

Dictamen del Comité Europeo de las Regiones sobre «La lucha contra la desinformación en línea: un enfoque europeo»

(2019/C 168/04)

Ponente: Olgierd GEBLEWICZ (PL/PPE), presidente de la Región de Pomerania Occidental

Documento de referencia: COM(2018) 236 final

RECOMENDACIONES POLITICAS

EL COMITÉ EUROPEO DE LAS REGIONES

Observaciones

1. señala que en los últimos años se ha producido un cambio rápido e importante en el panorama mediático mundial. No hay que subestimar las consecuencias de este cambio en la vida social y política: las denominadas redes sociales, es decir, plataformas como Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube e Instagram, que en el plazo de unos pocos años han cambiado las formas en que se divulgan la información y las opiniones, desempeñan un papel cada vez más importante como canal prioritario de comunicación entre las personas, mientras que la influencia y la reputación de los medios de comunicación tradicionales así como su función como creadores de opinión han disminuido;
2. subraya que, en un futuro próximo, la mayor parte de la información viajará a través de los canales en línea, y las redes sociales posiblemente serán el principal vehículo de transmisión de la misma a las ciudadanas y los ciudadanos, sobre todo en los países occidentales: incluso ahora, más de la mitad de las europeas y europeos utilizan las redes sociales a diario o de dos a tres veces por semana;
3. observa que las redes sociales se caracterizan, sobre todo, por el hecho de que ofrecen a todos sus usuarios la posibilidad completamente nueva, que no brindan los medios de otro tipo, de comunicarse con todos los demás usuarios («many to many»): cada usuario de cualquier plataforma puede hacer llegar su mensaje, al menos potencialmente, a cada uno de los otros millones de usuarios sin la ayuda de una redacción, lo que tiene consecuencias tanto positivas como negativas;
4. señala, además, que otra característica de las redes sociales es que en los medios de comunicación «clásicos»(prensa, radio y televisión) hay un círculo de personas claro y definido (periodistas, redactores y personal administrativo) que decide qué se publica. A este grupo de personas se le puede exigir directamente responsabilidades de distintas maneras por sus decisiones. En el caso de las redes sociales, esto a menudo es mucho más difícil, porque, por ejemplo, primero es preciso determinar con precisión los autores y los canales de distribución. Al mismo tiempo, las redes sociales permiten la rápida difusión «viral» én de información falsa a una amplia audiencia;
5. subraya que la falta de responsabilidad típica de las redes sociales descrita anteriormente se debe tanto a la legislación vigente como a la posibilidad tolerada por todas las plataformas sociales de que el usuario se esconda detrás de la masa anónima;
6. observa con preocupación que la combinación del uso masivo, la falta de responsabilidad y el anonimato en las plataformas sociales ha provocado la vulneración de anteriores prácticas, principios, garantías jurídicas y costumbres que hasta ahora iban destinados a garantizar la fiabilidad de la información proporcionada;

7. manifiesta especial preocupación por que las redes sociales se utilicen para propagar la desinformación y, tanto por agentes internos como externos, como herramienta para la manipulación política, económica y social. La dimensión de la manipulación actual en las redes sociales es difícil de calcular: de los estudios científicos disponibles se desprende que solo en el año 2018 se organizaron campañas de manipulación y desinformación en redes sociales en 48 países, y que diversas fuerzas políticas (partidos, gobiernos, etc.) gastaron más de 500 millones de dólares en todo el mundo en manipulación psicológica y manipulación de la opinión pública en las redes sociales;

8. destaca, además, que esta desinformación se utiliza a menudo para difundir opiniones incompatibles con los «valores indivisibles y universales de la dignidad humana, la libertad, la igualdad y la solidaridad», consagrados en la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea y el Convenio Europeo de Derechos Humanos;

9. señala que la eficacia de estas campañas de desinformación aumenta enormemente cuando es posible tener acceso a los datos personales detallados de los usuarios de las redes sociales, acceso que se ha obtenido o adquirido a través de ellas, pues permite personalizar la desinformación ofrecida y, de esta manera, maximizar su efecto;

10. advierte de que los mecanismos actuales de funcionamiento de las redes sociales favorecen la propagación de las mentiras más que los de ningún otro canal de información: algunos estudios científicos señalan que es un 70 % más probable que los usuarios de Twitter retransmitan (retuiteen) la información falsa que la información real;

11. destaca que los estudios disponibles señalan otro fenómeno preocupante: los usuarios de las redes sociales tienen dificultades para valorar el fundamento y la veracidad de la información difundida por las redes sociales;

12. expresa su preocupación por el estado de preparación de la Unión Europea y sus Estados miembros para contrarrestar la nueva ola de desinformación que podría desencadenar la inteligencia artificial; la desinformación se considera ya como uno de los instrumentos más amenazadores de la estrategia bélica del futuro;

