



ALTA REPRESENTANTE  
DE LA UNIÓN PARA  
ASUNTOS EXTERIORES Y  
POLÍTICA DE SEGURIDAD

Bruselas, 14.6.2019  
JOIN(2019) 12 final

**COMUNICACIÓN CONJUNTA AL PARLAMENTO EUROPEO, EL CONSEJO  
EUROPEO, EL CONSEJO, EL COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL EUROPEO Y EL  
COMITÉ DE LAS REGIONES**

**Informe sobre la ejecución del Plan de acción contra la desinformación**



## A. Introducción

Proteger nuestras instituciones y procesos democráticos contra la desinformación<sup>1</sup> supone un gran reto para nuestras sociedades. Con el fin de hacer frente a este desafío, la UE ha establecido un marco sólido para una acción coordinada en plena consonancia con nuestros valores y derechos fundamentales europeos.

La democracia europea es tan fuerte como la participación activa de sus ciudadanos. La elevada participación registrada en las recientes elecciones al Parlamento Europeo muestra cómo los europeos comprometidos quieren conformar el futuro de su Unión.

Aunque es demasiado pronto para extraer conclusiones definitivas acerca del nivel y el impacto de la desinformación sobre estas elecciones, resulta evidente que las medidas adoptadas en el marco del Plan de acción conjunto contra la desinformación<sup>2</sup> y el paquete electoral específico<sup>3</sup> contribuyeron a impedir los ataques y a desenmascarar la desinformación. Gracias a estas acciones, numerosos periodistas, verificadores de datos, plataformas, autoridades nacionales, investigadores y la sociedad civil contribuyeron a sensibilizar sobre cómo combatir esta amenaza. La mayor concienciación de la opinión pública ha dificultado que los agentes malintencionados manipulen el debate público.

Sin embargo, no hay margen para la autocomplacencia y debemos continuar la lucha contra la desinformación. Es un reto a largo plazo que afecta a todos los sectores de nuestras sociedades y requiere un compromiso y un esfuerzo continuos. Hay que hacer más para proteger los procesos democráticos y las instituciones de la Unión contra la manipulación y la desinformación.

El informe presentado hoy por la Comisión y la Alta Representante ofrece una primera evaluación de los progresos realizados hasta la fecha y expone las principales enseñanzas para el futuro. Explica con más detalle cómo el Plan de Acción y el paquete electoral ayudaron a combatir la desinformación en el contexto de las elecciones europeas. Representa asimismo la contribución de la Comisión y de la Alta Representante a la reunión del Consejo Europeo de los días 20 y 21 de junio de 2019.

---

<sup>1</sup> La Comisión define la desinformación como la «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. La desinformación no incluye los errores involuntarios, la sátira y la parodia, ni las noticias y comentarios partidistas claramente identificados.» (COM (2018) 236). El objetivo de la desinformación es distraer y dividir, sembrar la semilla de la duda mediante una distorsión y falsificación de los hechos, que confunde a las personas y debilita su fe en las instituciones y los procesos políticos establecidos.

<sup>2</sup> JOIN (2018) 36.

<sup>3</sup> El paquete electoral incluye la Comunicación de la Comisión «Garantizar unas elecciones europeas libres y justas», COM (2018) 637; la Recomendación de la Comisión relativa a las redes de cooperación electoral, la transparencia en línea, la protección contra los incidentes de ciberseguridad y la lucha contra las campañas de desinformación en el contexto de las elecciones al Parlamento Europeo, C(2018) 5949; las «Orientaciones de la Comisión relativas a la aplicación de la legislación sobre la de protección de datos de la Unión en el contexto electoral», COM (2018) 638, y el Reglamento (UE, Euratom) 2019/493 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de marzo de 2019, por el que se modifica el Reglamento (UE, Euratom) n.º 1141/2014 en lo que respecta a un procedimiento de verificación relativo a las infracciones de las normas de protección de los datos personales en el contexto de las elecciones al Parlamento Europeo, DO L 85I de 27.3.2019, pp. 7-10.



