

2023 | Septiembre

¿Cómo responder ante la desinformación durante eventos internacionales?

Índice

| | | |
|---|----|-----------------------------|
| Introducción al fenómeno de la desinformación | 3 | Ir a página |
| Por qué es importante considerar el fenómeno de la desinformación al abordar estudios internacionales | 5 | Ir a página |
| Períodos de crisis informativa | 7 | Ir a página |
| Estrategias utilizadas para desinformar | 8 | Ir a página |
| Tipos de desinformación y formatos más comunes | 10 | Ir a página |
| Las desinformaciones se enmarcan en narrativas | 14 | Ir a página |
| Quiénes difunden desinformaciones | 16 | Ir a página |
| Recomendaciones | 18 | Ir a página |
| <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo contrarrestar la desinformación sobre eventos de política internacional?..... | 18 | Ir a página |
| <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo evitar propagar desinformaciones?..... | 18 | Ir a página |
| <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo verificar si un contenido es una potencial desinformación?..... | 19 | Ir a página |
| <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo cubrir periodísticamente estos eventos y evitar la propagación de desinformaciones? | 21 | Ir a página |
| <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo puedo contribuir a contrarrestar la desinformación sobre un tema si soy experto en ese tema pero no soy periodista?..... | 21 | Ir a página |
| <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo analizar eventos o procesos de política internacional en el contexto de una sociedad permeada por la desinformación?..... | 22 | Ir a página |

Introducción al fenómeno de la desinformación

Las desinformaciones son contenidos falsos, en los que se inventan cosas que no sucedieron, o basados en hechos reales pero que están sacados de contexto o son tergiversados para cambiarles el sentido, como imágenes de un hecho pasado que se presentan como actuales o videos manipulados o editados de tal forma que tengan un sentido diferente al original.

Estos contenidos falsos o engañosos circulan en distintos medios y plataformas, pero sobre todo en redes sociales y servicios de mensajería instantánea, como cadenas de audio de WhatsApp, fotos, videos o posts en Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, entre otras. Merece una mención especial el servicio de mensajería instantánea Telegram que, a diferencia de otras plataformas (y al momento de la realización de este informe), permite crear grupos de hasta 200 mil integrantes y canales de difusión ilimitados, **se convierte en un excelente medio para la llegada a una audiencia masiva y funciona de hecho como una de las alternativas más prósperas para la difusión de desinformaciones**. Los mismos desinformantes sistemáticos y creadores de estos grupos invitan a sus seguidores desde otras plataformas a unirse a sus canales de Telegram para “evitar la censura”. **Durante la pandemia de coronavirus proliferaron canales y grupos dedicados a la difusión de contenidos desinformantes** relacionados al origen del virus, las medidas de restricción y las vacunas. Luego de la pandemia, muchos de estos canales siguieron activos dedicados a desinformar sobre temas que van desde política internacional **como la guerra en Ucrania** o teorías conspirativas como la existencia de una agenda de dominación mundial.

La desinformación no es un fenómeno exclusivo de las redes sociales, circula de manera offline y también en medios de comunicación tanto públicos como privados que, de manera esporádica o de manera sistemática, diseminan o amplifican desinformaciones.

Si bien las “noticias falsas” no son nada nuevas y la propaganda y las operaciones políticas tampoco, las redes sociales y la manera en la que nos informamos modificaron el fenómeno de la desinformación. Con la aparición de la tecnología y la multiplicación de los canales de difusión, cambió la forma en la que nos informamos. Un gran número de personas ya no consumen medios de comunicación: se actualizan con las novedades del día directamente en redes sociales (consumo incidental de noticias), con contenidos que algunas veces vienen de medios o periodistas profesionales, y muchas otras son creados desde la ciudadanía. Las redes sociales permiten que casi cualquiera, con bajos costos y poco esfuerzo, pueda llegar a un público masivo, lo que las convierte en un medio fértil para la propagación de desinformaciones

El fenómeno de la desinformación no se centra solo en los contenidos o mensajes desinformantes, sino que debemos pensarlo como un **ecosistema**, en el que participen distintos tipos de actores, con diferentes intenciones, que difunden y adaptan sus contenidos para las dinámicas propias de cada plataforma. Además, estos contenidos también pueden circular en medios de comunicación masivos, dando lugar a un ciclo en el que la información errónea se repite y amplifica continuamente, creando una red dinámica e interconectada.