13. coincide con el Parlamento Europeo ⁽¹⁾ en hacer hincapié en la importancia para la UE y los Estados miembros de cooperar con proveedores de servicios de comunicación social para contrarrestar la propaganda difundida a través de canales de redes sociales que podría socavar la cohesión social de nuestros territorios desembocando en la radicalización de los ciudadanos, especialmente de nuestros jóvenes;

14. acoge con satisfacción el debate desarrollado hasta el momento a escala europea sobre la información falsa («fake news»). Con su Comunicación «La lucha contra la desinformación en línea: un enfoque europeo», la Comisión Europea proporciona un punto de referencia central para el actual debate sobre cómo se puede frenar la desinformación en internet;

15. señala que en la Comunicación de la Comisión se mencionan los siguientes cuatro elementos principales para una estrategia de lucha contra la desinformación:

— aumento de la transparencia (conocer la fuente de la desinformación, la forma en que se difunde y a quién se transmite, así como quién financia su creación y su divulgación);

— fomento de la diversidad de la información, sobre todo de fuentes que animan a las ciudadanas y ciudadanos a formarse una opinión crítica, gracias a una información de alta calidad garantizada por un periodismo de calidad;

— desarrollo de un sistema de evaluación de la fiabilidad de las fuentes de información;

— ejecución de programas de educación y de sensibilización para los ciudadanos;

(1) Parlamento Europeo 2016/2030 (INI).

16. observa con interés el informe del Grupo de Expertos de Alto Nivel sobre las noticias falsas y la desinformación en línea, creado por la Comisión, que debe considerarse un importante complemento de la Comunicación de la Comisión. El grupo de expertos ha identificado cada ámbito en el que las medidas actuales han fracasado, por ejemplo, la falta de transparencia que rige el funcionamiento de los algoritmos utilizados por las plataformas sociales para determinar cómo se valoran los contenidos y en qué orden se transmiten a los usuarios;

17. destaca la valiosa labor del Grupo de Trabajo East StratCom, que es el responsable de la detección de las campañas de propaganda y desinformación de Rusia en el Servicio Europeo de Acción Exterior;

18. subraya, asimismo, el debate celebrado en el Parlamento Europeo sobre la desinformación en internet, que, debido a las diferencias de opinión entre los diferentes grupos políticos, no condujo a una Posición Común sobre los medios para luchar contra la desinformación; sin embargo, se hizo hincapié sobre todo en que la influencia de las herramientas de propaganda rusas debería ser motivo de gran preocupación para la opinión pública de los Estados miembros de la Unión;

Prioridades

19. destaca que la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea reconoce el derecho de todos los ciudadanos y ciudadanas de la Unión a la libertad de expresión, incluido el derecho a las propias convicciones, así como a recabar y compartir información y opiniones sin la intromisión de los organismos públicos y a través de las fronteras nacionales. El objetivo de las medidas de las instituciones de la Unión debe consistir en garantizar efectivamente el derecho a la información;

20. señala que el peligro que representa la desinformación amenaza a las sociedades e instituciones democráticas a todos los niveles; el poder destructivo de la información falsa difundida en internet con fines específicos puede dirigirse tanto contra las comunidades locales (y a los procesos políticos, incluidas las elecciones europeas, nacionales y municipales) como contra el Estado en general; por este motivo, la lucha contra la desinformación debe constituir una prioridad de cara a las elecciones europeas, tanto para las instituciones europeas como para las redes sociales, a fin de garantizar unas elecciones libres y justas;

21. destaca, asimismo, que la desinformación perjudica a la sociedad de muchas maneras: no solo se toman decisiones políticas sobre la base de falsas suposiciones, sino que también puede incitar al odio y a la agresividad, perjudicar a las ciudadanas y ciudadanos (a nivel material) y amenazar su integridad física. A largo plazo, la desinformación socavaría asimismo la confianza de los ciudadanos en cualquier fuente de información y en las instituciones, las autoridades y la democracia.

22. subraya, además, que la lucha contra la desinformación en línea no puede sacrificar la libertad de expresión o el derecho a la protección de los datos personales —estos deben seguir siendo en todo momento propiedad inalienable de cada usuario, que será el único habilitado para autorizar, revocar y someter a auditoría el acceso a la totalidad o parte de los datos— y otros valores fundamentales de la Unión Europea. Cualquier tipo de censura es inadmisibles. las soluciones escogidas deben ser proporcionadas;

