

# De las *fake news* a la polarización digital. Una década de hibridación de desinformación y propaganda

*From fake news to digital polarization. A decade of hybridization of disinformation and propaganda*



**Raúl Magallón-Rosa**  
Profesor de la Universidad Carlos III  
de Madrid  
raul.magallon@uc3m.es  
@raulmagallon  
ORCID: 0000-0002-2236-7802

## Resumen

Pocos acontecimientos pueden ser considerados globales e históricos al mismo tiempo, pero cuando ocurren generan un nivel de intensidad informativa que satura la dieta informativa cotidiana y, paralelamente, también modifican estructuras informativas consolidadas. El objetivo de este trabajo es hacer un análisis descriptivo y estructurado de la evolución de la desinformación en la última década, e intentar apuntar a los principales elementos que caracterizan a la transformación de las nuevas estrategias de poder que se desarrollan en la esfera pública digital. Para ello, se analiza de forma retrospectiva los siguientes procesos: la normalización de los procesos de desinformación política y social, el nuevo papel de intermediación de los partidos políticos, los movimientos sociales y los grupos de presión, así como los nuevos canales de mediación y (des)intermediación. Desde esta perspectiva, hay cuatro momentos fundamentales que explican parcialmente la consolidación del nuevo escenario: el papel de los movimientos sociales y el activismo a principios de la segunda década del siglo XXI (Primavera Árabe, 15-M u *Occupy Wall Street*), el año 2016 entendido como el año de la consolidación de la polarización política como estrategia política (Bréxit, referéndum en Colombia o elecciones en EEUU), la desinformación relacionada con la pandemia y la globalización de determinadas narrativas (desde 2020 hasta la actualidad) y la hibridación de propaganda y desinformación que se empezó a consolidar tras la invasión rusa en Ucrania a partir de febrero de 2022. Estos cuatro acontecimientos históricos y mediáticos han modificado el papel de las redes sociales (de herramienta de conversación a medios de propaganda, de empresas tecnológicas a intermediarios con capacidad de edición y distribución), la redefinición e importancia de la libertad de expresión e información, la resiliencia y transformación de los sistemas de gobierno en contextos globales (tanto de las democracias como de las dictaduras), el papel de los medios de comunicación en la nueva esfera pública digital (de cuarto poder a altavoces (in)voluntarios del discurso político) y la facilidad para romper las barreras de entrada a los sistemas políticos tradicionales a través de estrategias populistas transnacionales.

### Palabras clave

Polarización; *fake news*; desinformación; propaganda; redes sociales.

## Abstract

*Few events can be considered global and historical at the same time, but when they occur they can generate a level of information intensity that saturates the daily information diet and, in parallel, they also modify consolidated information structures. The objective of this work is to make a descriptive and structured analysis of the evolution of disinformation in the last decade, and try to point out the main elements that characterize the transformation of the new power strategies that are developed in the digital public sphere. To this end, the following processes are retrospectively analyzed: the normalization of political and social disinformation processes, the new intermediary role of political parties, social movements and lobbies, as well as the new (dis)intermediation channels. From this perspective, there are four fundamental moments that partially explain the consolidation of the new scenario: the role of social movements and activism at the beginning of the second decade of the 21st century (Arab Spring, 15-M or Occupy*

*Wall Street), the year 2016 understood as the year of the consolidation of political polarization as a political strategy (Brexit, referendum in Colombia or elections in the US), disinformation related to the pandemic and the globalization of several narratives (from 2020 to the present) and the hybridization of propaganda and misinformation that began to consolidate after the Russian invasion of Ukraine from February 2022. These four historical and media events have changed the role of social networks (from a conversation tool to propaganda media, from tech companies to intermediaries with editing and distribution capacity), the redefinition and importance of freedom of expression and information, the resilience and transformation of government systems in global contexts (both democracies and dictatorships), the role of the media in the new digital public sphere (from fourth power to (in)voluntary speakers of political discourse) and the facility to break down the entry barriers to traditional political systems through transnational populist strategies.*

**Keywords**

*Polarization; fake news; disinformation; propaganda; social networks.*

## 1. Introducción. Acontecimientos históricos que han redefinido el concepto de desinformación en la última década.<sup>1</sup>

Pocos acontecimientos pueden ser considerados globales e históricos al mismo tiempo, pero cuando ocurren generan un nivel de intensidad informativa que satura la dieta informativa cotidiana además de modificar estructuras informativas, sociales y políticas consolidadas.

El objetivo de este artículo es analizar la evolución de la desinformación en la última década, y describir las características principales que conforman la transformación de las nuevas estrategias de poder y conflicto que se desarrollan en la esfera pública digital.

Metodológicamente, se pone el foco en la normalización de los procesos de desinformación política y social y en su uso por parte de partidos políticos y, en menor medida, grupos de presión transnacionales.

Para comprender el contexto, en primer lugar, es importante recordar que el término *fake news* fue normalizado principalmente por el expresidente de los EEUU, Donald Trump y se internacionalizó de forma rápida y estratégicamente repetida (Tandoc *et al.*, 2018). Sin embargo y, a pesar de su uso generalizado, éste es un término parcialmente evitado por académicos e investigadores.