Además, los contenidos individuales rara vez operan de manera aislada, sino que suelen retroalimentarse e insertarse dentro de narrativas más grandes, como la narrativa que afirma que la pandemia fue una mentira, o que el calentamiento global no existe, entre muchas otras.

Entender el fenómeno de la desinformación como un ecosistema es crucial para desarrollar estrategias eficaces para contrarrestar la desinformación, ya que reconoce la naturaleza multifacética e interconectada del desafío.

En esta guía recopilaremos los principales componentes del ecosistema desinformativo, y sus principales características.

Por qué es importante considerar el fenómeno de la desinformación al abordar estudios internacionales

La creación y difusión de información falsa o engañosa pueden tener gran impacto sobre la salud o la vida de las personas, el funcionamiento de la democracia, la economía y la confianza en los otros. Puede llevar a que la ciudadanía tenga una menor comprensión sobre los eventos y temas importantes, o una visión errónea sobre ellos, genera confusión e incluso puede influir negativamente en la toma de decisiones -personales, políticas o incluso médicas- al basarse en información incorrecta o distorsionada.

En el ámbito político, la desinformación puede afectar la democracia ya que socava la capacidad de los ciudadanos para tomar decisiones informadas al mismo tiempo que entorpece su participación en la discusión pública. Puede influir en las elecciones políticas y en la toma de decisiones gubernamentales. Los actores políticos y grupos de interés pueden aprovechar la desinformación para manipular la opinión pública y promover agendas particulares, como deslegitimar las elecciones tal como ocurrió en Estados Unidos en 2020 o Brasil en 2022. En algunos casos, también puede alimentar teorías de conspiración y desempeñar un papel importante en el desarrollo de eventos de gran significado político y social como lo fue la toma del Capitolio de Estados Unidos el 6 de enero de 2021. En otras oportunidades puede generar una corriente de opinión para legitimar argumentos y conductas contrarias al derecho internacional como el caso de la invasión de un país a otro.

La desinformación puede minar la confianza en los procesos democráticos y en las instituciones políticas así como deteriorar la confianza en los medios, en la objetividad y la integridad del periodismo, ya que la gente no sabe en quién confiar ni en

qué información creer.

Dado que la desinformación puede moldear la opinión pública, alimentar movimientos sociales e incluso influir en procesos democráticos, es esencial analizar y tener en cuenta el fenómeno de la desinformación al momento de estudiar eventos o procesos socio-políticos.

Por otra parte, a medida que el impacto de la desinformación se hace más evidente en áreas críticas como la política, la salud pública y la confianza en las instituciones, surge la necesidad de un compromiso colectivo para contrarrestarla. Cada individuo tiene el poder de contribuir a este esfuerzo, ya sea evitando amplificar contenidos falsos, proveyendo información de calidad desde las áreas de competencia de cada uno o promoviendo la búsqueda de fuentes confiables. De esta manera podemos fortalecer nuestra sociedad contra los impactos de la desinformación y cultivar un terreno más sólido para el debate y la toma de decisiones informadas.

Periodos de crisis informativa

Cuando suceden eventos disruptivos o de gran impacto, como desastres naturales, emergencias sanitarias, movilizaciones sociales, atentados o conflictos armados -entre otros- se suele experimentar un período de crisis informativa, donde por un lado existe un gran interés de la población que demanda información actualizada sobre los hechos pero, dada la inmediatez de lo sucedido, existe poca información disponible que pueda saciar esa necesidad. Estos períodos son terreno fértil para los productores de desinformación, quienes rápidamente aprovechan el momento para echar a correr rumores y falsedades que, gracias a la novedad del tema y el gran interés de la población, tienen más posibilidades de proliferar.

Estas crisis informativas no se dan solamente en la proximidad de los hechos, sino que pueden experimentarse durante eventos que suceden en regiones donde, por cuestiones geográficas o lingüísticas, la presencia de corresponsales es limitada, o en áreas con una libertad de prensa restringida que dificulta el acceso a información de calidad.