23. toma nota de que, actualmente, los agentes principales en el ámbito de las redes sociales están centrando sus esfuerzos para luchar contra la desinformación —con el apoyo de las instituciones de la UE—, principalmente, en la «autorregulación» las redes sociales y la cooperación voluntaria con organismos externos (por ejemplo, organizaciones que revisan hechos) y autoridades; las plataformas de redes sociales deben redoblar sus esfuerzos para combatir las noticias falsas utilizando marcadores, comprobando los hechos e interviniendo para cerrar las cuentas falsas, entre otras cosas, al mismo tiempo que dedican recursos suficientes a la supervisión de los flujos de información en diferentes lenguas, en todos los Estados miembros de la UE. Además, las plataformas de redes sociales deberían potenciar el concepto de «cuentas verificadas» usuarios, caso de Facebook, Twitter, Instagram o Youtube, para vincularlas como fuentes fiables y éticas;

24. señala que, si las medidas tomadas actualmente (como el código de conducta no vinculante para la lucha contra la desinformación que Facebook, Twitter y otras plataformas adoptaron voluntariamente en 2018) resultaran insuficientes y el problema de la desinformación continúa creciendo, podría ser necesario utilizar instrumentos jurídicos para imponer medidas apropiadas a los responsables de las redes sociales;

El papel de los entes territoriales en la lucha contra la desinformación

25. señala que, a través de su influencia, entre otros, en los procesos políticos y sociales a escala local, la desinformación también repercute en la organización de la vida comunitaria local y, en última instancia, en la calidad de vida del ciudadano individual;

26. destaca que, debido a su papel de representante de los entes regionales y locales de la Unión sancionado en los Tratados, está predestinado a participar en el debate sobre la amenaza de la desinformación, así como a iniciar y coordinar las medidas de los entes territoriales europeos para luchar contra este fenómeno, lo que también se ajusta al principio generalmente aceptado de que la lucha contra la desinformación debe basarse en la cooperación de muchas instituciones diferentes;

27. señala los tres ámbitos clave siguientes en los que el Comité de las Regiones y los entes territoriales pueden tomar la iniciativa y apoyar de manera efectiva los esfuerzos para luchar contra la desinformación en línea: la educación cívica, el apoyo a las organizaciones no gubernamentales y a la sociedad civil, así como la promoción de los medios de comunicación locales éticos;

Educación cívica

28. apoya la conclusión adoptada en el informe del Grupo de Expertos de Alto Nivel sobre las noticias falsas y la desinformación en línea, según la cual la educación y la transmisión de conocimientos sobre el uso responsable y civilizado de los medios en internet y, en particular, de las redes sociales constituyen, a largo plazo, la mejor manera de combatir la desinformación;

29. observa con interés la propuesta de la Comisión Europea para el nuevo programa «Europa Digital» el período 2021-2027, pero, al mismo tiempo, pide al Parlamento Europeo que presente una propuesta para crear una sociedad informada e inmune a la propaganda, con las competencias necesarias para revisar la información difundida a través de internet, a la que debería dedicarse un enfoque específico en el Fondo Social Europeo 2021-2027;

30. señala que los entes territoriales —que, al ser los más próximos a los ciudadanos, a menudo son responsables de la organización de la educación primaria y secundaria— están mejor posicionados para realizar programas educativos, que promuevan el uso responsable de las fuentes de información en línea y la capacidad para distinguir entre fuentes fiables y no fiables;

31. anima a los entes territoriales a que tomen sus propias medidas para garantizar que en los planes de estudios de todas las escuelas a partir de la enseñanza primaria se incluye la enseñanza de competencias para utilizar adecuadamente los medios de comunicación en internet;

32. señala, en este sentido, que los programas de educación deben diseñarse, de modo que sean fáciles de modificar y de completar para ajustarse a la naturaleza continuamente cambiante de los medios de comunicación en línea y, en particular, de las redes sociales;

33. destaca, además, que, al transmitir un uso consciente de los medios de comunicación en línea, hay que tener en cuenta el hecho de que sus mensajes a menudo tienen una dimensión emocional que los usuarios, a veces, solo perciben de forma subconsciente. Por eso, sería necesaria la formación de los docentes para que puedan proporcionar a los usuarios (participantes en los programas educativos) herramientas apropiadas para su edad y adaptadas a cada nivel de enseñanza, para que no caigan en la trampa emocional de las redes sociales ni en la trampa de los denominados sesgos cognitivos, en que solo se consideran verdaderas la información y las opiniones que ya apoyan las propias convicciones;

34. advierte que la formación y herramientas para los docentes deben ser un requisito previo debido a la dificultad de enseñar inteligencia emocional y pensamiento crítico. En general el profesorado no ha recibido formación en esta área, y no necesariamente es consciente no solo de su importancia sino incluso de su existencia. La dificultad de enseñar una habilidad profunda, si el docente no la tiene, debería ser compensada con herramientas y procesos acordes con la importancia de estas habilidades, no solo para afrontar la desinformación sino para el desarrollo de la persona como ciudadano y profesional;