Claire Wardle y Hossein Derakhshan publicaron en 2017 *El Desorden de la información: Hacia un marco interdisciplinario para la investigación y la formulación de políticas* en el que señalaban:

Nos abstenemos de utilizar el término 'fake news' por dos razones. En primer lugar, lamentablemente es inadecuado para describir el complejo fenómeno de la contaminación de la información. El término también ha comenzado a ser apropiado por los políticos de todo el mundo para describir a las organizaciones de noticias cuya cobertura encuentran desagradable. De esta manera, se está convirtiendo en el mecanismo por el cual los poderosos pueden atacar, restringir, socavar y burlar la prensa libre.

En el informe, los autores distinguían entre *misinformation* (información errónea), *disinformation* (contenido manipulado) y *malinformation* (discurso del odio, filtraciones con el objetivo de dañar a personas, acoso digital...).

Entre las críticas destacadas al uso del término *fake news* también estaba la de Ben Nimmo y Graham Brookie (2018) quienes subrayaban que «invocar a las *fake news* crea un ambiente más favorable para la falsedad y el engaño, al devaluar el trabajo de quienes informan sobre los hechos y exponen genuinamente la desinformación».

---

1. Este trabajo se integra dentro del proyecto IBERIFIER - Iberian Digital Media Research and Fact-Checking Hub, Ref. 2020-EU-IA-0252). Convocatoria 2020 CEF Telecom European Digital Media Observatory de la Comisión Europea.

En cualquier caso, cada vez que hablemos de desinformación es importante recordar que ésta puede producirse por cuestiones económicas, por tribalismo y refuerzo de nuestros prejuicios, para intentar cambiar la opinión pública(da) de forma camuflada o, sencillamente, para dividir (Bennett y Livingston, 2018). Además, cada vez se usa con más frecuencia para desacreditar al adversario político en el poder y situarlo en una posición de igualdad de valores y ética frente a los candidatos de la oposición.

Desde esta perspectiva, metodológicamente se propone la consideración de cuatro momentos/procesos fundamentales que explican la consolidación del nuevo escenario de desinformación (Magallón-Rosa, 2019; Lozano, 2002): el papel de los movimientos sociales y el activismo a principios de la segunda década del siglo XXI (primavera árabe, 15-M u *Occupy Wall Street*), el año 2016 entendido como el año de la consolidación de la polarización política (Bréxit, referéndum en Colombia o elecciones en EE.UU.) (Allcott y Gentzkow, 2017), la desinformación relacionada con la pandemia, su tsunami informativo y la globalización de determinadas narrativas (desde 2020 hasta la actualidad) y la hibridación de propaganda y desinformación que se ha empezado a consolidar tras la invasión rusa en Ucrania.

**Tabla 1. Acontecimientos más importantes que explican la evolución de la desinformación en la última década.**

Acontecimiento	Cambio político	Cambio mediático
Revoluciones de 2011	Desarrollo de movimientos sociales	Las redes sociales como altavoz político
Procesos electorales de 2016	Polarización y <i>fake news</i>	Las redes sociales como herramientas de (re)intermediación de los mensajes políticos
Pandemia	Opacidad y teorías de la conspiración	Desconfianza en representantes políticos, normalización de canales y mensajes alternativos
Invasión a Ucrania	Realineamiento de relaciones internacionales	Tendencias por consolidar: mundo más opaco, fatiga informativa y más propaganda estatal

Fuente: elaboración propia.

## 1.1. Cómo el cambio mediático ha favorecido el auge de la desinformación

En esta década de auge de la desinformación hemos visto cómo se amplió el abanico del ecosistema mediático y la esfera pública con la llegada de los nativos digitales, de nuevos partidos políticos y de temas y enfoques de la agenda pública que hasta entonces se marcaban principalmente desde los medios de comunicación tradicionales.

También vimos como las redes sociales pasaron de ser herramienta de comunicación preferente de los movimientos sociales y de grupos dinamizadores de nuevas formas de conocimiento a campo de batalla cultural casi diaria.

Esta década también nos ha llevado a vincular desinformación con desconfianza en el sistema mediático. En 2022, y por primera vez desde que se

publican los informes del *Digital News Report España* (desde el año 2014), el porcentaje de los que no confían en las noticias en general (39%) supera al de aquellos que sí lo hacen habitualmente (32%).<sup>2</sup>

También ha cambiado la manera que tenemos de informarnos. Estar más conectados ha tenido consecuencias (no) esperadas desde el punto de vista informativo. El soporte –en este caso el teléfono móvil– ha demostrado no estar diseñado para la profundidad en la búsqueda y lectura de la información y sí para un aumento exponencial de la necesidad de estar conectados/comunicados.

En la actualidad uno de los problemas de la desinformación involuntaria –del acercamiento de baja intensidad a la complejidad informativa– es que el 75% de los encuestados afirma informarse por el móvil y el 36% por el ordenador (Vara *et al.*, 2022). En 2018, cuatro años antes, el número de personas que se informaban por el ordenador era mayor que el que lo hacía por el teléfono móvil.