## B. Hacia un enfoque coordinado para combatir la desinformación

Con la adopción del Plan de acción contra la desinformación, la Comisión y la Alta Representante establecieron un marco sólido para contrarrestar las amenazas dentro y fuera de la UE. Todos los agentes pertinentes, en particular las instituciones de la UE, los Estados miembros, la industria y la sociedad civil, han desempeñado sus respectivas funciones conforme a cuatro líneas de actuación:

1. La UE ha reforzado sus capacidades para identificar y contrarrestar la desinformación a través de los Grupos operativos de comunicación estratégica y la Célula de fusión de la UE contra las amenazas híbridas del Servicio Europeo de Acción Exterior. También ha mejorado la respuesta coordinada estableciendo un sistema de alerta rápida que facilita el intercambio de información entre los Estados miembros y las instituciones de la UE.
2. La UE ha trabajado con las plataformas en línea y con la industria mediante un Código de prácticas contra la desinformación de carácter voluntario para aumentar la transparencia de las comunicaciones políticas y evitar un uso manipulador de sus servicios. Gracias a ello los usuarios pueden saber por qué ven determinados contenidos y anuncios políticos, y comprobar de dónde proceden y quiénes son sus responsables.
3. La Comisión y la Alta Representante, en cooperación con el Parlamento Europeo, han contribuido a aumentar la sensibilización y la resiliencia contra la desinformación de la sociedad, en particular a través de una mensajería basada en datos y de esfuerzos renovados para promover la alfabetización mediática.
4. La Comisión ha respaldado los esfuerzos de los Estados miembros para garantizar la integridad de las elecciones y reforzar la resiliencia de los sistemas democráticos de la Unión, facilitando la colaboración, proporcionando orientación y apoyo, y a través de medidas legislativas.

### Resumen de la acción conjunta y coordinada de la UE contra la desinformación





## 1. Mejorar las capacidades y reforzar las respuestas coordinadas

La Comisión y la Alta Representante han reforzado la capacidad de la Unión para detectar, analizar y desenmascarar la desinformación, así como para garantizar una respuesta coordinada, en particular a través del sistema de alerta rápida. Esto se ha conseguido, en particular, reforzando las correspondientes líneas de trabajo en la Dirección General de Comunicación y elevando la dotación de recursos financieros y humanos de los grupos operativos de comunicación estratégica del Servicio Europeo de Acción Exterior. Por ejemplo, el aumento del presupuesto ayudó al Grupo de Trabajo sobre Comunicación Estratégica del Este a extender el alcance de sus actividades y desarrollar la supervisión profesional.

El sistema de alerta rápida facilitó los intercambios diarios y la puesta en común de información sobre una serie de casos y tendencias de desinformación entre las autoridades de la UE y los Estados miembros.

A fecha de hoy, las pruebas disponibles no han permitido determinar la existencia de una clara campaña transfronteriza de desinformación procedente de fuentes externas y específicamente dirigida a las elecciones europeas. Sin embargo, las pruebas recabadas han puesto de manifiesto una actividad de desinformación continuada y sostenida por parte de fuentes rusas<sup>4</sup> con el objetivo de desalentar la participación electoral e influir en las preferencias de los votantes. Esta labor abarcó una amplia gama de temas, desde el cuestionamiento de la legitimidad democrática de la Unión a la explotación de debates públicos polémicos sobre cuestiones como la migración y la soberanía. Esto confirma que las campañas de desinformación desplegadas por agentes estatales y no estatales<sup>5</sup> suponen una amenaza híbrida para la UE.

Hubo una tendencia constante de los actores malintencionados a utilizar la desinformación para promover puntos de vista extremos y polarizar los debates locales, incluso mediante ataques infundados a la UE. A menudo, los agentes políticos nacionales adoptaron las tácticas y los argumentos de que se sirven las fuentes rusas para atacar a la UE y sus valores<sup>6</sup>. También participaron otros agentes externos.



Los agentes malintencionados han utilizado el incendio de la catedral de Notre-Dame para ilustrar el supuesto declive de los valores occidentales y cristianos en la UE. También han atribuido inmediatamente la crisis política y el consiguiente colapso del Gobierno austriaco al «Estado profundo europeo», a «los servicios de seguridad alemanes y españoles» y a particulares. La difusión de historias sobre la irrelevancia de las competencias legislativas del

<sup>4</sup> El número de casos de desinformación atribuidos a fuentes rusas y documentados por el Grupo de Trabajo de Comunicación Estratégica del Este desde enero de 2019 (998) se ha duplicado en comparación con el mismo período de 2018 (434).