En Argentina, uno de los períodos de crisis informativa se dio durante los primeros meses de la guerra entre Rusia y Ucrania: un conflicto geopolítico en un territorio distante del que muchos en la Argentina tienen poca información pero que movilizó el interés de las audiencias.

Tomaremos el caso de las desinformaciones alrededor de la guerra en Ucrania que circularon en Argentina durante los primeros meses del conflicto armado como ejemplo para analizar los múltiples componentes del ecosistema desinformativo y sus principales características.

Estrategias utilizadas para desinformar

Los actores desinformantes utilizan una estrategia astuta para lograr una gran ampliación de sus mensajes: generar contenido muy emocional capaz de evocar reacciones intensas en nosotros. El miedo, el enojo o la indignación son emociones muy profundas y cuando vemos un contenido capaz de evocar estas emociones, solemos actuar impulsivamente en consecuencia. Por ejemplo, si escuchamos un audio de un supuesto doctor alertando que tal producto es tóxico, el miedo a que ese producto afecte la salud de un ser querido hace que compartamos el mensaje inmediatamente, sin detenernos a pensar si ese médico existe realmente o si lo que afirma tiene alguna evidencia.

Muchas personas comparten este tipo de contenidos creyendo que están haciendo un bien:

- Cuando le tenemos miedo a algo, nuestro primer instinto es advertir de esta amenaza a quienes conocemos.
- Cuando algo te muestra que una persona u organización no es confiable, buscas que las personas que conoces y quieres tampoco confíen en ellos.
- Cuando algo te enoja o te genera indignación, quieres que otras personas lo sepan para que te ayuden a combatirlo.

En el caso de la guerra de Ucrania, una estrategia muy difundida fue la de apelar al enojo, indignación y tristeza por el sufrimiento del pueblo ucraniano, especialmente por las víctimas civiles de la guerra.

Durante los primeros meses de la guerra, este costo humano real fue explotado con mensajes engañosos a través de imágenes que correspondían a otros contextos.

Como esta imagen donde supuestamente se ve a una niña ucraniana llorando junto al cuerpo de una mujer víctima de la guerra, pero que **en realidad es una imagen del 2010 correspondiente a la película “La Fortaleza de Brest”**, una coproducción de Rusia y Bielorrusia.

O **esta** imagen de una niña ensangrentada que **en realidad corresponde a la guerra en Siria durante el 2018**.



Apelar a emociones fuertes es una de las tantas estrategias utilizadas para desinformar. Otra, por ejemplo, es hacer referencia a fuentes o expertos inexistentes o poco confiables para respaldar una afirmación, dando la impresión de respaldo legítimo; o presentar dos puntos de vista como igualmente válidos, incluso si uno carece de evidencia sólida, creando la ilusión de un debate equilibrado; o mismo utilizar cuentas automatizadas en redes sociales para propagar información falsa y amplificar ciertas narrativas de manera artificial, entre otras tácticas.

Tipos de desinformación y formatos más comunes

La desinformación no siempre es contenido completamente inventado (**contenido fabricado**) sino que los desinformantes emplean una variedad de formatos y herramientas para que su contenido sea percibido como auténtico. A continuación se presentan los tipos más característicos, adaptación de las categorías desarrolladas originalmente por la organización FirstDraft.

- **Contexto falso:** se da cuando el contenido es genuino (una frase, una imagen o un video real), pero se comparte en referencia a una fecha, lugar o contexto diferente al original.

Durante los primeros días de la invasión a Ucrania, donde había poca información disponible o cronistas in situ que pudieran dar cuenta de la situación, circularon muchos contenidos desinformantes en formato de imágenes y videos que pretendían representar supuestas acciones militares -especialmente de las fuerzas rusas- pero que en realidad correspondía a otras situaciones, otros momentos u otros conflictos, como supuestos bombardeos rusos que en realidad corresponden al conflicto de la franja de Gaza (ver [acá](#), [acá](#) y [acá](#)). En los casos más extremos, se llegaron a presentar imágenes de videojuegos como crónicas reales del conflicto.