Una de las consecuencias de este escenario es la incapacidad a responder a la pregunta de si estar más informado significa hoy estar mejor informado y, sobre todo, qué ventajas se obtiene de ello. De este modo, se presenta una dualidad informativa que señala el informe del *Reuters Institute* de 2022: frente a un grupo indiferente e incluso crítico hacia la información, sigue existiendo otro segmento de la población muy interesado y preocupado por los asuntos públicos, especialmente los más próximos y locales.

Como consecuencia de esta desconexión informativa creciente, el porcentaje de españoles muy interesados (totalmente o mucho) en la información ha caído treinta puntos en 8 años, pasando del 85% en 2015 al 55% en 2022. Paralelamente, el porcentaje de desinteresados en las noticias ha aumentado en 10 puntos a lo largo de este periodo de tiempo: del 1% al 11% (Vara *et al.*, 2022).

Esta fatiga y hastío informativo no solo tiene consecuencias para el ecosistema mediático tradicional, sino que ha acabado influyendo en nuestra percepción de la política y, por supuesto, de las políticas públicas.

## 2. Las redes sociales como herramientas (des)movilizadoras.

El escenario actual de desinformación y propaganda digital se fue construyendo en torno a las posibilidades de mejora individual y colectiva que ofrecía un internet por conquistar –pero sobre todo por definir– para nuestras sociedades. Más allá de la transparencia de las administraciones y gobiernos y de la recuperación del concepto de aldea global (McLuhan, 1995), cuestiones como la inteligencia colectiva (Levy, 1994), las multitudes inteligentes (Rheingold, 2002) o la cultura de la convergencia (Jenkins, 2006) permitieron

---

2. Véase: <https://www.digitalnewsreport.es/resumen-ejecutivo-el-interes-y-la-confianza-en-los-medios-caen-pese-al-mayor-compromiso-de-algunos-lectores-digitales-con-las-suscripciones/>

generar una atmósfera de cambio de paradigma que alimentaba el carácter democratizador de los distintos movimientos sociales, ideológicos y políticos que se desarrollaron globalmente entre 2008 y 2012.

Este cambio de paradigma nos empujó a una visión ciberutópica de comunicación bidireccional y alternativa que ofrecían las redes sociales y su gran conversación (Morozov, 2011) y a la ampliación de una cultura de la transparencia y rendición de cuentas de los gobiernos que empezó a ser demandada principalmente desde la sociedad civil y que la pandemia redujo de forma significativa.

En esos primeros años del siglo XXI, y hasta el momento en que el concepto de *fake news* se instaló en nuestro imaginario, la evolución de internet estaba completamente desligada del papel tóxico que transmiten las redes sociales en la actualidad. La ingenuidad de lo desconocido dio paso al sarcasmo de lo instrumentalizado (Wu, 2020).

Este escenario también implicó una redefinición de la esfera pública. Los medios y actores políticos tradicionales dejaron de tener por un tiempo el monopolio de la agenda pública, pero también la capacidad para orientar y canalizar de forma unidireccional las conversaciones de lo público.

El papel de organización en red de nuevos partidos y candidatos sin un altavoz mediático tradicional alcanzó niveles de profesionalización inexistentes hasta entonces y acabó conquistando y ocupando parte de los espacios tradicionales de los medios de comunicación. En muchas ocasiones, a través de la lógica de criticar el funcionamiento de esos altavoces tradicionales que les daban voz.

Simultáneamente, algunos actores vieron que generaban nuevas audiencias y otros que podían crear nuevas estrategias que les permitían ofrecer un relato victimista y que el algoritmo pasional de la nueva cultura digital hizo cada vez más efectivo.

Por otra parte, y desde un punto de vista informativo, el carácter abierto y vinculado a la gestión del conocimiento de las redes sociales también ha ido evolucionando.

Primero fueron entendidas como una plataforma de visibilización para movimientos sociales, un espacio preferente de nuevos relatos y formas de conocimiento, después fueron *ocupadas* por periodistas y mediadores que necesitaban crear una marca digital.

Paralelamente, fueron exploradas como un canal alternativo y más real al discurso mediático dominante y en los últimos tiempos han sido reducidas a un escenario permanente de batalla cultural y toxicidad informativa (Peirano, 2019; Parisier, 2017; Vosoughi *et al.*, 2018).

Al respecto, hemos visto como desde las elecciones estadounidenses de 2016, los partidos políticos trabajan el análisis de sentimiento en redes sociales con temas de gran complejidad emocional como son el aborto, la

inmigración, las armas, los impuestos, la identidad nacional (Zuboff, 2020; Aparici *et al.*, 2019), etc.

Este escenario ha hecho que la creciente desconfianza hacia las empresas tecnológicas esté empezando a rehacer biográficamente todo su recorrido como una estrategia diseñada desde el principio y que estaba basada en la confusión. Una estrategia que tenía como único objetivo de alcanzar determinados intereses puramente económicos.

Al respecto, Charlie Warzel (2019) señalaba en *The New York Times* que las grandes tecnológicas fueron diseñadas para ser tóxicas, de este modo «los resultados parecen sugerir que estas plataformas fueron diseñadas intencionalmente para mantenerte pegado a tu pantalla para ver un video más, un retweet más, una porción indignada más de una lectura de odio».

