

Posverdad, o la narración del *procés* catalán desde el exterior: *BBC*, *DW* y *RT*

Postruth, or the narrative of the Catalan *procés* from abroad: *BBC*, *DW* and *RT*

Carlos López-Olano; Vicente Fenoll

Cómo citar este artículo:

López-Olano, Carlos; Fenoll, Vicente (2019). "Posverdad, o la narración del *procés* catalán desde el exterior: *BBC*, *DW* y *RT*". *El profesional de la información*, v. 28, n. 3, e280318.

<https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.18>

Artículo recibido el 18-12-2018
Aceptación definitiva: 16-04-2019



Carlos López-Olano ✉

<https://orcid.org/0000-0002-8121-5999>

Universitat de València, Teoría de los
Lenguajes y Ciencias de la Comunicación
Avda. Blasco Ibáñez, 32.
46010 Valencia, España
clolano@uv.es



Vicente Fenoll

<https://orcid.org/0000-0002-5851-4237>

Universitat de València, Teoría de los
Lenguajes y Ciencias de la Comunicación
Avda. Blasco Ibáñez, 32.
46010 Valencia, España
vicente.fenoll@uv.es

Resumen

Con el *procés* independentista de Cataluña como marco, compararemos el tratamiento periodístico que recibe el fenómeno en tres medios de comunicación extranjeros, reflejado en su difusión a través de la red social *Facebook*. *BBC*, *DW* y *RT* son corporaciones financiadas públicamente por gobiernos ajenos a priori a la problemática social y política generada sobre el debate separatista. Aun así, uno de ellos, *RT*, ha sido acusado públicamente de actuar directamente bajo la influencia de las directrices de política exterior del Kremlin, y de cometer injerencias a favor de los independentistas. Desde una perspectiva cuantitativa y cualitativa, analizamos los posts difundidos por estos medios durante un período de cuatro meses ($n = 625$), incluyendo la fecha clave del 1 de octubre en la que se produjo el fallido intento de votación plebiscitaria, para comprobar si existe ese sesgo en los medios analizados.

Palabras clave

Desinformación; Noticias falsas; Bulos; Pluralidad; Comunicación política; Proceso de independencia; Independencia; Medios de comunicación; Redes sociales; *Facebook*; *BBC*; *DW*; *RT*; Cataluña; Catalunya.

Abstract

With the independence of Catalonia process as framework, we will compare the journalistic treatment received by the phenomenon in three foreign media, showed in its diffusion through the social network *Facebook*. *BBC*, *DW* and *RT* are public corporations funded by governments a priori far away from the social and political issues about the separatist debate. Even so, one of them *RT*, has been publicly accused of acting directly under the influence of the foreign policy guidelines of the Kremlin, and working out well for the independence movement. From a quantitative and qualitative perspective, we analyze the posts the three media spread in a period of four months ($n = 625$), including the key date October 1st when the plebiscite attempt occurred, to verify if there is such a bias in the media we look into.

Keywords

Disinformation; Fake news; Hoaxes; Plurality; Political communication; Independence process; Independence; Mass media; Social media; *BBC*; *DW*; *RT*; *Facebook*; Catalonia.

Financiación

Este artículo forma parte de la producción académica del proyecto de I+D+i: *Los flujos de comunicación en los procesos de movilización política: medios, blogs y líderes de opinión* (CSO2016-77331-C2-1-R), financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad.

1. Introducción. Situación mediática en Cataluña

El denominado *procés* (proceso hacia la independencia en Cataluña), ha sido definido como un conflicto planteado desde un sector de la sociedad catalana que se mueve entre el posibilismo y la utopía (Cano-Bueso, 2017). Una reivindicación de consecuencias aún inimaginables en muchos aspectos, que se ha desarrollado además en un clima mediático viciado, propiciado por una guerra de medios que se han ubicado a un lado u otro de la ideología.

De la aplicación de la hipótesis de la exposición selectiva (Stroud, 2010; Mutz; Young, 2011) al eje mediático centro-periferia ha advertido Lidia Valera, poniendo de relieve una clara segmentación de las audiencias según las identidades nacionales (Valera-Ordaz, 2018). El papel de las redes sociales como factor de polarización y desestabilización de los sistemas democráticos en la era post Trump/Brexit lo han señalado Iosifidis y Wheeler (2018, en López-Rabadán; Doménech-Fabregat, 2018). La polarización de los medios, una de las consecuencias más obvias que han acompañado el fenómeno político y social ligado al independentismo, ha sido analizada en informes como “El pluralisme als espais d’opinió de la televisió” (CAC, 2017). En este estudio sobre la adscripción ideológica de los diferentes tertulianos de estos programas, sale bien parada la autonómica TV3 respecto a otras emisoras españolas, pero con unas cifras que más que mostrar que la emisora catalana es la más plural, denotan una polarización extrema: en sus tertulias, los participantes que consideraban que el referéndum era legítimo alcanzaban el 61,4%, por el 38,6% que consideraban que era ilegal y/o ilegítimo. Otros estudios concluyen que la emisora pública pecó de parcial —comparando *Catalunya Ràdio* y *Cadena SER Catalunya*— confirmando en cualquier caso la polaridad (González-Morales, 2017), o que fue evolucionando desde posiciones neutras hasta convertirse poco menos que en órgano de difusión soberanista (Mendoza, 2017). También que los medios catalanes en general contribuyeron decisivamente a la identificación nacional (Hierro-Hernández, 2012).

Una de las circunstancias que acompaña al fenómeno es la abundancia de informes y contrainformes —con una validez académica variable— que confirman, más allá de sus conclusiones, una guerra mediática totalmente polarizada. Dentro de estos textos apoyando una u otra posición, obtuvo repercusión tanto en medios convencionales como en redes sociales un estudio del grupo británico *Democracy volunteers* (Ault, 2018) que llegó a la conclusión de que TV3 era la emisora más plural, junto a sorprendentes conclusiones como que el diario ABC ofreció un 25% de sus informaciones cercanas a la independencia. También en el inicio del *procés*, que algunos sitúan en la celebración de la Diada del 11 de septiembre de 2012 —la más masiva de la historia de Cataluña y considerada un punto de inflexión respecto al conflicto independentista— autores como Xicoy, Perales-García y Xambó (2017) consideran que se produce ya una confrontación en la opinión pública con medios extremadamente polarizados en las dos posiciones extremas ante la cuestión, y en la consulta independentista anterior ya se detectó una muy intensa utilización del marco de conflicto de las teorías del *framing* (Ballesteros-Herencia, 2015).

“La abundancia de informes y contrainformes sobre el *procés* confirman, más allá de sus conclusiones, una guerra mediática totalmente polarizada”

1.1. Tratamiento del conflicto desde el exterior, el caso de RT

Dentro de este panorama general mediático que acompaña el *procés*, interesante en sus múltiples aspectos, merece especial atención el tratamiento recibido por los medios extranjeros. La distancia no los ha salvado de las críticas por parcialidad, y las acusaciones de injerencias sesgadas en el conflicto independentista catalán se han sucedido. Ataques singulares han recibido unos medios que, por su situación geográfica, parecen a priori bastante alejados del conflicto, como es el caso de los rusos. Por ejemplo, un estudio de la presencia de noticias sobre el referéndum catalán en la agenda de las televisiones rusas de emisión nacional, realizado por *EU vs Disinfo* —un grupo de expertos creado en el seno de la UE con el reconocido objetivo de “combatir la propaganda rusa”— afirma que

“Se acusó a Madrid de crear un conflicto artificial y las acciones policiales fueron descritas como brutales y absolutamente inútiles” (*EU vs Disinfo*, 2017).

En el análisis sobre los *talk shows* televisivos de televisiones como *Rossiya*¹ se constatan por ejemplo afirmaciones como que el español se estudia como si fuera un idioma extranjero en Cataluña, o que también las islas Baleares piden la independencia.

Más allá de la emisión nacional en la propia Rusia, uno de los medios que más ha estado en el punto de mira ha sido el entramado mediático de alcance mundial, denominado ahora *RT*, antes *Russia Today*. Las acusaciones a esta emisora se plantearon incluso desde instancias oficiales: los ministros españoles de defensa y exteriores dijeron que tenían pruebas de que grupos privados y públicos de Rusia, así como de Venezuela, intervinieron en el conflicto (Emmot, 2017). Según el entonces responsable de exteriores Alfonso Dastis, España había detectado cuentas falsas en redes sociales, la mitad de las cuales pueden ser rastreadas en Rusia, y otro 30% en Venezuela, creadas para amplificar la causa separatista. Estas acusaciones fueron airadamente negadas por fuentes del Kremlin.