<sup>5</sup> Véanse, en particular, los anuncios en Facebook sobre la supresión de páginas, grupos y cuentas en otros países <https://newsroom.fb.com/news/>.

<sup>6</sup> <https://www.isdglobal.org/isd-publications/interim-briefing-propaganda-and-digital-campaigning-in-the-eu-elections/>.



Parlamento Europeo y su control por parte de los grupos de interés tenía por objeto desalentar la participación electoral<sup>7</sup>.

Las tácticas utilizadas por estos actores están evolucionando con tanta rapidez como las medidas adoptadas por los Estados y las plataformas en línea. En lugar de realizar operaciones a gran escala en plataformas digitales, estos agentes, en particular vinculados a las fuentes rusas, parecen optar ahora por operaciones de menor escala y localizadas, que son más difíciles de detectar y desenmascarar.

Dada la naturaleza cada vez más sofisticada de las actividades de desinformación y las dificultades de los investigadores independientes para acceder a los datos pertinentes de las plataformas, establecer una evaluación concluyente del alcance y del impacto de las campañas de desinformación llevará tiempo y requerirá un esfuerzo concertado de la sociedad civil, el mundo académico, los agentes públicos y las plataformas en línea.

El sistema de alerta rápida ha demostrado su utilidad fomentando una coordinación más estrecha entre las instituciones de la UE y las autoridades nacionales. El número de interacciones entre las autoridades ha aumentado constantemente y esta herramienta se ha convertido en un punto de referencia para la lucha contra la desinformación. También ha reforzado la cooperación con las plataformas en línea, aunque estas todavía tienen que responder mejor a los informes externos sobre los comportamientos no auténticos y los contenidos maliciosos. El sistema de alerta rápida también ha facilitado la cooperación con los socios internacionales, como el G7 y la Organización del Tratado del Atlántico Norte, que se reforzará en el futuro.

## 2. Aplicación del Código de prácticas contra la desinformación

Las plataformas en línea se han convertido en poderosas autopistas de la información para muchos ciudadanos de la UE. Por lo tanto, pueden desempeñar un papel clave en la difusión de desinformación. Esta es la razón por la que la Comisión ha instado a las plataformas a intensificar sus esfuerzos de lucha contra la desinformación. Como consecuencia de ello, las principales plataformas, en particular Facebook, Google y Twitter, junto con las empresas de programas informáticos y los organismos que representan a la industria de la publicidad, adoptaron en octubre de 2018 un Código de conducta autorregulador en materia de desinformación<sup>8</sup>. Al hacerlo, se comprometieron voluntariamente a mejorar la transparencia, la rendición de cuentas y la fiabilidad de sus servicios.

Con vistas a las elecciones europeas de 2019, la Comisión y el Grupo de entidades reguladoras europeas de los servicios de comunicación audiovisual (ERGA)<sup>9</sup> efectuaron un seguimiento específico de las medidas adoptadas por Facebook, Google y Twitter sobre la base de los informes mensuales presentados por estas plataformas de enero a mayo de 2019<sup>10</sup>. Este seguimiento puso de manifiesto los siguientes logros:

<sup>7</sup> Para más información sobre los casos de desinformación sobre estas cuestiones, véase el portal [EUvsDisinfo:https://euvsdisinfo.eu/disinformation-cases/](https://euvsdisinfo.eu/disinformation-cases/).

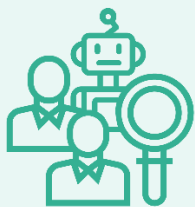
<sup>8</sup> En mayo de 2019, Microsoft se convirtió en signataria del Código.

<sup>9</sup> El ERGA adoptará un informe completo en su reunión de los días 20 y 21 de junio de 2019.

<sup>10</sup> La Comisión publicó estos informes junto con su evaluación de los progresos en la aplicación del Código de prácticas.