Por otra parte, la pandemia nos dejó tres principales ideas sobre las empresas tecnológicas: ha crecido su importancia desde un punto de vista político, cada vez hay más actores que las entienden instrumentalmente y diseñan su estrategia pensando en ellas como un dispositivo para lograr determinados fines y, por último, su capacidad para resolver sus propios problemas es mucho más limitada de lo que inicialmente podríamos pensar (Magallón, 2020).

Newton (2020), en este sentido, señala que un resultado significativo de la pandemia ha sido que las grandes compañías tecnológicas, que durante mucho tiempo han sido reacias a intervenir en cuestiones de moderación de contenidos, se han vuelto mucho más decididas a la hora de tomar medidas.

Por su parte, Barrett (2020) destaca que «las plataformas están asumiendo la posición de *mediador* de la verdad en hasta cuatro categorías de contenido: salud, medios manipulados, acontecimientos trágicos y procesos cívicos (votaciones)».

Estas serían las áreas limitadas con consenso institucional y científico -pero sobre todo jurídico- donde las falsedades podían causar daños demostrables.

Sin embargo, tal y como veremos, ese papel activo de moderación de los contenidos está teniendo consecuencias posteriores de cara a entender la necesidad de ser reguladas por los diferentes estados y a ver la oportunidad o debilidad que esto significa para la libertad de expresión e información.

### 3. El trumpismo y la polarización como herramienta de conflicto con el poder precedente

El papel del expresidente de los EE.UU. Donald Trump es fundamental para entender el cambio de paradigma informacional que supuso su figura a la hora de entrar en una nueva fase de desarrollo de internet, pero también

para la reestructuración de las relaciones internacionales y la geopolítica mundial (Klein, 2021).

Su estrategia de publicación de mensajes en Twitter –donde llegó a tener más de 88 millones de seguidores– se demostró eficaz en los resultados y en el cambio de paradigma propuesto: desacreditar las publicaciones de los medios de comunicación contra su figura, marcar la agenda de los temas del día y movilizar a sus simpatizantes.

En esta nueva fase, las redes sociales empezaron a ser entendidas como canalizadoras de la confrontación política y facilitaron la normalización del extremismo discursivo como estrategia y táctica de acceso al poder.

Paralelamente, permitieron evidenciar el nuevo papel del periodismo en la cobertura de la información política, el de altavoz involuntario de la polarización. El periodismo actual todavía no ha encontrado la forma de responder a un nuevo escenario en el que su centralidad es cada vez menor y su capacidad de respuesta a los hechos alternativos se ha reducido.

En este contexto, el legado del mandato presidencial de Trump fue tan relevante que pareciera como si la desinformación naciera con su figura –aunque en países como Francia hay leyes que desde el siglo XIX la penalizan– y muchos actores políticos no tardaron en intentar imitarle con más o menos éxito.

Recordemos que el *Oxford Dictionaries Word* eligió en 2016 el adjetivo *post-truth*/post-verdad como la palabra del año. Un adjetivo que pretendían vincularlo a las circunstancias en las que los hechos objetivos son menos influyentes en la formación de la opinión pública que las apelaciones a la emoción y a las creencias. De este modo, y para explicar lo ocurrido con el Brexit, el referéndum de paz en Colombia o las elecciones en EE.UU. de 2016, se viralizaron los conceptos de política de la posverdad y *de hechos alternativos*.

Desde esta perspectiva, el escenario de polarización y desconfianza hacia el sistema político y mediático presentó dos miradas complementarias: la del escepticismo saludable y la de la indiferencia que paraliza.

Ambas han estado marcadas por el ciclo económico y de reducción de las desigualdades. En general, las sociedades establecen sistemas de rendición de cuentas para desarrollar instituciones honestas y poder penalizar a aquellos actores que por sus acciones o declaraciones no son de fiar.

Sin embargo, la polarización genera desconfianza, pero también indiferencia. Principalmente entre aquellos grupos vulnerables que más necesitan ser escuchados y menos lejos llegan sus reivindicaciones. Esta indiferencia muchas veces acaba convirtiéndose en apatía y, por lo tanto, en abstención electoral.

De este modo, una de las estrategias de desinformación más recurrentes de las campañas electorales actuales es la supresión del voto. Tan o más importante es movilizar a nuestros simpatizantes como conseguir que aquellos

que en ningún caso van a apoyar a un partido o un candidato decidan precisamente *no ir a votar* (Klein, 2021).

En estos años hemos visto como la polarización aumenta a medida que los partidos políticos se convierten en una parte importante de nuestra identidad, pero también cuando una de las principales banderas de las guerras culturales -aborto, feminismo, religión, nacionalismo o inmigración- se convierten en un eje de nuestra ideología y, por lo tanto, de nuestra burbuja informativa cotidiana.

#### **4. La pandemia. El miedo y la incertidumbre de lo desconocido como catalizador de la desinformación**

Por su carácter global y simultáneo, el inicio de la pandemia de COVID-19 fue un punto de vista de inflexión para una mejor comprensión de las estrategias de desinformación, pero también para que los representantes políticos y legisladores fueran conscientes de la necesidad de dar respuestas rápidas y transversales a un escenario de gran complejidad (Brennen *et al.*, 2020).