Hay autores que ven *RT* claramente como un instrumento político en el contexto posterior a la guerra fría: ha ganado reputación de servir como máquina de propaganda del Kremlin, con una estrategia típica de los difusores de las teorías de la conspiración, de yuxtaponer el “nosotros”, versus el “ellos” (Yablokov, 2015). El “ellos” es el Oeste, claro. Y éste

Oeste se convierte más en un competidor que en un enemigo. Rusia se convierte así en un vigilante universal. **Miazhevich** (2018) pone a RT como caso ejemplar de estudio al representar una corporación de medios en la que se puede identificar una estrategia de creación de actores y marca, correspondiente claramente con una nación.

La desinformación ha sido entendida como el legado que ha evolucionado desde los totalitarismos del siglo XX a las democracias liberales del XXI post-internet (**Del-Fresno-García; Manfredi-Sánchez**, 2018), aunque algunos autores sitúan incluso el inicio del recurso en la Rusia prerrevolucionaria (**Milosevich-Juaristi**, 2017). En cualquier caso, muchos años después es con Putin —reconocido exagente de la KGB— con quien parece haber cristalizado, con una transición llamativa desde las técnicas propagandísticas simples, propias de la Guerra Fría, hasta alcanzar la compleja guerra de la desinformación vigente actualmente. Vladimir Putin, a quien no le faltan biógrafos, según la periodista de investigación asesinada en circunstancias sospechosas Anna Politkovskaia,

“tiene la antipática personalidad de un teniente coronel que nunca consiguió ser ascendido a coronel y las maneras de un policía secreto soviético que suele husmear a menudo en la vida de sus colegas” (**Politkovskaia**, 2005, p. 271).

También lo definen de forma similar Hill y Gaddy:

“Ha seguido aplicando el oficio de espía —y de reclutador de espías— a su modo de operar como líder político” (**Hill; Gaddy**, 2013, p. 12).

Aunque el mismo autor reconoce que Rusia creció entre 1999 y 2008 desde el puesto 23 como economía más potente hasta el noveno: su ratio de crecimiento dobló la de China. A Putin se le achaca la creación del concepto de *Russkii Mir* (paz rusa) como referencia a una Unión Soviética heredera de la Pax Romana de Octavio Augusto (**Nalbandov**, 2016). Dentro de la reivindicación romántica de la era comunista sin abandonar el camino económico liberalizador que ejerce Putin, el Oeste (que incluye a EEUU, Europa y la OTAN), es mostrado como el villano más grande tanto en los medios de comunicación como en el discurso político propio.

Las acusaciones al gobierno de Putin de intentar desestabilizar políticamente países de ese Oeste que devienen en competidores se han sucedido en los últimos tiempos. Por ejemplo, el *United States Senate Select Committee on Intelligence*, de mayoría republicana, sostiene que Rusia interfirió en las elecciones presidenciales de 2016 para favorecer la victoria del presidente Donald J. Trump. Una tesis que se alinea con la de los propios servicios de inteligencia norteamericanos, pero que choca con lo planteado tan sólo unos meses atrás por los propios republicanos en la cámara de representantes. También una investigación en marcha del fiscal especial Robert Mueller, ha sacado a la luz una reunión entre el hijo de Trump y representantes del Kremlin, en la que se habría hablado de airear mediante redes sociales trapos sucios sobre su rival Hillary Clinton (**Wolff**, 2018).

“El ataque ruso a las elecciones de 2016 ha sido quizá una de las interferencias extranjeras más escandalosas en la historia de las elecciones presidenciales de Estados Unidos” (**Kellner**, 2017, p. 11).

La respuesta del presidente de Estados Unidos a todas estas acusaciones ha sido siempre la misma: declaró al respecto que todo era falso, y que sufría una caza de brujas (**Mars**, 2018a). Un buen ataque, parece pensar, es siempre una buena defensa. Su opinión sobre la prensa, expresada en uno de los diversos libros a mitad de camino entre el manual de autoayuda y la autobiografía que Trump ha publicado, dice:

“Esto demuestra que nadie es más deshonesto que la prensa. Hay algunos buenos periodistas, pero también muchos sinvergüenzas” (**Trump; Zanker**, 2008, p. 152).

Para todas estas campañas desestabilizadoras de los gobiernos competidores, se ha acusado al gobierno ruso de utilizar unas armas claras: internet y las redes sociales, que ofrecen acceso al corazón de las democracias liberales. Ahí es donde el Kremlin despliega su guerra de información con el objetivo de debilitar la OTAN y la UE (**De-Pedro; Iriarte**, 2017). Según la investigadora del *Instituto Elcano* ya citada **Milosevich-Juaristi** (2017), España estaba considerada como un país moderado por el Kremlin, lo que lo situaba a salvo de ataques cibernéticos e injerencias directas en sus instituciones. Lo era al menos en enero de 2017.

Especialmente interesantes son los modelos de desinformación que **Del-Fresno** y **Manfredi** han encontrado en los tweets proindependentistas del *hacktivista* Julian Assange —colaborador de RT—, respecto a por ejemplo, la construcción de la percepción de España como una dictadura o como un estado no democrático. También el escritor Eduardo Mendoza, destaca la visión que considera habitual desde el exterior, de un país

“como si Franco todavía presidiera los destinos de España desde el palacio de El Pardo” (**Mendoza**, 2017, p. 10).

Las acusaciones hacia los medios bajo la órbita del Kremlin, y hacia el canal RT en concreto, han sido especialmente abundantes. Más allá de las críticas oficiales ya citadas del *Gobierno de España*, se han hecho públicos numerosos informes que apuntan en esa dirección. Por ejemplo, en el que se hizo para el *think tank* del *Ministerio de Exteriores*, el *Instituto Español de Estudios Estratégicos (IEEE)* que depende del *Centro Superior de Estudios de la Defensa Nacional (Ceseden)*:

“el Kremlin está aprovechando el órdago catalán para desestabilizar, empleando para ello una política destinada a generar confusión desde las redes sociales, en una línea similar a la utilizada para influir en las recientes elecciones en EEUU” (**Baqués**, 2018, p. 38).

Afirma también que Moscú aspira a fomentar las desavenencias en Cataluña para de ese modo debilitar a un estado miembro de la OTAN. Y eso que las reivindicaciones nacionalistas proliferan en su “extranjero próximo”. También la Inteligencia alemana ha afirmado en mayo de 2018 que Rusia apoyó al independentismo catalán: Hans-Georg Maassen, jefe del *Bundesamt für Verfassungsschutz*, aseguró públicamente que el gobierno ruso apoyó de forma clara al separatismo con una campaña de desinformación en los días previos al referéndum. Eso sí, puntualizó que esta información no la obtuvieron directamente sus servicios de inteligencia, sino que fue suministrada, aunque agregó que le parecía muy plausible y razonable que Moscú prestase apoyo al soberanismo (EFE, 2018). El director general del MI5 británico, Andrew Parker, aseguró también que Rusia es un estado hostil, y criticó específicamente sus intentos de influir en las elecciones de Estados Unidos y Francia.

<https://cutt.ly/ZICQlq>

Las denuncias se formularon desde las más altas esferas. La primera ministra británica, Theresa May, dijo: “tengo un mensaje sencillo para Rusia: sabemos lo que están haciendo, y no van a tener éxito”.

<https://edition.cnn.com/2017/11/13/europe/theresa-may-russia/index.html>

Según una investigación de Alejandro Romero, de *AltoData Analytics* y del profesor Javier Lesaca, presentada en la *Conferencia sobre Ecosistema de medios*, en el *Massachusetts Institute of Technology*, *RT* y *Sputnik* fueron los mayores difusores de noticias sobre Cataluña por redes: llegaron a tener 1,7 veces más distribución que el diario *El país*. El estudio, realizado entre el 29 de septiembre y el 9 de octubre de 2017, refleja que las informaciones de dichos medios se movieron sobre todo entre usuarios partidarios de la independencia. También resalta que de los 100 perfiles de *Twitter* más activos en la difusión de sus publicaciones, el 84% correspondían a cuentas anónimas cuyo patrón de comportamiento no corresponde al de individuos particulares (Mars, 2018b). En otros textos, Javier Lesaca se pregunta quién está detrás de esa tropa de zombies digitales:

“*RT / Sputnik* distribuyó 47.964 posts relacionados con Cataluña, que llegaron a 125,9 millones de lectores o espectadores” (Lesaca, 2017).

El periódico *El país* emprendió una campaña continuada de denuncia de la injerencia rusa en la cuestión catalana, que culminó con la declaración del que fue director adjunto del periódico, David Alandete, ante un comité de investigación sobre las *fake news* en el *Parlamento Británico*.