35. señala que es importante explicar a los usuarios que el diseño de algunas redes sociales —y, hasta cierto punto, también de algunos medios de comunicación tradicionales— puede conducir a generar «burbujas de información» o «cámaras de eco», en las que los usuarios se ven confrontados únicamente con opiniones e información que encajan en su concepción del mundo, entre las que puede haber también, en determinados casos, información falsa, cuya posterior rectificación no llega a los usuarios. Además, los mecanismos de las redes sociales a menudo parecen dificultar un diálogo objetivo en torno a puntos de vista y perspectivas diferentes y complicar el acuerdo en torno a compromisos, elemento que constituye la esencia misma de la democracia;

36. pide a los entes territoriales y a los centros de enseñanza que conciencien continuamente a los consumidores, especialmente a los jóvenes, de que la protección contra la desinformación en línea redunda en su propio interés. La desinformación no solo se limita al ámbito político y social, sino que su presencia es igual de importante en el marketing (servicios financieros, comercio en línea y asesoramiento sanitario) y las decisiones importantes que se toman sobre la base de la desinformación pueden tener graves consecuencias;

37. se compromete a apoyar a los entes territoriales en esta labor, por ejemplo, recopilando las experiencias adquiridas por cada Estado miembro de la Unión y poniendo en marcha el desarrollo de códigos de conducta;

Apoyo a las organizaciones no gubernamentales

38. pide a los entes territoriales y a la sociedad que creen un marco de apoyo al tercer sector, que tenga por objetivo luchar contra la desinformación (por ejemplo, mediante la verificación de hechos o la educación cívica);

39. subraya que dicho apoyo es necesario porque los costes de verificar la veracidad de la información son significativamente más elevados que los de diseminar información falsa. Las organizaciones independientes que verifican hechos y aquellas que desean explicar a las ciudadanas y ciudadanos cómo desenmascarar mentiras deben recibir apoyo material;

40. señala que son precisamente los entes locales y regionales los que están destinados a prestar dicho apoyo, que puede adoptar diversas formas, entre ellas, la concesión de subvenciones en el marco de licitaciones o la concesión preferente de alquileres de locales;

41. se compromete a asumir el papel de coordinador, a fin de determinar las mejores prácticas y facilitar el intercambio de experiencias;

Apoyo a los medios de comunicación locales

42. destaca que un porcentaje muy elevado de desinformación difundida en internet tiene una relevancia local y, por lo tanto, los medios de comunicación locales y regionales existentes pueden tener un papel importante a la hora de invalidarla, siguiendo protocolos al respecto y con el apoyo adecuado. Por estos motivos, entre otros, el CDR subraya la importancia de disponer de medios de comunicación locales y regionales de calidad, lo que incluye a agentes locales y regionales dinámicos de este sector, entre los cuales también son importantes los pertenecientes al servicio público. Esto es particularmente importante durante la fase de transición que atraviesan la producción y el consumo de estos medios;

43. señala que la prensa local, por su diversidad, es garantía de defensa de la pluralidad política e informativa de cualquier región o territorio y que la defensa de esa pluralidad debe ser un objetivo prioritario. En la actualidad, los medios de comunicación locales se encuentran en una posición difícil en muchos Estados miembros de la Unión, ya que la entrada en el mercado de las redes sociales, que cuentan con las capacidades técnicas para dirigirse a los usuarios de manera individual y para enviar mensajes específicamente destinados a individuos, ha arrebatado a los medios de comunicación locales su base financiera —que hasta entonces les ofrecían los anuncios clasificados— necesaria para su trabajo; a esto se añaden, en algunos casos, intentos deliberados a nivel político de debilitar la pluralidad de los medios de comunicación. Es evidente que unos medios locales debilitados a nivel financiero tienen menos posibilidades de enfrentarse activamente a la divulgación de mentiras en internet;

44. pide, por lo tanto, que se inicie un debate paneuropeo sobre cómo se puede apoyar a los medios de comunicación locales. El debate debe abordar dos aspectos que no son mutuamente excluyentes: el apoyo a los medios de comunicación mediante el desarrollo de modelos empresariales viables y la ayuda que los entes territoriales (las comunidades locales, pero también las instituciones de nivel central y europeo) pueden prestar a los medios locales, por ejemplo, mediante subsidios a determinados medios de comunicación, para garantizar una diversidad de opiniones saludable y, al mismo tiempo, respetar los principios del mercado interior de la Unión y, en particular, las disposiciones sobre ayudas estatales. Mientras tanto, recomienda a las instituciones locales y regionales que pongan en marcha medidas provisionales de apoyo a prensa local para asegurar su supervivencia.

Bruselas, 6 de febrero de 2019.

El Presidente
del Comité Europeo de las Regiones
Karl-Heinz LAMBERTZ