Vídeo de supuestos aviones rusos sobrevolando la ciudad de Kiev, que circuló a las pocas horas de iniciados los ataques rusos, pero que **en realidad pertenece a un ensayo de un desfile patriótico en Rusia realizado en 2020.**



Foto de un supuesto bombardeo de Rusia en Ucrania, que circuló a las pocas horas de iniciados los ataques rusos, pero que **en realidad corresponde a un ataque aéreo de 2021 en la franja de Gaza.**

Estas falsas representaciones del conflicto podrían ser simplemente falsas crónicas de la guerra sin una intención evidente de favorecer a uno u otro bando, y en algunos casos fueron tomadas de esa manera por algunos medios informativos. Sin embargo, al analizar la forma en la que estos contenidos fueron interpretados, se encuentran mensajes de empatía con el pueblo ucraniano invadido, pedidos de paz y cese de hostilidades. Así, junto con las imágenes reales que mostraban el inicio del conflicto se mezclaron desinformaciones que hicieron más difícil saber qué estaba ocurriendo.

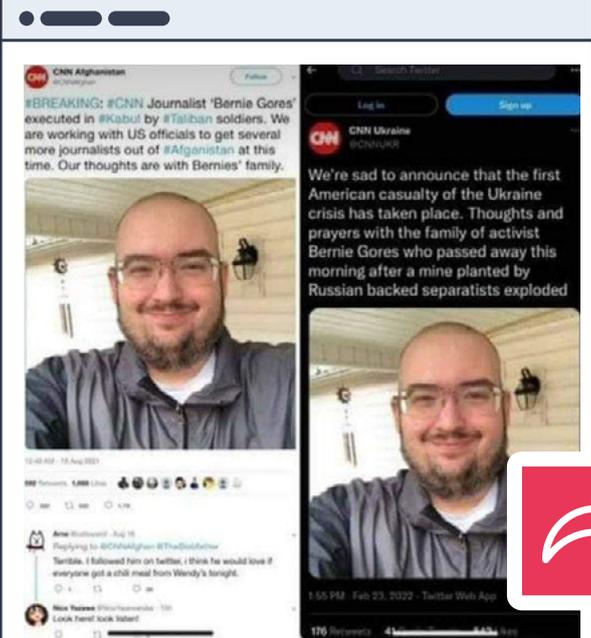
- **Contenido impostor:** contenidos que engañan sobre la fuente de la cual provienen, por ejemplo haciéndose pasar por una institución o medio de comunicación publicando mensajes con el logo o el formato de estas entidades, o creando falsas cuentas en redes sociales en las que se hacen pasar por otra persona. La imitación de identidades puede hacerse para darle credibilidad al mensaje desinformante, o para perjudicar o desprestigiar a una persona, un grupo o un medio.

En el caso de la guerra de Ucrania, se utilizaron diversas estrategias de suplantación de fuentes, como estas supuestas cuentas de Twitter de la cadena de noticias CNN

comunicando la muerte de un mismo periodista tanto en 2021 como en 2022, en el marco de los diferentes conflictos bélicos. En este caso, las cuentas no solo no pertenecen a la cadena CNN, sino que además quien se señala como víctima no es ni un periodista ni un activista, si no un youtuber sin relación con la guerra.

O esta donde se afirmaba **falsamente que CNN emitió una foto de una explosión en 2015 como si fuera de la guerra de 2022 en Ucrania.**

Estas desinformaciones apuntaron a señalar falsamente cómo los medios de comunicación mentían en sus coberturas del conflicto y daban a entender que las víctimas de la guerra no eran reales.



La misma persona "ejecutada" por los talibanes en Afganistán en 2021 es también la primera víctima mortal estadounidense en la "crisis de Ucrania" en 2022.