<https://parliamentlive.tv/Event/Index/e88c1024-f637-4191-8f29-61d63801f5a6>

El periódico también denunció la existencia de una maquinaria de difusión de noticias falsas que Rusia habría empleado a pleno rendimiento en Cataluña.

https://politica.elpais.com/politica/2017/09/22/actualidad/1506101626_670033.htm

Si desde este diario y otros se dio amplia cobertura a estas acusaciones a los medios rusos, desde *RT* no tardaron en contraatacar denunciando el acoso y adoptando una postura victimista. Por ejemplo, dieron cumplida información de un llamativo informe realizado por McGrath, que es el fundador de una organización radicada en Estados Unidos denominada *Transparency Toolkit*, y que pone en duda la metodología de Lesaca y otros. Se trata de un informe además remitido al Parlamento Británico, y accesible por tanto a través de su web. Afirma que:

“La desinformación no es una técnica exclusiva de Rusia, Venezuela o cualquier otro país (...). Es necesario explorar cómo las propias afirmaciones de noticias falsas pueden usarse como una táctica manipuladora y comprender el impacto que esto tiene en la sociedad” (McGrath, 2018).

RT desplegó el contraataque mediático a todas estas acusaciones, especialmente las vertidas por *El país*, mediante una de sus editorialistas audiovisuales estrella, Inna Afinogenova, que, con un tono jocoso, se defendió de los ataques citando precisamente a McGrath. Mediante el uso de emoticonos, música ambiental de jazz humorística y una locución ligera y sarcástica, la presentadora intercaló gifs animados con invectivas a las intervenciones ante el *Parlamento Británico* de los representantes de *El país* y el *Real Instituto Elcano*. “¡En ese Parlamento publican cualquier cosa!” afirma, aludiendo a que tienen cabida tanto los que denuncian las injerencias como sus críticos.

<https://www.youtube.com/watch?v=fzFDNHclhUY>

1.2. Servicios para el extranjero de las corporaciones públicas y el caso de RT

Se puede distinguir entre tres tipos de modelo comunicativo audiovisual universal (Tambini, 2015):

- el de Estados Unidos, Centroamérica y Sudamérica en general, donde las empresas privadas concentran las mayores audiencias;
- el de Europa Occidental, y otros países como Japón, Canadá y Australia, donde las emisoras públicas son las predominantes;
- el de los países no democráticos, como China, en los que los emisores son parte del Estado y disfrutan de monopolios de distribución.

El origen reconocido del segundo grupo, los *Public Service Broadcasting (PSB)* reconvertidos en *Public Service Media (PSM)* está en el modelo británico de la *BBC*, que más allá del tópico de buen gobierno e independencia ha tenido durante su casi centenaria historia momentos especialmente críticos que no hay que olvidar, y que han estudiado detalladamente autores como Mills (2016), Schlesinger (1987) o Lewis (en Mair; Tait; Keeble, 2014).

Los PSM tradicionales, en los que se engloban emisoras clásicas como la propia BBC, o el peculiar *Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD)* —organizado en un consorcio de difusoras descentralizadas alemanas— están padeciendo una crisis reconocida hace decenios de manera desigual, que quizá no sea tan profunda como parece aparentemente (López-Olano, 2016; 2018). En cualquier caso, si la idea de que los PSM están en crisis en su cuna europea es discutible, está perfectamente claro que están creciendo en Asia, África y Latinoamérica, el “Sur Global” (Rahman; Lowe, 2016, p. 3). Uno de los motivos de ese crecimiento puede encontrarse en una de las misiones inicialmente secundarias de estas emisoras públicas, que son los servicios internacionales de noticias organizados en varios idiomas, y que se convierten en altavoces de los gobiernos respectivos en el exterior. El originario *BBC World Service*, fue creado primero como servicio de radio con vocación universal, para alcanzar una audiencia global en una fecha tan temprana y tan convulsa como 1932. Hoy en día emite —tanto para radio como para televisión— en 32 idiomas. Desde los inicios hasta la actualidad ha sido financiado mediante una subvención del *Foreign Office*, a diferencia de la *license fee*, el impuesto a los hogares que sirve para pagar las emisiones internas de la BBC y que se cita precisamente como piedra angular determinante para poder conseguir la independencia del medio respecto al gobierno. El *World Service* cuenta ahora con una financiación mixta: en 2018 se paga con 254 millones de libras procedentes de la *license*, y con 85 millones provistos por el *Foreign Office*. Debe “promocionar Gran Bretaña y nuestros valores en todo el mundo” (*Gob.UK*, 2016, p. 39). Lowe y Yamamoto hablan de distintos roles, casi esquizofrénicos, entre los informativos domésticos y los internacionales de las corporaciones públicas. La emisión en el extranjero se realiza para ganar ingresos adicionales, para mejorar los intereses internacionales de su patrocinador nacional, y para desarrollar la importancia como marca de la institución (Lowe; Yamamoto, 2016).

RT, la antigua *Russia Today*, es un ejemplo muy distinto de servicio internacional que no puede padecer esa citada esquizofrenia. En este caso no depende de una cadena interna nacional, sino que se creó exprefeso como medio de comunicación destinado al exterior, ya centrado en los contenidos audiovisuales, como canal de televisión internacional por cable y satélite de la Federación de Rusia, sin radio asociada. Es decir, depende del Estado, quien lo financia, pero no está asociado a una corporación al uso como los tradicionales PSM. Se lanzó en inglés en 2005, más tarde en árabe, y en 2009 en español. Su presupuesto actual ronda los 300 millones de euros. Margarita Simonián, mediática editora jefe de RT y de la agencia de noticias asociada *Rossiia Segodnya* y de su servicio multimedia *Sputnik*, ha declarado que su objetivo último es ofrecer un punto de vista alternativo al que dan los medios occidentales (Yablokov, 2015).

1.3. Difusión de contenidos e influencia política a través de las redes sociales

Algunos autores defienden que la citada crisis de los PSM está precisamente relacionada con que tienen aún raíces en ideas del pasado, de las empresas industrializadas del siglo XX —producción localizada y consumo en diferentes dominios— cuando el futuro tiene que construirse con contenido UGC (*user-generated content*), con producción y edición colaborativa y alternativas múltiples de distribución (Glowacki; Jackson, 2014). Más aún, si lo que se busca es acceder al público global, como es el caso de los servicios internacionales. Los consumidores están adoptando un estilo de consulta de noticias “en cualquier lugar, en cualquier momento, en cualquier dispositivo” (“*anywhere, anytime, any device*” o *awatad*) al que hay que adaptarse (Gimpel, 2015).

Las *fake news* llegan acompañadas de un cambio de paradigma en el que el acceso a los contenidos informativos —también los audiovisuales— no es a través de la emisión convencional, sino vía internet y redes sociales

En estos tiempos de desinformación, *fake news* y teorías conspirativas, estos nuevos fenómenos arriban precisamente acompañados de un cambio de paradigma, en que el acceso a los contenidos informativos —también los audiovisuales— llega, no a través de la emisión convencional, sean servicios vía cable o por ondas terrestres o satelitales, sino por la distribución vía internet y redes sociales. RT destaca por su éxito en estas formas de distribución: por ejemplo, destaca como el canal de noticias más visto en *YouTube*, donde ha superado los 4 mil millones de visitas anuales. <https://actualidad.rt.com/actualidad/249198-rt-youtube-visitas>

Diseñar su recepción a través de las nuevas formas de distribución parece una estrategia adecuada, considerando que el 30% de los usuarios de *Facebook* consulta las noticias habitualmente en la plataforma (Al-Rawi, 2017).

Las elecciones presidenciales de 2016 en Estados Unidos en las que salió elegido el candidato Donald Trump, y la victoria inopinada del Brexit en Reino Unido parecieron marcar el pistoletazo de salida de una crisis informativa epistémica en las sociedades democráticas contemporáneas. Después de estos dos casos emblemáticos, las redes sociales aparecen como responsables de la polarización y desestabilización de los sistemas democráticos occidentales (Iosifidis; Wheeler, 2018, en López-Rabadán; Doménech-Fabregat, 2018). Pero detrás de esta crisis muchos son los factores que han sido señalados como culpables de ella por los investigadores:

- la convergencia de las redes sociales;
- las noticias difundidas mediante algoritmos;
- la creación de *bots*;
- la inteligencia artificial;
- los *big data*.