Como ya ha sido analizado de forma variada por distintos estudios (Salaverria *et al.*, 2021; Sánchez-Duarte y Magallón-Rosa, 2021), uno de los principales factores que aumentó el tsunami de desinformación de la pandemia fue la mediatización extrema generada por el confinamiento.

Este escenario excepcional reforzó la idea de que el miedo y la desinformación están estrechamente vinculados. Cuanto menos se podía ver y comprobar la realidad físicamente, más dudas aparecían sobre el contenido cierto de los acontecimientos, más necesidad había de consumir información que se ajustara a nuestro sistema de valores y más posibilidad había de que ante la falta de información aparecieran relatos y ecosistemas alternativos (García-Marín, 2020).

Paralelamente, una de las consecuencias más claras de la pandemia es que se identificó una tendencia cada vez más común: los promotores y amplificadores de bulos tienen la capacidad de readaptar cualquier tipo de desinformación a un contexto local, permitiendo que sean replicados en países muy distintos de forma bastante rápida, intuitiva y viral.

En cualquier caso, y aunque la pandemia sirvió de catalizador para muchas narrativas conspiranoicas, es importante recordar que los movimientos antivacunas, el terraplanismo, las supuestas enfermedades originadas por las ondas electromagnéticas, el negacionismo climático o las pseudoterapias ya habían visto en los últimos años ventanas en el mundo digital para la ampliación de su discurso y la captación de nuevos simpatizantes y militantes (Molina-Cañabate y Magallón-Rosa, 2020).

Una idea fundamental para entender un poco mejor lo sucedido al principio de la pandemia es que los teóricos de la conspiración pueden creer simultáneamente cosas contradictorias continuamente.

Un ejemplo es la relación con los medios de comunicación tradicionales y el axioma «esto no lo verás en los medios». En muchas ocasiones, ese mensaje aparece tras haber visto la información en un medio digital, pero no en televisión.

En este sentido, este tipo de actores digitales muestran un pensamiento contradictorio al presentarse como víctimas y héroes. Se ven a sí mismos como estos héroes en posesión de la verdad, pero también como víctimas de un sistema que les expulsa.

Las teorías de conspiración circulan entre los individuos y colectivos para ofrecer respuestas rápidas a fenómenos sociales bastante amplios y complejos (Saglam, 2020). Y pocos fenómenos más complejos y globales que una pandemia.

Paralelamente, también vimos como a nivel global la polarización generó desconexión ante escenarios de división política (Masip *et al.*, 2020). De esta manera, una tendencia general que se reprodujo de manera «glocal» fue la de la fatiga informativa (Lázaro-Rodríguez y Herrera-Viedma, 2020).

A una primera fase con consumo excesivo de información sobre el coronavirus le siguió una fase de desconexión informativa (Kalogeropoulos *et al.*, 2020).

Como se preguntaba el periodista de *El País*, Javier Salas: «¿Qué es mejor, información de mala calidad ahora o ninguna información hasta que sea fiable?» (Salas, 2020).

En este sentido, durante la pandemia vimos un fenómeno bastante paradójico: al inicio del confinamiento, las audiencias y lectores de los medios de comunicación digitales llegaron a duplicarse, pero los ingresos de publicidad se redujeron inicialmente de forma significativa. Entre otras cuestiones, porque los anunciantes no querían vincular sus productos a informaciones relacionadas con el coronavirus.

De esta forma, y de forma temporal, el aumento del tráfico a los sitios web de los medios no se vio reflejado en un aumento del presupuesto destinado a medios por parte de los anunciantes.

En este contexto, 2020 se presentó en España como el año en que los medios empezaron a cerrar los contenidos en torno a modelos de pago. Si bien la mayoría de los grandes medios lograba más ingresos por publicidad digital que por el papel, el crecimiento era insuficiente para mantener grandes redacciones.

Como consecuencia, reapareció el debate sobre la relación entre pago e información de calidad: la pregunta era si con la reaparición de las suscripciones, los muros de pago y los contenidos *premium* se volvería a crear una

brecha de (des)información y falta de conocimiento entre aquellos que pueden pagarse la información de los medios de información y los que no pueden permitírselo (Cerezo, 2019).

En cualquier caso, podemos señalar que esta brecha entre informados y desinformados por las redes sociales, plataformas de mensajería y canales alternativos tiene que ver más con mecanismos de alfabetización digital que con el acceso a medios de pago o fuentes gratuitas.

Paralelamente, y desde un punto de vista de la rendición de cuentas de los representantes políticos, vimos como en Europa los gobiernos no fueron especialmente penalizados por la gestión del confinamiento. Sin embargo, poco a poco se empezó a distinguir entre la gestión de la pandemia y la gestión de la crisis (encadenada además por la guerra en Ucrania). Es decir, entre las consecuencias de lo imprevisible y las medidas económicas y sociales para volver a la *normalidad*.

Sin embargo, una de las consecuencias más evidentes de los gobiernos fue la aprobación o tramitación de leyes *antifake news*. Si a finales de 2019 se estimaba que había 19 países que habían aprobado algún tipo de ley específica, en mitad de la pandemia se confirmaba que hasta 30 países habían planteado medidas contra la desinformación (Benevides, 2020).