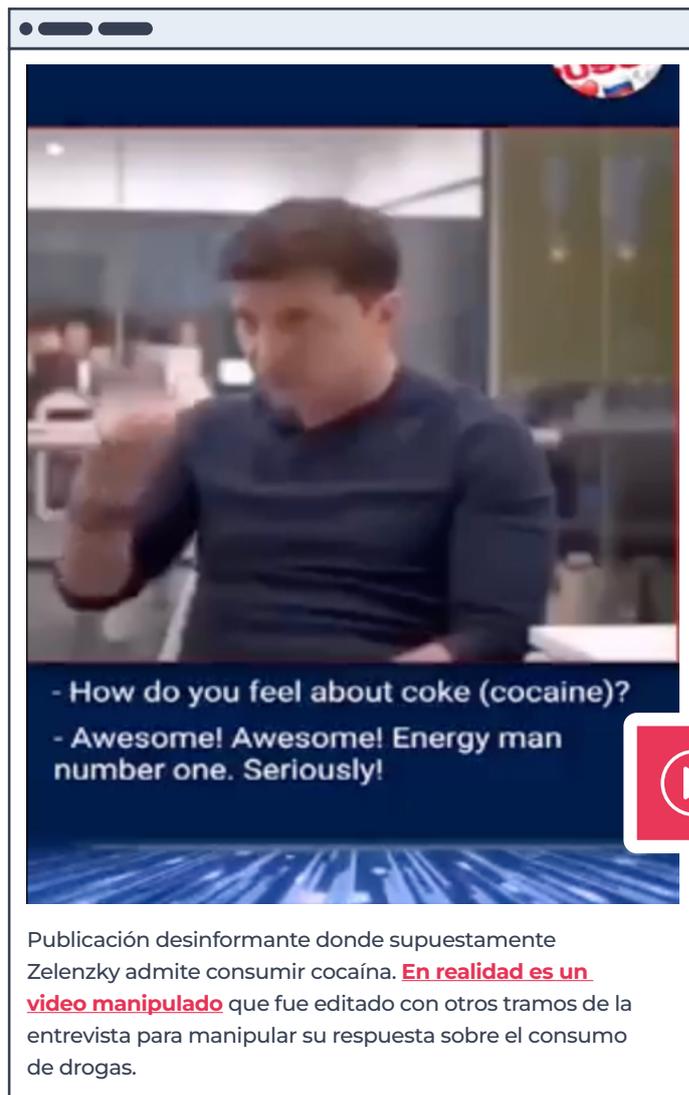
¿Ves cómo funciona esto?

Publicaciones desinformantes que presenta capturas de supuestas cuentas de Twitter de la cadena de noticias CNN comunicaron la muerte de un mismo periodista tanto en 2021 como en 2022, en el marco de los diferentes conflictos bélicos.

- **Contenido manipulado:** imágenes u otros formatos son editados o manipulados para cambiarles el sentido original.

Un ejemplo muy común de este tipo de formato es crear un contenido nuevo tomando partes de uno o más videos genuinos, unirlos y editarlos de forma que transmitan un mensaje diferente al original. Como [este video](#) que fue editado con otros tramos de una entrevista al presidente ucraniano Zelensky para manipular su respuesta sobre el consumo de drogas.

Otra forma de manipular contenidos visuales es haciendo un recorte -o un enmarcado selectivo- de una imagen genuina, por ejemplo excluyendo deliberadamente una parte fundamental que brinda contexto, lo que a su vez altera el significado del evento y puede llevar a interpretaciones equivocadas.