Han existido además casos concretos y destacables, como la influencia de los medios rusos cercanos al presidente Putin en diversos acontecimientos políticos importantes, como la misma elección de Trump, o el escándalo provocado por la actuación de la empresa de asesoramiento político *Cambridge Analytica*. La maquinaria de la desinformación se basa en la construcción de una realidad alternativa, que se consigue manipulando las fuentes, ya que en realidad una noticia falsa no tiene porqué ser una completa mentira. Los titulares son el instrumento principal con el que la maquinaria de injerencias defiende sus argumentos. Sobre todo, teniendo en cuenta los usos y costumbres en las redes sociales, donde se tiende a compartir y difundir una noticia determinada basándose tan sólo en esos titulares (Alandete, 2019). Fenómenos a tener en cuenta en las redes sociales son por ejemplo el de la homofilia, que nos empuja a congregarnos con otros usuarios que mantienen intereses similares a los nuestros (McPherson; Smith-Lovin; Cook, 2001). Se ha observado un efecto agrupación sobre los puntos de vista compartidos entre los que apoyan la misma ideología, aunque compensado por la evidencia de conexiones ideológicas cruzadas (Grudz; Roy, 2013). Otro fenómeno destacado es el de las *echo chambers*, que contribuye a que acabemos comunicando tan sólo con nuestros pares, lo que destruye el debate. Los individuos tienden a dialogar tan sólo con los que tienen un pensamiento similar, eliminando los argumentos opuestos (Sunstein, 2001; 2009; 2018). Las *echo chambers* han sido estudiadas también por otros autores que consideran que existen, pero tan sólo para una pequeña parte de la población, y que en cualquier caso su efecto se contrarresta por la diversidad mediática (Dubois; Blank, 2017). También estudios singulares realizados precisamente en el entorno parlamentario catalán consideran que, entre las dos tendencias de investigación, la de destacar la gran importancia de estas cámaras de eco, o la de considerar que internet aumenta la heterogeneidad de las redes discursivas, el grado de polarización en las relaciones es mayor en los retweets que en las menciones de *Twitter* (Esteve-Del-Valle; Borge-Bravo, 2018). También en *Facebook* se ha destacado la relación entre las características de los partidos políticos presentes en Cataluña, la forma de postear, y las reacciones de los *followers* (Borge-Bravo; Esteve-Del-Valle, 2017). La polarización se advierte claramente con respecto a los *likes* y el apoyo a los *links*, pero parece no tener una decisiva influencia en la comunicación general (García et al., 2015).

“RT destaca como el canal de noticias más visto en *YouTube*, donde ha superado los 4 mil millones de visitas anuales”

Dadas estas circunstancias, consideramos adecuados los consejos de Mierzejewska y Shaver (2014), respecto a que las investigaciones futuras deben desplazar su foco desde las industrias mediáticas tradicionales a una visión de creación de contenidos y circulación a través de una variedad de plataformas y sistemas de entrega más amplias. Siempre teniendo presente, eso sí, que lamentablemente

“la expansión digital no conduce necesariamente a una mayor diversidad o pluralismo” (Doyle, 2016, p. 39).

2. Preguntas / hipótesis

Con todas las acusaciones de injerencia de *RT* en el conflicto del independentismo catalán, consideramos pertinente la investigación académica que pueda colaborar a determinar si ésta existe o no. El objetivo de este trabajo es averiguar hasta qué punto la cobertura de *RT* sobre los hechos previos y posteriores al referéndum de independencia del 1-O difiere de las realizadas por otras corporaciones extranjeras que publican contenidos noticiosos en español, como *BBC* y *DW*. La frecuencia con la que un tema aparece en la agenda mediática es un indicador de la relevancia que tiene ese tema para el medio (McCombs, 2006). De este modo, desde un punto de vista cuantitativo, planteamos la siguiente pregunta de investigación:

PI1: ¿Existen diferencias significativas en la frecuencia de la cobertura mediática del 1-O de las tres corporaciones?

También es importante analizar el contenido de las noticias y determinar la perspectiva o encuadre con el que la información aparece en la cobertura mediática con un enfoque más cualitativo. Al tratarse de un conflicto entre dos partes, el Estado español y el movimiento independentista, las noticias pueden informar de forma equilibrada, manteniendo la equidistancia, o privilegiar a uno de los actores. Para averiguar si existen discrepancias en el tratamiento de la información, planteamos la siguiente pregunta:

PI2: ¿La cobertura de las corporaciones favorece a una de las partes?

También ante las repetidas acusaciones de desinformación, en el estudio queremos comprobar qué actitud tienen las corporaciones en estos temas y si participan de algún modo en la difusión de las noticias falsas detectadas sobre el *procés* catalán.

PI3: ¿Se difunden *fake news* a través de las corporaciones estudiadas?

3. Metodología

Para responder a las preguntas de investigación, se realiza un estudio cuantitativo acotando las unidades de información para el análisis, centrándose en la difusión a través de *Facebook* de las noticias en español de las tres corporaciones de medios de comunicación planteadas:

- *BBC Mundo* (*BBC*);
- *Deutsche Welle* en español (*DW*);
- *RT* en español (*RT*).

Se han analizado directamente desde las páginas de *Facebook* de las tres corporaciones todos los posts ($n = 625$) cuya temática está relacionada con el proceso independentista catalán. El período analizado comprende cuatro meses completos, desde el 1 de septiembre de 2017 hasta el 31 de diciembre de 2017. Es decir, desde el mes anterior a la celebración del referéndum del 1 de octubre de 2017 (1-O) hasta una semana después de las elecciones al *Parlament* catalán del 21 de diciembre de 2017.

La unidad de análisis es el post. Los enlaces a las publicaciones se copiaron manualmente por uno de los autores desde las páginas de *Facebook* de las tres corporaciones y fueron almacenados para su posterior codificación en una base de datos del programa *SPSS*, donde se realizó el análisis estadístico.

Con el fin de averiguar la importancia del tema catalán para las tres corporaciones, se realiza un análisis de la frecuencia de su cobertura mediática en *Facebook*.

Con el fin de averiguar si la cobertura del proceso independentista en Cataluña favorece a una de las partes, se definió la variable *Temática independentista*. Esta variable mide la proximidad de la información publicada respecto del movimiento independentista catalán, mediante una escala Likert de nueve niveles, en un eje que bascula entre información desfavorable para el independentismo e información favorable para el independentismo y en cuyo centro estaría la información que aborda los dos puntos de vista desde una perspectiva equidistante.

La clasificación en cada uno de los nueve niveles de la escala se hizo según la aparición de alguno de los siguientes indicadores:

1. Desfavorable para el independentismo –

Son los posts que tratan sobre manifestaciones, declaraciones o actos que ofrecen aspectos críticos con el movimiento independentista y utilizan adjetivos o connotaciones negativas. Algunos temas relacionados con este nivel son las consecuencias negativas de una Cataluña independiente, la denuncia de irregularidades en las votaciones del 1-O, el incumplimiento de la ley del *Govern*, acciones violentas de manifestantes independentistas o críticas al soberanismo catalán. Como ejemplo, sirve el reportaje publicado en *BBC* (02/10/2017) donde se habla de una “Manipulación en el presente” para referirse a la construcción identitaria catalana.

2. Favorable al constitucionalismo +

La cobertura centrada sólo en manifestaciones, declaraciones o actos a favor del Estado español, donde el periodista utiliza adjetivos o connotaciones positivas. Algunos de los temas vinculados a este nivel son la aplicación del artículo 155 de la *Constitución española* o las manifestaciones a favor de la unidad de España.

3. Desfavorable para el independentismo

Son las noticias o posts que tratan sobre manifestaciones, declaraciones o actos que ofrecen aspectos negativos del movimiento independentista mediante una cobertura neutra. Un ejemplo de este nivel es el post titulado “La Cataluña que no votó: ‘Soy catalán y no voté porque no creía en el referéndum’”, donde las críticas al independentismo no provienen del periodista sino de testimonios.

4. Favorable al constitucionalismo

La cobertura neutra de manifestaciones, declaraciones o actos a favor del Estado español o la unidad de España.

5. Ambos por igual

La información es equilibrada y representa a ambas posiciones por igual. En este nivel se clasifican los posts que contextualizan la situación en Cataluña dentro del Estado español, los que critican a ambas partes o les piden una desescalación de las tensiones, así como los que ofrecen debates entre independentistas y constitucionalistas, para que cada parte explique sus argumentos. En el post titulado “*BBC Mundo* te explica las claves de la disputa entre España y el independentismo catalán por la votación del 1 de octubre” (*BBC*, 02/10/2017) tenemos un ejemplo de información que aborda ambas perspectivas de forma equidistante.

6. Desfavorable para el constitucionalismo

Cobertura neutra de manifestaciones, declaraciones o acciones que ofrecen una imagen negativa de las instituciones españolas. En este nivel encontramos las referencias a las cargas policiales y testimonios o entrevistas con personas críticas con el estado español. Es el caso del siguiente post donde se pone de manifiesto la crítica de terceros a la actuación policial o al Estado español en general: “Las imágenes de la violencia policial en Cataluña son objeto de duras críticas por parte de la prensa internacional” (*DW*, 02/10/2017) o “Los internautas condenan en redes sociales la violencia con la que la *Policía Nacional* reprimió en Cataluña y sienten #vergüenza. #CatalanReferendum” (*DW*, 01/10/2017).