Estas leyes, muchas veces, más que garantizar la libertad de expresión e información tenían como objetivo silenciar a voces disidentes y periodistas.

## 5. La invasión de Rusia en Ucrania. La opacidad y la propaganda como tendencia

Una de las consecuencias de un mundo interconectado –no solo tecnológicamente sino también en materia de recursos energéticos y naturales– es que los análisis de las causas y consecuencias cada vez circulan más rápido, pero también los errores que genera la cultura del instante.

En este sentido, una de las primeras tendencias que nos permitió ver la guerra de Ucrania es que el hecho de que haya países cada vez más opacos y menos democráticos acaba afectando también al resto de países alineados y no alineados.

Como apunta Julio Montes (2022): «Este es el primer conflicto en el que hemos vivido la mentira en directo, desde el minuto uno de la invasión. Ganar la opinión pública se convirtió en un objetivo primordial para ambos bandos desde esos primeros momentos; en los que, por su parte, los medios necesitaban imágenes».

Como bien sabemos, el papel de los medios de comunicación en el siglo XX fue fundamental para entender cómo se camuflaba y se transformaba la desinformación y la censura, y cómo estas formas de control se vinculaban

al desarrollo y ejercicio del poder a través de herramientas y estrategias de manipulación y persuasión.

Desde esta perspectiva, algunas de las narrativas de la invasión a Ucrania siguen pareciéndose a las de la estrategia postsoviética: intoxicación informativa, agotamiento del enemigo, inoculación de desconfianza en líderes, intensificación de las disensiones entre las clases sociales, incriminación del enemigo, propagación de amenazas, etc. (Stancu, 2019).

Por esta razón, el papel de Rusia no debe ser analizado como algo que se inicia con la invasión de febrero de 2022 sino como el resultado de una década de estrategias camufladas y de carácter exploratorio. Para entender el papel de Rusia en este nuevo tablero geopolítico es importante subrayar que el uso de las redes sociales en la primavera árabe, *Ocuppy Wall Street* o el 15-M sirvieron de aprendizaje para los sistemas de propaganda rusos.

Desde entonces establecieron nuevas estrategias de defensa internas ante este tipo de escenarios, e intentaron comprender la posibilidad de beneficiarse del poder de las redes sociales a la hora de generar desequilibrios externos e internos.

En este sentido, la adaptación de la propaganda rusa al nuevo ecosistema de desinformación se explicaría porque «para el Kremlin, el apoyo occidental de medios independientes y ONGs causaron las revoluciones en Georgia, Kirguistán, y Ucrania (dos veces), así como la Primavera Árabe» (Barbashin, 2018).

Esta evolución, junto al nivel de profesionalización e influencia de la propaganda rusa, se fue conociendo poco a poco tras la victoria de Donald Trump. En octubre de 2017, Facebook anunció que una compañía vinculada al Kremlin llamada *Internet Research Agency* –ubicada en San Petersburgo– realizó hasta 80.000 publicaciones en su plataforma entre enero de 2015 y agosto de 2017 que fueron expuestas a 29 millones de usuarios en EEUU.

La estrategia de difusión de la *Internet Research Agency* tenía formas más complejas que las hasta entonces conocidas por la opinión pública. Albright (2018), por ejemplo, señala que los *trolls* estaban «usando noticias reales, y en particular noticias locales, para impulsar la cobertura de noticias reaccionarias, establecer la agenda diaria de noticias y dirigirse a los periodistas locales y personas influyentes de estas comunidades para seguir ciertas historias».

Lo que el foco de la invasión a Ucrania parece empezar a confirmar es que cada vez hay más voces que consideran que ésta era la estrategia que ha seguido Rusia desde 2014. Según Graphika, a través de lo que llamaron *Secondary Infektion*, entre noviembre de 2019 y mayo de 2020 publicaron –en siete idiomas– más de 2500 piezas de contenido de desinformación en más de 300 plataformas (Nimmo *et al.*, 2020).

Antes de la guerra en Ucrania, las narrativas se centraban en nueve problemáticas: Ucrania como Estado fallido, las injerencias de EE.UU. y la OTAN en otros países, las divisiones y la debilidad de Europa, procesos electorales,

migración e islam, escándalos de *doping* rusos en competiciones internacionales, Turquía como fuerza agresiva y desestabilizadora, la defensa de Rusia y su gobierno y la respuesta a las voces críticas con el Kremlin.

## 6. Conclusiones

Tal y como hemos descrito, el objetivo de este trabajo estaba centrado en ver cómo estos cuatro acontecimientos seleccionados han marcado de forma más o menos significativa la evolución de la desinformación en estos últimos años, y comprender más ampliamente cómo han transformado parcialmente el ecosistema informativo.

En primer lugar, las redes sociales modificaron nuestra relación con los medios de comunicación, luego transformaron la forma de hacer política, después empezaron a poner en cuestión el marco regulatorio de las democracias y, en la actualidad, se presentan como un escenario de batalla permanente entre las distintas guerras culturales y su posicionamiento político –muchas veces artificial y sin solidez estructural e ideológica–. Como consecuencia de esta disfunción creciente, la soberanía digital y su legislación se presenta como un campo de batalla incipiente.