- ▶ Las plataformas en línea han mejorado su **control de la colocación de anuncios** para limitar las prácticas maliciosas de cebos para cliquear y reducir los ingresos publicitarios de quienes publican desinformación. Sus informes mensuales proporcionaron cifras detalladas, por Estado miembro, sobre el número de anuncios retirados y cuentas publicitarias cerradas por causa de comportamientos engañosos o dolosos<sup>11</sup>.
- ▶ Las tres plataformas en línea intensificaron sus esfuerzos para **mejorar la transparencia de los anuncios políticos**, en particular mediante su etiquetado y su puesta a disposición del público a través de bibliotecas de anuncios consultables.
- ▶ Las plataformas informaron de que habían tomado medidas para apoyar la **integridad de sus servicios**. Señalaron que se habían concentrado en el comportamiento manipulador para hacer más visible el contenido a través de operaciones coordinadas, así como en el uso abusivo de ordenadores zombis y cuentas falsas.



Entre enero y mayo, las plataformas en línea tomaron medidas contra los comportamientos no auténticos para limitar el alcance del correo basura y la desinformación a escala mundial. Google comunicó haber retirado a nivel mundial más de 3,39 millones de canales de Youtube y 8 600 canales por vulneración de sus normas sobre correo basura y suplantación. Facebook desactivó 2,19 millones de cuentas falsas en el primer trimestre de 2019 y actuó específicamente contra 1 574 páginas, grupos y cuentas con sede fuera de la UE y 168 con sede en la UE por comportamientos no auténticos en los Estados miembros de la UE. Twitter impugnó a escala mundial casi 77 millones de cuentas de correo basura o falsas.

En los días anteriores a las elecciones, las plataformas en línea detectaron y cerraron cuentas adicionales que difundían desinformación y discursos de incitación al odio a raíz de alertas procedentes de investigadores y periodistas independientes<sup>12</sup>. Se ha informado de que más de 600 grupos y páginas de Facebook que operan en Francia, Alemania, Italia, Reino Unido, Polonia y España han difundido desinformación e incitación al odio o han utilizado perfiles falsos para potenciar de forma artificial el contenido de los partidos o sitios que apoyan. Estas páginas generaron 763 millones de opiniones de usuarios. Denuncias de investigadores, verificadores de datos y la sociedad civil también sirvieron para detectar otros casos de intentos a gran escala de manipular el comportamiento de voto al menos en nueve Estados miembros<sup>13</sup>.

<sup>11</sup> Entre dichos comportamientos figuran la suplantación, el correo basura, la falsificación de la identidad, los vínculos a «granjas de clics» o los sitios web impostores. A lo largo de cinco meses, Google tomó medidas contra 131 621 cuentas publicitarias basadas en la UE por vulneración de sus normas de falsificación, y contra 26 824 cuentas publicitarias basadas en la UE por vulneración de sus normas sobre contenidos originales inadecuados; asimismo, tomó medidas contra 1 188 cuentas de editores establecidos en la UE por vulneración de sus normas sobre contenidos suficientes. Facebook notificó 1,2 millones de anuncios en la UE que vulneraban sus normas sobre contenidos de baja calidad o perturbadores, contenidos engañosos o falsos, o elusión de sus sistemas. Twitter informó de que había rechazado 6 018 anuncios dirigidos a la UE por vulneración de sus normas publicitarias sobre prácticas empresariales inaceptables, así como de 9 508 anuncios dirigidos a la UE por vulneración de sus normas en materia de calidad de la publicidad.

<sup>12</sup> <https://www.theguardian.com/world/2019/may/22/far-right-facebook-groups-spreading-hate-to-millions-in-europe>.

<sup>13</sup> Avaaz (2019): Las redes de la mentira de la extrema derecha; Instituto para el Diálogo Estratégico (2019): Análisis de las operaciones de información sobre las elecciones de la UE de 2019: Documento informativo



A pesar de estos esfuerzos, las plataformas deben hacer más para luchar eficazmente contra la desinformación. Aunque Facebook extendió su transparencia a los anuncios temáticos<sup>14</sup> y Google y Twitter no lo hicieron, sigue habiendo dudas sobre la eficacia de las medidas de transparencia adoptadas por todos los signatarios. Además, las plataformas no hicieron suficientes progresos en su aumento de la transparencia de los sitios web que acogen publicidad, debido en parte a la falta de compromiso de la industria de la publicidad.