7. Favorable al independentismo

Cobertura neutra de manifestaciones, declaraciones o actos pro independencia o favorables a las instituciones catalanas. Pertenecen a este nivel los posts que abordan exclusivamente el proceso independentista, desde una perspectiva acrítica.

8. Desfavorable para el constitucionalismo –

Cobertura de manifestaciones, declaraciones o actos donde se critica a las instituciones españolas, utilizando adjetivos negativos o imágenes con una potente carga simbólica. Sirva de ejemplo de este tipo de informaciones el siguiente post: “¡Si hasta yo mismo me iría si pudiera! ¿Cómo no van a correr espantados los catalanes?” (RT, 02/10/2017) o como se puede ver en la figura 1, “El nivel represivo en Cataluña no se veía desde la dictadura de Franco” (RT, 01/10/2017).

9. Favorable al independentismo +

Utilización de adjetivos positivos en la cobertura de manifestaciones, declaraciones o actos pro independencia o favorables a las instituciones catalanas. El título del siguiente post sirve para ilustrar este nivel: “‘Libertad’: Catalanes luchan por su independencia de España” (RT, 01/10/2017).

Dado que la variable mide el nivel de proximidad del post con la perspectiva independentista, cuando aparecen varios indicadores en la misma dirección, se clasifica en el nivel más próximo a cada extremo. Con indicadores a favor y en contra, se clasifica en el nivel medio, correspondiente a una cobertura equidistante. En el caso de que una publicación tenga un enlace y la información de éste entre en contradicción con el titular del post, tendrá preferencia el titular que aparece en la página de Facebook.

La codificación de esta variable se llevó a cabo por los dos autores, que analizaron cada uno el 50% de los posts. Con el fin de asegurar la replicabilidad de la investigación y validar la fiabilidad intercodificadores, se realizó una prueba, previa a la codificación final, en la que los codificadores analizaron una muestra común compuesta por el 13% de los posts (n = 80). Después de una ronda de entrenamiento, en la que se introdujeron nuevos indicadores en el manual de codificación para definir con más precisión cada nivel, la prueba de confiabilidad entre codificadores fue positiva. El resultado del coeficiente Alpha de Krippendorff (0 = no acuerdo, 1 = acuerdo perfecto) fue muy bueno ($\alpha = 0,86$), por encima del umbral del 0,70 que recomiendan autores como **Igartua-Perosanz** (2006) o **Neuendorf** (2016).

Para saber si las corporaciones difunden las noticias falsas en sus publicaciones en Facebook, se implementó un análisis de contenido de las publicaciones para buscar si incorporan alguna de las *fake news* detectadas por el portal de *fact checking Maldito Bulo*, firmante del código de principios del *International Fact-Checking Network*. <https://maldita.es>

En primer lugar, se comprobaron todos los bulos aparecidos sobre el *procés* catalán en este portal. La mayoría estaban relacionados con informaciones falsas sobre los heridos durante la jornada del 1-O por las fuerzas de seguridad españolas, el reconocimiento de algunos países de la República Catalana, el envío de tanques a Cataluña y el cierre de webs en catalán. En segundo lugar, durante el análisis del contenido de las noticias, se codificaron todas las informaciones que incorporaban alguno de estos bulos. El objetivo era detectar los posts en los que se difunde alguno de los bulos, así como las publicaciones que denuncian explícitamente la circulación de estos bulos.

4. Resultados

El gráfico 1 representa la frecuencia de publicación de cada corporación en Facebook, de septiembre a diciembre de 2017. RT es la corporación que mayor número de posts relacionados con el *procés* publica (236 posts), seguida de cerca por BBC (223) mientras que la cobertura de DW es sensiblemente inferior (166).

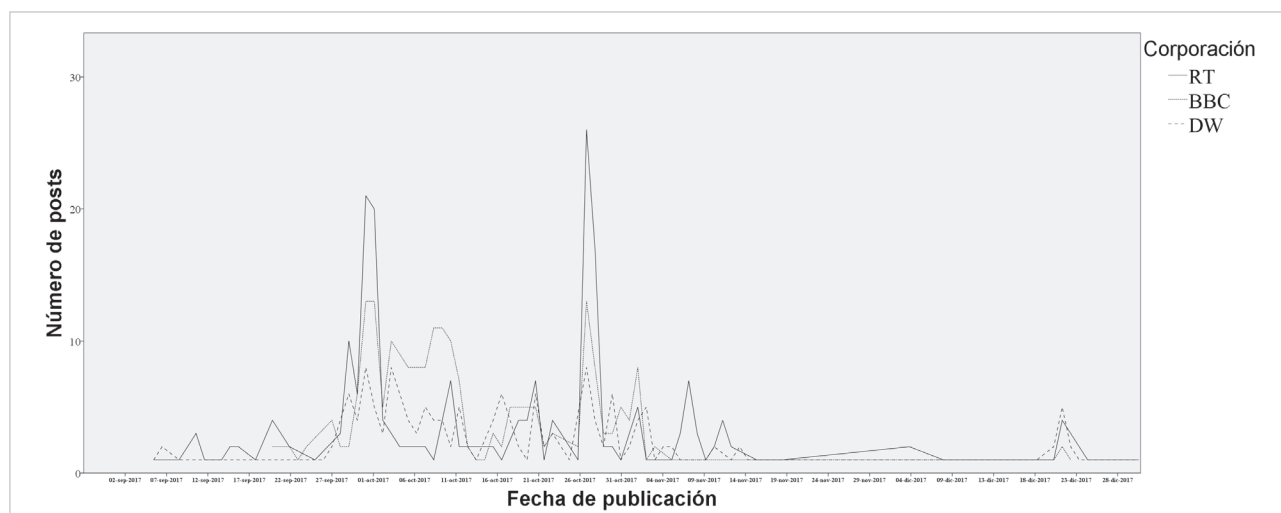


Gráfico 1. Frecuencia de publicación de cada corporación.



Figura 1. <https://www.facebook.com/ActualidadRT/photos/a.10150446154883273/10156211289553273/?type=3&theater>

La tabla 1 ofrece una cronología de los acontecimientos más relevantes relacionados con el *procés* que sucedieron durante los cuatro meses analizados. Las tres corporaciones realizan una cobertura centrada en dos hitos, el referéndum del 1 de octubre y la aplicación del artículo 155 de la *Constitución española* el 27 de octubre, con el que el presidente del gobierno español Mariano Rajoy cesa al presidente catalán Carles Puigdemont después de que el *Parlament de Catalunya* aprobara el inicio del proceso para convertir a Cataluña en una república independiente.

Tabla 1. Cronología de los hechos

06/09/2017	El <i>Parlament de Catalunya</i> , con el apoyo de <i>JxSí (Junts pel Sí)</i> y la <i>CUP (Candidatura d'Unitat Popular)</i> , aprueba la <i>Ley del referéndum</i> .
07/09/2017	El TC (<i>Tribunal Constitucional</i>) suspende de forma cautelar la convocatoria de referéndum.
08/09/2017	El TSJC (<i>Tribunal Superior de Justicia de Cataluña</i>) admite la querrela presentada por la <i>Fiscalía</i> contra Puigdemont y resto de ejecutivo.
11/09/2017	Multitudinaria manifestación independentista en Barcelona con la <i>Diada</i> .
12/09/2017	El TC suspende de forma cautelar la <i>Ley de Transitoriedad</i> .
14/09/2017	Comienza la campaña.
15/09/2017	El gobierno interviene las cuentas autonómicas.
20/09/2017	La <i>Guardia Civil</i> detiene por orden judicial a catorce altos cargos del <i>Govern</i> , entre los que está Josep María Jové, número dos de Oriol Junqueras.
24/09/2017	la <i>ANC (Asamblea Nacional Catalana)</i> y <i>Òmnium Cultural</i> reparten un millón de papeletas en la llamada "Maratón por la democracia".
01/10/2017	Consulta por la independencia, marcada por los enfrentamientos entre los votantes y los policías que tienen orden judicial de cerrar colegios electorales.
03/10/2017	El rey Felipe VI emite un mensaje en televisión, pidiendo al Estado asegurar el orden constitucional.
08/10/2017	Multitudinaria manifestación unionista en Barcelona.
10/10/2017	Puigdemont se compromete a dar la <i>Declaración Unilateral de Independencia (DUI)</i> , pero pide a la <i>Cámara</i> suspender sus efectos para dejar margen al diálogo.
11/10/2017	Rajoy anuncia las medidas que propone aplicar sobre Cataluña en el marco del artículo 155 de la <i>Constitución Española</i> , que incluye la destitución del <i>Govern</i> y la convocatoria de elecciones.
16/10/2017	La juez de la <i>Audiencia Nacional</i> Carmen Lamela encarcela a los líderes de la <i>Asamblea Nacional Catalana</i> , Jordi Sánchez, y de <i>Òmnium Cultural</i> , Jordi Cuixart, por sedición.
27/10/2017	El <i>Parlament de Catalunya</i> aprueba iniciar un proceso que culmine en una república independiente. Rajoy cesa a Puigdemont y al <i>Govern</i> y convoca elecciones para el 21 de diciembre en aplicación del art. 155.
28/10/2017	La vicepresidenta del <i>Gobierno</i> Soraya Sáenz de Santamaría asume las competencias de la <i>Presidència de la Generalitat</i> .
30/10/2017	La fiscalía se querrela contra Puigdemont y el resto del <i>Govern</i> por rebelión, sedición y malversación. Puigdemont y cinco consejeros viajan a Bruselas.
02/11/2017	Prisión incondicional sin fianza para Oriol Junqueras y siete exconsejeros y con fianza de 50.000€ para el exconsejero Santi Vila.
08/11/2017	El TC anula la <i>Declaración Unilateral de Independencia (DUI)</i> .
24/11/2017	El juez del <i>Tribunal Supremo</i> Pablo Llarena asume la causa contra el <i>Govern</i> y los líderes de <i>ANC</i> y <i>Òmnium</i> .
01/12/2017	Los ocho exconsellers y los líderes de <i>ANC</i> y <i>Òmnium Cultural</i> acatan ante el juez del <i>Supremo</i> la <i>Constitución</i> y la legalidad vigente, así como la aplicación del artículo 155.
05/12/2017	Arranca la campaña para las elecciones autonómicas del 21 de diciembre.
21/12/2017	Elecciones. <i>Ciudadanos</i> gana las elecciones y se convierte en la primera fuerza política en Cataluña, pero se produce una mayoría parlamentaria del bloque independentista. Récord histórico de participación, con el 79,04%.

