1t>

Gobierno de Irlanda (2019). Interdepartmental group on security of Ireland's electoral process and disinformation: progress report. <https://n9.cl/gdzfz>

KRRIT (2022). Fake news - internetowa dezinformacja: Próby przeciwdziałania tym zjawiskom z perspektywy instytucji. <https://n9.cl/3yjk4>

Merriam, S. B. (1988). *Case study research in education*. Jossey-Bass.

Parlamento Europeo (2022). Eurobarometer. <https://n9.cl/eurobarometro2018airelibre>

Rodríguez-Fernández, L. (2019). Desinformación y comunicación organizacional: estudio sobre el impacto de las fake news. *Revista Latina de Comunicación Social*, (74), 1714-1728. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1406>

Romero, J. A. (2019). Desinformación: concepto y perspectivas. *Análisis del Real Instituto Elcano (ARI)*, (41), 1. <https://n9.cl/ynwp1>

Sádaba, C. & Salaverría, R. (2023). Combatir la desinformación con alfabetización mediática: análisis de las tendencias en la Unión Europea. *Revista Latina de Comunicación Social*, (81), 17-33. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2023-1552>

Salaverría, R.; Buslón, N.; López-Pan, F.; León, B.; López-Goñi, I.; & Erviti, M. C. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19". *El Profesional de la Información*, 29(3), e290315. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>

Seijas, R. (2019). Las soluciones europeas a la desinformación y su riesgo de impacto en los derechos fundamentales. *IDP. Revista de Internet, Derecho y Política*, 31. <https://doi.org/10.7238/idp.v0i31.3205>

Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder. Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. <https://n9.cl/5y2ri>

Wimmer, R. & Dominick, J. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Bosch.

## Notas

(1) Información errónea: ocurre cuando se comparte información falsa, pero sin intención de causar daños.

Desinformación: se produce cuando se comparte información falsa de manera intencionada para generar daños.

*Malinformation*: tiene lugar cuando información real se comparte para causar daños, a menudo promoviendo que una información, que debería ser privada, salga a la esfera pública.

(Traducción de la autora).

(2) ¿Se considera capaz de detectar la desinformación cuando se encuentra con ella? (Traducción de la autora).