Desde el punto de vista de la libertad de información, la invasión de Rusia en Ucrania nos ha remarcado varias cuestiones que quedan fuera del contexto digital actual y de los mecanismos de resiliencia democrática.

En segundo lugar, uno de las consecuencias de esta década es que el periodismo de análisis y profundidad –en bastantes ocasiones– ha sido enterrado por el infoentretenimiento, el *clickbait* y por las campañas permanentes –entre elección y elección– diseñadas desde los partidos políticos y que han generado el clima creciente de polarización.

En este contexto, su principal debilidad ha estado en la incapacidad para explicar el valor económico de la información de calidad, y en la percepción ciudadana de ser una extensión de la política informativa de los partidos políticos y grupos de presión.

En tercer lugar, es importante recordar que la pandemia no solo rompió nuestro relato sobre el futuro, sino que, y quizá sea más importante, con el presente. Entre la tormenta de desinformación que nos alcanzó, hubo muchos patrones y elementos de análisis que pudieron pasar desapercibidos u olvidados –algunos claramente diseñados por la propaganda rusa–.

Con el paso del tiempo, la hibridación de la desinformación de la última década nos llevó a la ocultación geopolítica, pero también a la falta de conocimiento del nuevo mundo interconectado.

En este sentido, podemos señalar que los acontecimientos de los últimos tiempos parecen indicarnos que entramos en una nueva fase en la que los

países con déficits democráticos más que visibles pueden encontrar nuevas estrategias de influencia internacional a través de la desinformación.

Al respecto, son varias las organizaciones que están apuntando a que –a partir de la pandemia de COVID-19– se está generando una ofensiva global contra la libertad de prensa.

El relato de crisis económica puede estar ocultando acciones de censura y limitación de la libertad de expresión e información en muchos países.

En cualquier caso, la guerra híbrida e informativa a nivel internacional ha establecido un permanente conflicto entre el relato y sus estrategias y nos invita a tener en consideración dos ejes de análisis:

1. La sobreinformación (veraz y falsa) sobre Ucrania.
2. La falta de información veraz de la ciudadanía en Rusia.

En este sentido, ya hemos podido ver cómo se producía una disonancia entre la sobreinformación (veraz y falsa) en Ucrania y la falta de información veraz de la ciudadanía en Rusia.

Desde un punto de vista informativo, la forma de resolver esta disonancia –y no solo en relación a Rusia– es quizá uno de los grandes desafíos de la próxima década.

## Referencias bibliográficas

- Albright, J. (2018): «Trolls on Twitter: How mainstream and local news outlets were used to drive a polarized news agenda». Medium (en línea): <https://medium.com/berkman-klein-center/trolls-on-twitter-how-mainstream-and-local-news-outlets-were-used-to-drive-a-polarized-news-agenda-e8b514e4a37a>
- Allcott, H. y Gentzkow, M. (2017): «Social Media and Fake News in the 2016 Election». *Journal of Economic Perspectives*. DOI: 10.1257/jep.31.2.211
- Aparici, R.; García-Marín, D. y Rincón-Manzano, L. (2019): «Noticias falsas, bulos y trending topics. Anatomía y estrategias de la desinformación en el conflicto catalán». *El profesional de la Información*. DOI: 10.3145/epi.2019.may.13
- Barrett, B. (2020): «COVID-19 Shows How Hard It Will Be for Facebook and Twitter to Crack Down on Voting Misinformation». *Slate Magazine* (en línea). <https://slate.com/technology/2020/05/twitter-facebook-trump-election-misinformation-coronavirus.html>
- Bennett, W. L. y Livingston, S. (2018): «The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions». *European Journal of Communication*. DOI: 10.1177/0267323118760317
- Brennen, J. S.; Simon, F. M.; Howard, P. N. y Nielsen, R. K. (2020): «Types, sources, and claims of COVID-19 misinformation». *Reuters Institute*. (en línea). <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/types-sources-and-claims-COVID-19-misinformation>