Con el fin de comprobar si existen diferencias significativas en la frecuencia de la cobertura de RT, BBC y DW, realizamos una prueba anova de un factor en la que definimos como variable dependiente el número de posts publicados al día en Facebook sobre el tema catalán durante el último cuatrimestre de 2017 en cada corporación. Aunque la media del número de posts publicados al día por RT es superior al del resto de corporaciones (tabla 2), la prueba del análisis de la varianza revela que las diferencias en la frecuencia de publicación no son estadísticamente significativas [$F(2, 363) = 1,11, p = 0,329$].

Para responder a la segunda pregunta de investigación y comprobar si las tres corporaciones ofrecen una cobertura equilibrada o favorecen a una de las partes, se practica una prueba anova, con la que se compara la media de la variable *temática independentista*. Los resultados desvelan que existen diferencias estadísticamente significativas en el tratamiento informativo de las tres corporaciones [$F(2, 621) = 24,84, p < 0,001$].

Tabla 2. Media de posts por día (N = 122) según corporación

	Corporación			
	RT	BBC	DW	Total
Media	1,93	1,83	1,36	1,71
Desviación estándar	3,99	3,25	2,01	3,19
Número de posts	236	223	166	625

La prueba *post hoc* Scheffe indica que las diferencias son significativas ($p < 0,001$) entre la cobertura de RT por un lado y BBC y DW por el otro. La información que ofrece RT está más próxima a las posiciones independentistas ($M = 5,33$), con un mayor número de publicaciones donde priman aspectos desfavorables al constitucionalismo o favorables al independentismo.

Un ejemplo que puede ilustrar estas discrepancias en el tratamiento informativo del tema catalán lo encontramos en el post de RT donde, sobre una foto del dictador Francisco Franco, aparece el siguiente texto: “Académicos norteamericanos: ‘El nivel represivo en Cataluña no se veía desde la dictadura de Franco’” (01/10/2017). No obstante, aunque minoritarias, también encontramos en RT noticias críticas con el referéndum, como “El recuento que suma 100,88%: Los motivos para no confiar en el referéndum catalán” (02/10/2017) o “Cataluña: publican imágenes de personas votando varias veces en colegios distintos” (01/10/2017).

Tabla 3. Media de la variable *Temática independentista*

	Corporación			
	RT	BBC	DW	Total
Media	5,33	4,29	4,61	4,77
Desviación estándar	1,66	1,57	1,61	1,68

Por el contrario, los resultados del estudio revelan que BBC realiza una cobertura donde prevalecen las informaciones favorables al bloque constitucional ($M = 4,29$). Podemos apreciar esta tendencia en el post del 2 de octubre donde se ofrece un enlace al reportaje titulado “La Cataluña que no votó: ‘Soy catalán y no voté porque no creía en el referéndum’”. Esta corporación también publica varios posts en los que se enlaza con la noticia

“¿Fue independiente alguna vez este territorio de España?”, donde se afirma que la construcción identitaria del independentismo catalán es una “manipulación en el presente” (BBC, 01/10/2017).

Precisamente es durante la cobertura del referéndum (1 y 2 de octubre de 2017) cuando se manifiestan de forma más palmaria las discrepancias entre el posicionamiento de RT y BBC, llegando a superar los dos puntos de diferencia entre las dos corporaciones. La media de RT alcanza en estas fechas un valor de 6,37, mientras que BBC se mantiene en 4,35.

Como se observa en la tabla 3, DW también realiza una cobertura favorable al constitucionalismo, aunque más equilibrada que BBC. DW informa sobre el tema catalán desde una perspectiva próxima al punto de vista oficial manifestado por el *Gobierno alemán*, al que utiliza habitualmente como fuente. Un ejemplo de la postura que mantiene esta corporación lo encontramos en el post publicado el 2 de octubre de 2017 en el que reproduce un comunicado del *Gobierno alemán*, donde el ministro de Asuntos Exteriores, Sigmar Gabriel, señala que “las imágenes que ayer nos llegaron de España evidencian la necesidad de interrumpir esa espiral de tensiones”, al tiempo que recomienda una solución política, recalando que tiene que ser “dentro del estado de derecho y la *Constitución española*”. También encontramos en su cobertura manifestaciones que abogan por el diálogo entre ambas partes (DW, 07/10).

“Encontramos sólo dos posts que difunden bulos que han sido publicados previamente en otros medios”

En el estudio encontramos sólo dos posts que difunden bulos que han sido publicados previamente en otros medios. RT (02/10/2017) cita una información falsa aparecida en el periódico catalán *La Vanguardia*, donde una mujer que participó en la votación del referéndum denuncia una agresión policial:

“Me han roto los dedos uno en uno y me han tocado las tetas mientras se reían”.

<https://www.lavanguardia.com/politica/20171001/431704301221/marta-torrejillas-dedos-tetas-policia-nacional-referendum-1-o.html>

No obstante, cabe destacar que cinco días más tarde, cuando la protagonista de la noticia matiza sus propias declaraciones en otro medio, RT se hace eco del cambio de versión y publica una rectificación.

Asimismo, en una crónica sobre las imágenes en redes sociales de la jornada del referéndum (figura 2), DW (02/10/2017) reproduce un vídeo compartido en *Twitter* por el político inglés, Owen Jones, donde fuerzas antidisturbios se enfrentan a un grupo de bomberos catalanes, supuestamente durante la jornada del referéndum del 1 de octubre de 2017. Esas imágenes son en realidad de unas protestas de 2013.



Figura 2. <https://www.facebook.com/dw.espanol/videos/1726093210758094>

En cuanto al *fact checking*, tanto RT (figura 3) como BBC reportan bulos, como el difundido por DW relacionado con la diseminación en las redes sociales de imágenes falsas de heridos durante el 1-O: “Cuidado con los bulos: Fotos falsas de heridos en el referéndum de Cataluña” (RT, 02/10/2017) y “4 casos de noticias falsas que intoxicaron el debate sobre la independencia de Cataluña de España” (BBC, 21/10/2017).

RT también se defiende en tres posts de las acusaciones sobre su supuesta injerencia en el asunto catalán y critica con ironía (a cargo de la ya citada periodista Inna Finogenova) las denuncias en este sentido realizadas por los medios españoles *El confidencial* y *El país*, a los que acusa de propagar información falsa sin contrastar.

5. Discusión y conclusiones

Los resultados del estudio revelan en primer lugar que en la agenda comunicativa de RT el *procés* ocupa un espacio más destacado que en las otras dos corporaciones, ya que publica un mayor número de posts centrados en el asunto catalán. La diferencia es mucho más apreciable respecto a la germana DW, mientras que con la BBC se suaviza más. La superioridad se hace más patente alrededor de las fechas clave informativas —el 1 y el 27 de octubre— cuando se concentran gran parte de las noticias analizadas. En cualquier caso, las diferencias en la frecuencia de las tres corporaciones no son estadísticamente significativas en un período medianamente largo —cuatro meses— como el propuesto en el estudio.