Todas las plataformas deben garantizar también una cooperación activa y operativa con los verificadores de datos en todos los Estados miembros y capacitar a los usuarios para detectar mejor la desinformación. Esto puede hacerse, por ejemplo, mediante el desarrollo de indicadores de fiabilidad para las fuentes de información en cooperación con las organizaciones de medios de comunicación.

Las plataformas también deben ofrecer un acceso significativo a los datos a la comunidad investigadora, de conformidad con las normas de protección de los datos personales. La cooperación con los investigadores permitirá una mejor detección y análisis de las campañas de desinformación, un control sólido de la aplicación del Código y una supervisión independiente del funcionamiento de los algoritmos. La Comisión seguirá promoviendo una amplia adopción del Código entre todas las partes interesadas pertinentes.

Antes de que finalice el año, la Comisión evaluará la eficacia del Código tras un período inicial de aplicación de 12 meses. Si los resultados de esta evaluación no fueran satisfactorios, la Comisión podrá proponer otras iniciativas, incluso de carácter normativo.

### 3. Sensibilización y mejora de la resiliencia de la sociedad

Es necesario aunar fuerzas para contrarrestar la desinformación y fomentar la resiliencia social. Esto puede hacerse capacitando a los ciudadanos y a la sociedad civil y garantizando una comunicación basada en datos sobre la UE. Antes de las elecciones europeas, las instituciones de la UE trabajaron en estrecha colaboración en los ámbitos siguientes:

- ▶ **Aumentar la sensibilización sobre la desinformación:** las instituciones de la UE pusieron en marcha una serie de iniciativas para sensibilizar a la opinión pública sobre la desinformación en los Estados miembros de la UE, incluidos seminarios, conferencias y ruedas de prensa. En conjunto, participaron cientos de periodistas, lo que redundó en una mayor comprensión y cobertura de las amenazas de desinformación. Las sesiones informativas para grupos de visitantes, en particular durante la Semana Europea de la Juventud, en Bruselas, acogieron a unos 200 participantes de la sociedad civil, las universidades y las organizaciones juveniles.

---

provisional; Instituto de Avaaz e Instituto para el Diálogo Estratégico (2019): Perturbaciones: pruebas de la perturbación digital generalizada de las elecciones al Parlamento Europeo de 2019.

<sup>14</sup> Por ejemplo, inmigración, valores políticos, derechos civiles y sociales, seguridad y política exterior, y política medioambiental.





Debido a las nuevas normas de protección de datos de la UE, se difundió en Alemania la falsa creencia de que los niños no podrían dejar sus cartas a Santa Claus («Wunschzettel») en el árbol de Navidad de su ciudad, como es costumbre. Aunque las normas de protección de datos de la UE se concibieron para proteger los datos personales utilizados sin autorización, en ninguna parte se dice que los niños no pueden compartir públicamente lo que desean para Navidad, siempre que los padres estén de acuerdo.

- ▶ **Mejorar la comunicación sobre las políticas de la UE:** con el fin de aumentar la sensibilización y la comprensión del impacto de la UE en su vida cotidiana, las instituciones de la UE ofrecieron una comunicación proactiva y multilingüe a millones de ciudadanos de la UE a través de las redes sociales<sup>15</sup> y mediante campañas de comunicación<sup>16</sup>. El Parlamento Europeo puso en marcha una campaña de sensibilización denominada «Esta vez voto»<sup>17</sup> y varias autoridades nacionales adoptaron medidas similares. La Comisión y el Servicio Europeo de Acción Exterior ampliaron considerablemente sus comunicaciones positivas a través de campañas específicas, llegando a millones de ciudadanos.
- ▶ **Potenciar la capacidad de la UE para reaccionar ante la desinformación:** la Comisión colaboró con el Servicio Europeo de Acción Exterior y el Parlamento Europeo en la producción y distribución de materiales para desmentir falsas creencias y sensibilizar, basados tanto en la experiencia académica como institucional. La red interna de la Comisión contra la desinformación funciona con regularidad, en cooperación con otras instituciones de la UE, combinando los conocimientos especializados en materia de política y los conocimientos técnicos en materia de comunicación. Varias Representaciones de la Comisión han creado páginas en sus sitios web para refutar antiguos mitos acerca de la UE y desarrollar asociaciones con verificadores de datos, equipos editoriales y otras iniciativas de la sociedad civil para desacreditar la desinformación.