- Cerezo, P. (2019): *Los medios ante los modelos de suscripción*. Barcelona: Editorial UOC.
- García-Marín, D. (2020): «Infodemia global. Desórdenes informativos, narrativas fake y fact-checking en la crisis de la COVID-19». *El profesional de la Información*. DOI: 10.3145/epi.2020.jul.11
- Jenkins, H. (2006): *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: University Press.
- Kalogeropoulos, A. et al. (2020): «Initial surge in news use around coronavirus in the UK has been followed by significant increase in news avoidance». *Reuters Institute for the Study of Journalism* (en línea). <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/initial-surge-news-use-around-coronavirus-uk-has-been-followed-significant-increase-news-avoidance>
- Klein, E. (2021): *Por qué estamos polarizados*. Madrid: Capitán Swing Libros.
- Lázaro-Rodríguez, P. y Herrera-Viedma, E. (2020): «Noticias sobre COVID-19 y 2019-nCoV en medios de comunicación de España: El papel de los medios digitales en tiempos de confinamiento». *El profesional de la Información*. DOI: 10.3145/epi.2020.may.02
- Levy, P. (1994): *L'Intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace*. Paris: La Découverte.
- Lozano, J. (2002): «Semiotique de l'évenement et l'explosion». *Dossier de l'audiovisuel*. París: INA.
- McLuhan, M. y Powers, B.R. (1995): *La aldea global*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Magallón-Rosa, R. (2020): *Desinformación y pandemia. La nueva realidad*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Magallón-Rosa, R. (2019): *Unfaking News. Cómo combatir la desinformación*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Masip, P.; Aran-Ramspott, S.; Ruiz-Caballero, C.; Suau, J., Almenar, E. y Puertas-Graell, D. (2020): «Consumo informativo y cobertura mediática durante el confinamiento por el COVID-19: sobreenformación, sesgo ideológico y sensacionalismo». *El profesional de la Información*, 29(3). DOI: 10.3145/epi.2020.may.12
- Molina-Cañabate, J. y Magallón-Rosa, R. (2020): «Desinformación y periodismo científico. El caso de Maldita Ciencia». *Revista Mediterránea de Comunicación*, 11(2), 11-21. DOI: 10.14198/MEDCOM2020.11.2.4
- Montes, J. (2022): «La desinformación: un arma moderna en tiempos de guerra». *Número 44 Cuadernos de Periodistas*. Asociación de la Prensa de Madrid.
- Morozov, E. (2011): *El desengaño de internet, Los mitos de la libertad en la red*. Barcelona: Ed. Destino.
- Newton, C. (2020). «How YouTube's moderators are keeping up with changing guidance around COVID-19». *The Verge* (en línea). <https://www.theverge.com/interface/2020/4/29/21239928/youtube-fact-check-neal-mohan-interview-misinformation-COVID-19>
- Nimmo et al. (2020): «Secondary infection report». *Graphika* (en línea). Disponible en: <https://secondaryinfektion.org/downloads/secondary-infektion-report.pdf>
- Nimmo, B. y Brookie, G. (2018): «Fake News: Defining and Defeating». *Medium*, 19 de enero de 2018 (en línea). <https://medium.com/dfirlab/fake-news-defining-and-defeating-43830a2ab0af>
- Pariser, E. (2017): *El filtro burbuja: Cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos*. Barcelona: Taurus.

- Peirano, M. (2019): *El enemigo conoce el sistema*. Madrid: Editorial Debate.
- Rheingold, H. (2002): *Smart Mobs The Next Social Revolution*. Cambridge, MA: Perseus Publishing.
- Salaverría, R.; Buslón, N.; López-Pan, F.; León, B.; López-Goñi, I. y Erviti, M.-C. (2020): «Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la COVID-19». *El Profesional De La información*, 29(3). DOI: 10.3145/epi.2020.may.15
- Saglam, E. (2020). «We have to grasp how conspiracy theories work». *OpenDemocracy* (en línea). <https://www.opendemocracy.net/en/we-have-grasp-how-conspiracy-theories-work/>
- Salas, J. (2020): «Sepultados bajo la mayor avalancha de estudios científicos». *El País* (en línea). <https://elpais.com/ciencia/2020-05-04/sepultados-bajo-la-mayor-avalancha-de-estudios-cientificos.html>
- Sánchez-Duarte, J. M. y Magallón-Rosa, R. (2020): «Infodemia y COVID-19. Evolución y viralización de informaciones falsas en España». *Revista española de Comunicación en Salud*, 31-41. DOI: 10.20318/recs.2020.5417
- Stancu, M. (2019): «Information war. case study: the role of russia today for cover-age of the mission conducted by russia in east ukraine - may 2014 -february 2015». *Bulletin of «Carol I» National Defence University*. (en línea). <https://revista.unap.ro/index.php/bulletin/article/download/666/645>.
- Tandoc, E. C.; Lim, Z. W. y Ling, R. (2018): «Defining «Fake News»: A typology of scholarly definitions». *Digital Journalism*. DOI: 10.1080/21670811.2017.1360143
- Vara, A.; Amoedo, A.; Moreno, E.; Negredo, S. y Kaufmann, J. (2022): «Digital News Report España 2022». Pamplona: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra. DOI: 10.15581/019.2022
- Vosoughi, S.; Roy, D. y Aral, S. (2018): «The spread of true and false news Online». *Science*. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Wardle, C. y Derakshan, H. (Coord.) (2017): «Information Disorder: Toward an -interdisciplinary framework for research and policy making». *Council of Europe* (en línea). <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>
- Warzel, C. (2019): «Big Tech's Original Sin». *The New York Times*, el 3 de abril (en línea). <https://www.nytimes.com/2019/04/03/opinion/facebook-youtube-disinformation.html>
- Wu, T. (2020): *Comerciantes de atención*. Madrid: Capitan Swing.
- Zuboff, S. (2020): *La era del Capitalismo de la Vigilancia: La lucha por un futuro humano frente a las nuevas fronteras del poder*. Barcelona: Planeta.



©Derechos del autor o autores. Creative Commons License. Este artículo está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0.  
©Copyright of the author or authors. Creative Commons License. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.