En cuanto al contenido de las informaciones planteado en la PI2, los resultados evidencian diferencias significativas entre RT y el resto de las corporaciones. La cobertura de RT es durante el período general estudiado más próxima al independentismo catalán, mientras que BBC y DW se decantan hacia el bloque constitucionalista. Pero lo más destacable de los resultados es que durante la fecha clave del 1 de octubre y las horas siguientes —cuando como hemos visto se concentra el grueso de la información en todas las cadenas analizadas y previsiblemente en el resto de medios— es cuando según el análisis de los posts, esa parcialidad se hace más patente: la media en la variable *temática independentista* de RT alcanza 6,37, claramente a favor de los independentistas, y más de un punto superior (1,04) respecto a la media general de la cadena, en la que también se aprecia un sesgo estadísticamente significativo en la misma dirección (5,33). En cambio, el estudio de los posts en Facebook de la BBC revela que su posición en la variable apenas cambia durante la fecha clave. Hay que remarcar que precisamente durante esa fecha clave RT y la agencia Sputnik llegaron a tener 1,7 veces más distribución por redes que el primer diario de España, *El país* (Mars, 2018b). Es decir, la repercusión de esa tendencia clara fue potente y fundada.

Es singular la estrategia de RT cuando se defiende (atacando) de las críticas de parcialidad, utilizando el recurso de la ironía, que no aparece en las informaciones de los otros dos medios analizados. Son posts además ampliamente compartidos, en los que se reflexiona sobre lo que consideran teorías conspirativas. Más allá de estas informaciones, muy difundidas pero escasas, cabe resaltar que las publicaciones de las tres corporaciones mantienen en general un punto de vista equidistante con la información, como exige el requisito de neutralidad propio de la profesión periodística. La crítica o la defensa de una de las dos posiciones se hace siempre a través de terceros, citando y entrecomillando las declaraciones de políticos, ciudadanos o especialistas en el tema.

Respecto a la PI3, el estudio revela que las corporaciones mantienen lo que parece una actitud vigilante ante la difusión de *fake news*. Los dos únicos casos encontrados en los que RT y BBC publican una noticia falsa, el origen de la información es una fuente fiable. Algunas de las publicaciones de RT y BBC cumplen la función de *fact checking* e, incluso, encontramos una noticia de RT donde rectifica una información falsa publicada anteriormente.

Todos estos resultados enlazan perfectamente con la bibliografía detallada en el artículo, en la que se inserta RT como una pieza fundamental de las maniobras de desinformación promovidas por el gobierno ruso, pero en este caso con un tratamiento suave y ligero, en el que RT no pierde totalmente la apariencia de medio independiente y de prestigio contrastado, resultando la manipulación sutil: además, ésta se suaviza aún más cuando nos alejamos del



Figura 3.

<https://www.facebook.com/ActualidadRT/posts/10156217833048273>

“ En la agenda comunicativa de RT el *procés* ocupa un espacio más destacado que en la BBC y DW ”

“ RT no pierde totalmente la apariencia de medio independiente y de prestigio contrastado, resultando la manipulación sutil ”

punto álgido informativo que supuso la celebración del referéndum el 1 de octubre de 2017. El rol de *RT* como medio cercano a los postulados independentistas, pero sin perder su pretendido prestigio de agente exterior, permite a sus posts servir de contenido circulante a través de las redes sociales en *echo chambers* asociadas a la ideología próxima a estos postulados.

En este estudio parcial, que consideramos inicial y exploratorio, no entramos en la valoración de otras cuestiones referidas a la difusión a través de otros medios sociales —respecto a las denuncias de cuentas falsas o con orígenes oscuros—, ni a la calidad de las interacciones que pueden justificar las acusaciones de desestabilización desde las posibilidades indudables que ofrecen las redes para este fin, ni respecto a la existencia de *zombies* digitales asociados a ciertos medios. Son investigaciones sobre el tratamiento de las corporaciones de medios extranjeras del *procés* que hemos detallado en el artículo y que consideramos pertinentes, y a las que esta contribución quiere sumarse. En posteriores investigaciones se debería seguir trabajando en el estudio del sesgo comparativo de las tres corporaciones, en períodos más alejados de la urgencia informativa que supuso el referéndum independentista e incorporando en el corpus todas las publicaciones dedicadas a la cobertura de la actualidad española, para comprobar, más allá de la frecuencia absoluta de publicaciones, si el porcentaje dedicado al tema catalán sigue siendo superior en la agenda informativa de *RT*.

6. Notas

1. Perteneciente a la empresa federal unitaria Compañía estatal de televisión y radioemisora de toda Rusia.

7. Referencias

- Alandete, David** (2019). *Fake news: La nueva arma de destrucción masiva*. Barcelona: Deusto. ISBN: 978 84 234 3019 2
- Al-Rawi, Ahmed** (2017). “News values on social media: News organizations’ Facebook use”. *Journalism*, v. 18, n. 7, pp. 871-889.
<https://doi.org/10.1177/1464884916636142>
- Ault, John** (2017). *Interim report. Catalan regional elections*. Democracy Volunteers.
<https://democracyvolunteersdotorg.files.wordpress.com/2017/12/catalonian-regional-election-2017-interim-report1.pdf>
- Ballesteros-Herencia, Carlos-Antonio** (2015). “El desafío inadvertido. La consulta sobre la independencia de Cataluña desde el marco informativo del conflicto”. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, v. 53, pp. 48-64.
<https://ddd.uab.cat/record/166325>
- Baqués, Josep** (2018). *Análisis de tendencias geopolíticas a escala global*. Madrid: Instituto de Estudios Estratégicos.
http://www.ieee.es/contenido/noticias/2018/01/DIEEINV18-2017.html?__locale=es
- Borge-Bravo, Rosa; Esteve-Del-Valle, Marc** (2017). “Organization still matters: Parties’ characteristics, posting and followers’ reactions on Facebook”. *International journal of e-politics*, v. 8, n. 1, pp. 30-49.
<https://doi.org/10.4018/IJEP.2017010103>
- CAC (2017). *El pluralisme als espais d’opinió de la televisió de l’11 al 30 de setembre de 2017*. Consell de l’Audiovisual de Catalunya.
- Cano-Bueso, Juan** (2017). *Cataluña en su laberinto*. Valencia: Tirant Humanidades. ISBN: 978 84 17069605
- De-Pedro, Nicolás; Iriarte, Daniel** (2017). “Cuando el Russky mir y el mundo hispanohablante se encuentran: RT y Sputnik en español”. En: De-Pedro, Nicolás; Ghilès, Francis. *Guerra en tiempos de paz. la estrategia de Rusia en los flancos Sur y Este de la OTAN*. Barcelona: Cidob (Center for International Affairs). ISBN: 978 84 92511 55 6
<https://cutt.ly/7jQcqP>
- Del-Fresno-García, Miguel; Manfredi-Sánchez, Juan-Luis** (2018). “Politics, hackers and partisan networking. Misinformation, national utility and free election in the Catalan independence movement”. *El profesional de la información*, v. 27, n. 6, pp. 1225-1238.
<https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.06>
- Doyle, Gillian** (2016). “Creative economy and policy”. *European journal of communication*, v. 31, n. 1, pp. 33-45.
<https://doi.org/10.1177/0267323115614469>
- Dubois, Elizabeth; Blank, Grant** (2018). “The echo chamber is overstated: The moderating effect of political interest and diverse media”. *Information, communication & society*, v. 21, n. 5, pp. 729-755.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1428656>
- EFE** (2018). “La inteligencia alemana afirma que Rusia apoyó al independentismo catalán”. *EFE*, 14 mayo. Madrid: Agencia EFE.
<https://www.efe.com/efe/espana/portada/la-inteligencia-alemana-afirma-que-rusia-apoyo-al-independentismo-catalan/10010-3615117>
- Emmot, Robin** (2017). “Spain sees Russian interference in Catalonia separatist vote”. *Reuters*, 13 November.
<https://www.reuters.com/article/us-spain-politics-catalonia-russia/spain-sees-russian-interference-in-catalonia-separatist-vote-idUSKBN1DD20Y>