<sup>15</sup> La Comisión se comunica regularmente a través de sus cuentas en las redes sociales sobre la desinformación: entre enero de 2018 y abril de 2019 publicó 57 mensajes en Twitter, Facebook, Instagram y LinkedIn, que generaron 54 781 reacciones, 3 256 476 impresiones (solo en Twitter y en Facebook) y 385 655 lecturas (solo en Facebook e Instagram).

<sup>16</sup> Una Europa que proporcione resultados (InvestEU, en funcionamiento en 16 Estados miembros y que superó los 240 millones de contactos potenciales en 2017-2018), una Europa que empodere (EUandME, que se dirige a unos 100 millones de personas entre 18 y 35 años en la UE y que superó los 60 millones de contactos potenciales en 2018-2019) y una Europa que protege (dirigida a la población de entre 35 y 55 años y que llegó a casi 60 millones de contactos potenciales en 2018-2019).

<sup>17</sup> Esta campaña contó con la participación de 300 000 personas que tomaron parte en un debate sobre Europa en sus comunidades locales y grupos sociales, tanto en línea como fuera de línea. Más de 340 organizaciones paneuropeas se asociaron con el Parlamento para promover las elecciones.





- ▶ **Reforzar la resiliencia de la sociedad a través de la alfabetización mediática:** un alto nivel de alfabetización mediática es fundamental para que los ciudadanos puedan tomar decisiones con conocimiento de causa en la era digital. Es un requisito previo para una democracia dinámica y moderna. A fin de intensificar las iniciativas de alfabetización mediática en toda la UE y poner de relieve las mejores prácticas, en particular a nivel regional y nacional, la Comisión organizó la primera Semana Europea de la Alfabetización Mediática con más de 320 actos en la UE<sup>18</sup>. En consonancia con la nueva Directiva de servicios de comunicación audiovisual<sup>19</sup>, los Estados miembros deberán reforzar las medidas de alfabetización mediática en sus marcos nacionales, en estrecha cooperación con los reguladores y otras partes interesadas.
- ▶ **Capacitar a la sociedad civil:** la Red internacional de verificación de datos ha constituido una sucursal europea de verificadores de datos independientes que cubre 14 Estados miembros y ha creado un sitio web en 11 lenguas de la UE. La Comisión seguirá facilitando la creación de una comunidad europea multidisciplinar de verificadores de datos e investigadores académicos independientes. En el marco del programa Horizonte 2020, la Comisión ha apoyado las inversiones en nuevas tecnologías para la verificación y la distribución de contenidos a través de las redes sociales. En los países vecinos de la Unión, la Comisión redobló sus esfuerzos para establecer vínculos entre la sociedad civil de la UE y de los países socios. Se pudo así identificar y probar soluciones impulsadas por la comunidad para luchar contra la desinformación.

<sup>18</sup> Esta iniciativa se llevó a cabo en cooperación con los Estados miembros y tuvo lugar del 18 al 22 de marzo de 2019.

<sup>19</sup> Directiva (UE) 2018/1018 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de noviembre de 2018.



La Comisión puso en marcha el Observatorio Social de Desinformación y Análisis de Medios de Comunicación Sociales (SOMA) que facilita la creación de redes, el intercambio de conocimientos y el desarrollo de las mejores prácticas entre verificadores de datos independientes. Un primer grupo de 14 organizaciones europeas de verificación de datos tienen acceso al SOMA, que también está abriendo centros multidisciplinares para la investigación sobre la desinformación. El Mecanismo «Conectar Europa» también proporcionará financiación (2,5 millones EUR) para una nueva infraestructura de servicios digitales destinada a la creación de redes de verificadores de datos e investigadores.