- Esteve-Del-Valle, Marc; Borge-Bravo, Rosa** (2018). "Echo chambers in parliamentary Twitter networks: The Catalan case". *International journal of communication*, v. 12, pp. 1715-1735.
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/8406>
- EU vs Disinfo* (2017). "Russian TV's view on Catalan referendum: Europe falling apart and Spain compared to Ukraine". *EU vs Disinfo*, 7 October.
<https://euvsdisinfo.eu/russian-tvs-view-on-catalonia-referendum-europe-falling-apart-and-spain-compared-to-ukraine>
- García, David; Abisheva, Adiya; Schweighofer, Simon; Serdült, Uwe; Schweitzer, Frank** (2015). "Ideological and temporal components of network polarization in online political participatory media". *Policy & internet*, v. 7, n. 1, pp. 46-79.
<https://doi.org/10.1002/poi3.82>
- Gimpel, Gregory** (2015). "The future of video platforms: Key questions shaping the TV and video industry". *International journal on media management*, v. 17, n. 1, pp. 25-46.
<https://doi.org/10.1080/14241277.2015.1014039>
- Glowacki, Michael; Jackson, Lizzie** (2014). *Public media management for the twenty-first century: Creativity, innovation, and interaction*. London: Routledge. ISBN: 978 0 203796986
- Gob.UK* (2016). *A BBC for the future: A broadcaster of distinction (white paper)*. Gob.UK: Department for culture, media and sports.
<https://www.gov.uk/government/publications/a-bbc-for-the-future-a-broadcaster-of-distinction>
- González-Morales, Marta** (2017). *Análisis comparativo entre Cadena SER Catalunya y Catalunya Ràdio sobre el proceso independentista catalán*.
<https://ddd.uab.cat/record/180474>
- Gruzd, Anatoliy; Roy, Jeffrey** (2013). "Investigating political polarization on Twitter: A Canadian perspective". *Policy & internet*, v. 6, n. 1, pp. 28-45.
<https://doi.org/10.1002/1944-2866.POI354>
- Hierro-Hernández, María-José** (2012). *Changes in national identification: The case of Catalonia*. Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Madrid.
https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/10285/52319_Hierro_Maria_Jose.pdf
- Hill, Fiona; Gaddy, Clifford G.** (2013). *Mr. Putin: Operative in the Kremlin*. Washington, D.C.: Brookings Institution Press. ISBN: 978 0 815723769
- Igartua-Perosanz, Juan-José** (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch. ISBN: 978 84 97902717
- Kellner, Douglas** (2017). *American horror show: Election 2016 and the ascent of Donald J. Trump*. Rotterdam: SensePublishers. ISBN: 978 94 6300 974 4
- Lesaca, Javier** (2017). "Why did Russian social media swarm the digital conversation about Catalan independence?". *The Washington Post*, 22 November
- López-Olano, Carlos** (2018). *RTVV: Paradigma de la triple crisis de las radiotelevisiónes públicas*. Valencia: Tirant Lo Blanch. ISBN: 978 84 17069506
- López-Olano, Carlos** (2016). "Las autoridades de regulación audiovisual en España. Panorámica y perspectivas del control de la pluralidad". *Miguel Hernández communication journal*, v. 7, pp. 87-112.
<http://rev.innovacionumh.es/index.php?journal=mhjc&page=article&op=view&path%5B%5D=120&path%5B%5D=247>
- López-Rabadán, Pablo; Doménech-Fabregat, Hugo** (2018). "Instagram y la espectacularización de las crisis políticas. Las 5W de la imagen digital en el proceso independentista de Cataluña". *El profesional de la información*, v. 27, n. 5, pp. 1013-1020.
<https://doi.org/10.3145/epi.2018.sep.06>
- Lowe, Gregory-Ferrell; Yamamoto, Nobuto** (eds.) (2016). *Crossing borders and boundaries in public service media*. Göteborg: Nordicom. ISBN: 978 9187957215
<https://core.ac.uk/download/pdf/43564587.pdf>
- Mair, John; Tait, Richard; Keeble, Richard-Lance** (eds.) (2014). *Is the BBC in crisis?*. Bury St. Edmunds, Suffolk: Abramis. ISBN: 1845496213
- Mars, Amanda** (2018a). "El Senado sostiene que Putin interfirió para ayudar a Trump a ganar las elecciones". *El país*, 16 mayo.
https://elpais.com/internacional/2018/05/16/estados_unidos/1526491323_536871.html
- Mars, Amanda** (2018b). "RT y Sputnik fueron los mayores difusores de noticias sobre Cataluña en redes". *El país*, 6 marzo.
https://elpais.com/internacional/2018/03/05/estados_unidos/1520277454_983401.html

- McCombs, Maxwell** (2006). *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós. ISBN: 978 84 49318696
- McGrath, M. C.** (2018). *Written evidence submitted to Parliament UK*.
<https://cutt.ly/BIMtY5>
- McPherson, Miller; Smith-Lovin, Lynn; Cook, James M.** (2001). "Birds of a feather: Homophily in social networks". *Annual review of sociology*, v. 27, n. 1, pp. 415-444.
<https://doi.org/10.1146/annurev.soc.27.1.415>
- Mendoza, Eduardo** (2017). *Qué está pasando en Cataluña*. Barcelona: Seix Barral. ISBN: 978 84 32233494
- Miazhevich, Galina** (2018). "Nation branding in the post-broadcast era: The case of RT". *European journal of cultural studies*, v. 21, n. 5, pp. 575-593.
<http://hdl.handle.net/2381/41100>
<https://doi.org/10.1177/1367549417751228>
- Mierzejewska, Bocena; Shaver, Dan** (2014). "Key changes impacting media management research". *The international journal on media management*, v. 16, n. 2, pp. 47-54.
<https://doi.org/10.1080/14241277.2014.954439>
- Mills, Tom** (2016). *The BBC: Myth of a public service*. London/New York: Verso. ISBN: 978 1 784784850
- Milosevich-Juaristi, Mira** (2017). "El poder de la influencia rusa: la desinformación". *Real Instituto El Cano. Estudios internacionales y estratégicos*, 20 enero.
<https://cutt.ly/UjQHUh>
- Mutz, Diana C.; Young, Lori** (2011). "Communication and public opinion: Plus ça change?". *Public opinion quarterly*, v. 75, n. 5, pp. 1018-1044.
<https://doi.org/10.1093/poq/nfr052>
- Nalbandov, Robert** (2016). *Not by bread alone: Russian foreign policy under Putin*. Lincoln, Nebraska: Potomac Books. ISBN: 978 1 612347103
- Neuendorf, Kimberly** (2016). *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks, etc.: Sage. ISBN: 0761919783
- Politkovskaia, Anna** (2005). *La rusia de Putin*. Barcelona: Debate. ISBN: 8483066203
- Rahman, Anis; Lowe, Gregory-Ferrell** (2016). *Public service media initiatives in the global South*. Burnaby, Surrey, Vancouver: Simon Fraser University Library Publishing. ISBN: 1772870021
- Schlesinger, Philip** (1987). *Putting reality together: BBC news*. London: Methuen. ISBN: 0416901905
- Stroud, Natalie-Jomini** (2010). "Polarization and partisan selective exposure". *Journal of communication*, v. 60, pp. 556-76.
<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2010.01497.x>
- Sunstein, Cass R.** (2018). *#republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton: Princeton University Press. ISBN: 978 0 691180908
- Sunstein, Cass R.** (2009). *Republic.com 2.0*. Princeton: Princeton Univ. Press. ISBN: 978 0 691143286
- Sunstein, Cass R.** (2001). *Republic.com*. Princeton: Princeton Univ. Press. ISBN: 0691070253
- Tambini, Damian** (2015). "Problems and solutions for public service broadcasting: Reflections on a fifty-six country study". In: Arriaza-Ibarra, Karen; Nowak, Eva; Kuhn, Raymod (eds.). *Public service media in Europe*. London: Routledge, pp. 41-52. ISBN: 1138020680
<https://doi.org/10.4324/9781315722290>
- Trump, Donald J.; Zanker, Bill** (2008). *Think big and kick ass in business and life*. New York: Collins. ISBN: 978 0 061547836
- Valera-Ordaz, Lidia** (2018). "Medios, identidad nacional y exposición selectiva: Predictores de preferencias mediáticas de los catalanes". *Revista española de investigaciones sociológicas*, v. 164, pp. 135-154.
<https://doi.org/10.5477/cis/reis.164.135>
- Wolff, Michael** (2018). *Fire and fury. Inside the Trump White House*. London: Little. ISBN: 978 1 408711392
- Xicoy, Enric; Perales-García, Cristina; Xambó, Rafael** (2017). "Shaping public opinion for confrontation: Catalan independence claims as represented in Spanish, Catalan, Valencian, and Basque editorials". *American behavioral scientist*, v. 61, n. 9, pp. 1040-1055.
<https://doi.org/10.1177/0002764217708587>
- Yablokov, Ilya** (2015). "Conspiracy theories as a Russian public diplomacy tool: The case of Russia today (RT)". *Politics*, v. 35, n. 3-4, pp. 301-315.
<https://doi.org/10.1111/1467-9256.12097>