#### 4. Protección de la integridad de las elecciones

Desde el caso Facebook/Cambridge Analytica y las revelaciones sobre la interferencia electoral en todo el mundo, la Comisión ha actuado con determinación para proteger la integridad de las elecciones y aumentar la resiliencia de la sociedad, en particular con su paquete electoral. Estas acciones contribuyeron a lograr resultados concretos en los ámbitos siguientes:

- ▶ **Mejora de la coordinación de las autoridades electorales:** las redes electorales compuestas por las autoridades pertinentes en el contexto electoral, establecidas en cooperación con los Estados miembros, dieron lugar a una mayor preparación ante posibles amenazas y una mejor coordinación de las actividades a nivel nacional y de la UE antes de las elecciones. Sus actividades incluyeron la detección de amenazas y carencias, preparación frente a situaciones de crisis, campañas de sensibilización, esfuerzos para contrarrestar la desinformación, seguimiento y aplicación de las normas, y análisis de las leyes y procedimientos nacionales aplicables. La colaboración establecida respaldó efectivamente la preparación de las elecciones en los Estados miembros y contribuyó a corregir algunas diferencias en este complejo ámbito.
- ▶ **Mayor protección contra las ciberamenazas:** los ejercicios prácticos, organizados con el apoyo de la Agencia de Seguridad de las Redes y de la Información de la Unión Europea (ENISA), la Comisión y el Parlamento contribuyeron a reforzar la preparación y la resiliencia ante las ciberamenazas<sup>20</sup>. Las instituciones de la UE tomaron medidas para proteger las cuentas en los medios sociales de las instituciones de la UE y de sus representantes fundamentales seleccionados<sup>21</sup>. Con la adopción de un nuevo marco jurídico<sup>22</sup>, la UE también puede ahora imponer sanciones (por ejemplo, congelación de activos, prohibición de viajar) para disuadir y responder a los ciberataques que constituyan una amenaza externa para la Unión o sus Estados miembros.

<sup>20</sup> Dos ejercicios organizados por ENISA ayudaron a preparar a las autoridades nacionales para los incidentes destinados a poner en duda la legitimidad de las elecciones y para un escenario de ciberataques contra infraestructuras críticas antes y durante las elecciones europeas. Más de 70 expertos en gestión de incidentes procedentes de los Estados miembros de la UE participaron en el último ejercicio, en mayo de 2019.

<sup>21</sup> Servicio de seguridad de los medios sociales (SMAS) proporcionado por el equipo de respuesta a emergencias informáticas de la UE.

<sup>22</sup> Reglamento (UE) 2019/796 del Consejo relativo a medidas restrictivas contra los ciberataques que amenazan a la Unión o a sus Estados miembros, DO L 129I de 17.5.2019, pp. 1-12; Decisión (PESC) 2019/797 del Consejo relativa a medidas restrictivas contra los ciberataques que amenazan a la Unión o a sus Estados miembros, DO L 129I de 17.5.2019, pp. 13-19.



- ▶ **Uso indebido de datos personales:** para aclarar las obligaciones en materia de protección de datos, la Comisión publicó unas orientaciones<sup>23</sup> sobre la manera de aplicar el Reglamento general de protección de datos en el contexto electoral. El Consejo Europeo de Protección de Datos también emitió una declaración sobre el uso de los datos personales en las campañas políticas<sup>24</sup>, comprometiéndose a trabajar con otras autoridades pertinentes para salvaguardar la confianza en la seguridad y la integridad de las elecciones. Además, entraron en vigor nuevas medidas que establecen sanciones por infracciones de las normas de protección de datos por parte de los partidos políticos europeos<sup>25</sup>. La Comisión recomendó a los Estados miembros que adoptaran el mismo enfoque a nivel nacional.
- ▶ **Fomento de la transparencia:** se invitó a los Estados miembros, los partidos políticos, las fundaciones y los organizadores de campañas a tomar medidas para aumentar la transparencia de las comunicaciones políticas y los anuncios. El objetivo era permitir que los ciudadanos de la UE reconocieran las comunicaciones y los anuncios políticos de pago en línea, y supieran quiénes son sus responsables. Pueden hacerlo, por ejemplo, facilitando en sus sitios web información relativa a sus gastos en actividades en línea y a los criterios específicos utilizados para los anuncios.

Sobre la base de esta experiencia, la Comisión adoptará en octubre de 2019 un informe exhaustivo sobre las elecciones, en particular sobre la aplicación del paquete de elecciones.

### C. Conclusiones

En el período previo a las elecciones europeas, el enfoque coordinado de la UE ayudó a garantizar una mejor preparación y coordinación de la lucha contra la desinformación. El análisis preliminar muestra que contribuyó a desenmascarar los intentos de desinformación y a preservar la integridad de las elecciones<sup>26</sup>, protegiendo al mismo tiempo la libertad de expresión. La participación más elevada en los últimos veinte años (50,97 %) refleja el interés de los ciudadanos por la Unión y la importancia de esta para sus vidas.

Sin embargo, no hay que dormirse en los laureles. La desinformación es una amenaza en evolución que requiere una investigación continua para actualizar nuestro conjunto de herramientas políticas en consonancia con las nuevas tendencias y prácticas. Las fuentes maliciosas, tanto dentro como fuera de la UE, utilizan constantemente nuevas tácticas, optando cada vez más por operaciones locales de menor escala que es menos probable que se puedan detectar y desenmascarar. No obstante, el objetivo sigue siendo el mismo: dividir a nuestra sociedad y socavar la confianza de los ciudadanos en las instituciones y los procesos democráticos.

<sup>23</sup> COM (2018) 638.

<sup>24</sup> [https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb-2019-03-13-statement-on-elections\\_en.pdf](https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb-2019-03-13-statement-on-elections_en.pdf).

<sup>25</sup> Reglamento (CE) n.º 2019/493 por el que se modifica el Reglamento 1141/2014 en lo que respecta a un procedimiento de verificación relativo a las infracciones de las normas de protección de los datos personales en el contexto de las elecciones al Parlamento Europeo, DO L 85I de 27.3.2019, pp. 7-10.

<sup>26</sup> Esto ha sido reconocido también por los agentes independientes y los medios de comunicación. Un estudio realizado por el Instituto de Internet de Oxford constató que menos del 4 % de las fuentes de información compartidas en Twitter antes de las elecciones europeas tenían contenidos de desinformación, mientras que los medios profesionales se compartieron en un 34 %. Según FactCheckEU, hubo menos desinformación de lo esperado en el período previo a las elecciones europeas y esta no dominó la conversación, como ocurrió en las pasadas elecciones en Brasil, Reino Unido, Francia o Estados Unidos.



Proteger nuestras instituciones y procesos democráticos contra la desinformación y la manipulación plantea un reto a largo plazo y requiere un esfuerzo continuo. Exige una labor conjunta de las instituciones de la UE, que precisa de unos recursos humanos y financieros adecuados para detectar, analizar y desenmascarar mejor las campañas de desinformación y combatir la desinformación a nivel nacional y de la UE. El sector privado, en particular las plataformas en línea, tiene una responsabilidad particular en la lucha contra la desinformación.

La contribución de la Comisión a la reunión informal de dirigentes de la EU-27 celebrada en Sibiu el 9 de mayo<sup>27</sup> dejó claro que el aumento de las campañas de desinformación específicas seguirá siendo un reto importante para el futuro, e instó a las instituciones de la UE y los Estados miembros a que actúen conjuntamente para hacer frente a la amenaza.

El Servicio Europeo de Acción Exterior y la Comisión, junto con los Estados miembros, reforzarán aún más la cooperación en el sistema de alerta rápida, incluido el desarrollo de una metodología común para el análisis y el desenmascaramiento de las campañas de desinformación, así como el refuerzo de las asociaciones con los socios internacionales, como el G-7 y la Organización del Tratado del Atlántico Norte.

Aún este año, la Comisión informará sobre la aplicación del paquete electoral y evaluará la eficacia del Código de prácticas. Sobre esta base podrán considerarse nuevas medidas para garantizar y mejorar nuestra respuesta a largo plazo a esta amenaza.

La Comisión y la Alta Representante se han comprometido a proseguir sus esfuerzos conjuntos para proteger nuestra democracia europea frente a la desinformación y la manipulación. Nuestra responsabilidad compartida es salvaguardar el derecho de los ciudadanos de la UE a una información real, objetiva y fiable.

---

<sup>27</sup> COM (2019) 218.