Las desinformaciones se enmarcan en narrativas

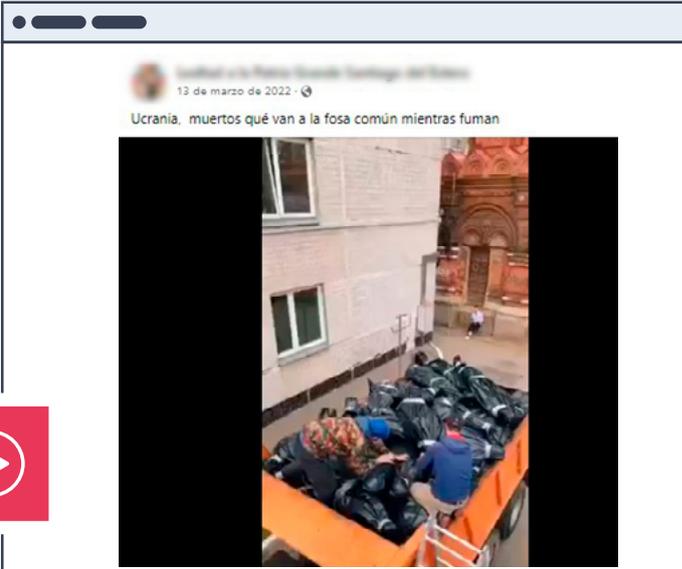
Los contenidos desinformantes rara vez operan como mensajes aislados, sino que tienden a encajar dentro de ejes temáticos más amplios. Cada pieza de desinformación no solo comunica por sí sola, sino que se convierte en parte de una red más grande de conceptos entrelazados. Juntos, estos mensajes pintan una imagen particular de los acontecimientos, actuando como eslabones de narrativas más grandes que buscan moldear cómo interpretamos la realidad.

En la [investigación que realizó Chequeado sobre las desinformaciones circulantes en Argentina sobre la guerra de Ucrania](#), se encontraron 6 narrativas principales en las cuales se insertan los contenidos desinformantes individuales.

- **Desinformaciones sobre una escalada del conflicto o falsas acciones militares**, como maniobras militares de otros momentos y conflictos presentadas como actuales.
- **Falsos contenidos sobre el costo humano de la guerra**. A las imágenes reales del conflicto, se les sumaron videos y fotos de víctimas -de otros momentos o lugares, incluso de películas- como si fueran actuales.
- **La negación de la guerra y el surgimiento de teorías conspirativas**, con contenidos que, entre otras cosas, señalaban falsamente que las víctimas no eran reales y que la guerra era un montaje, una escenificación para los medios de comunicación. Ejemplo de desinformaciones enmarcadas en esta narrativa es este video que afirma falsamente que [el ejército ucraniano preparó un maniquí para hacerlo pasar por una víctima de la invasión rusa](#), o que se utilizaron actores para escenificar víctimas y ataques (por ejemplo ver [acá](#), [acá](#) y [acá](#)).



Una de las publicaciones desinformantes que señala que el ejército ucraniano utiliza maniqués para escenificar víctimas de ataques rusos, el video en realidad fue grabado durante la filmación de una serie para la televisión rusa.



Publicación desinformante que señala una **supuesta víctima fatal que está fumando dentro de una bolsa mortuoria**, cuando en realidad se trata de un “detrás de escena” de la grabación de un video musical.

- **Un supuesto vínculo del gobierno de Ucrania con el nazismo.** Circularon diferentes desinformaciones que acusaban a líderes, militares y miembros de las fuerzas de seguridad de ser parte del movimiento nazi. Ejemplos de esto, es una publicación que **muestra fotos de un hombre con tatuajes con simbología nazi** y señala falsamente que se trata de una autoridad de las fuerzas de seguridad de Kiev; o esta publicación desinformante que afirma que “detuvieron y expusieron públicamente, a los líderes nazis del batallón Azov (mercenarios nazis de la OTAN)” (sic) **que en realidad corresponde a soldados ucranianos que fueron tomados como prisioneros por las fuerzas independentistas en lo que se conoce como la guerra de Donbass.**
- **Descrédito o ridiculización de líderes.** La narrativa de descrédito de líderes, señalándolos como incompetentes o como sedientos de poder, violentos o insanos es una estrategia frecuente en muchas disputas como contiendas electorales o conflictos armados. Hubo desde imágenes y videos que falsamente señalaban que el presidente ucraniano consumía cocaína hasta una supuesta tapa de la revista Times con la imagen de Putin fundida con la de Hitler.
- **Falsas publicaciones con actos patrióticos**, en las cuales se exaltaba, con imágenes falsas o fuera de contexto, el heroísmo y patriotismo de la población y ejército Ucraniano.

Quiénes difunden desinformaciones

Los actores que la generan y comparten pueden tener todo tipo de motivaciones. En algunos casos las comparten sin saber que se trata de un contenido falso, pero en otros puede haber motivaciones económicas -la desinformación genera interés y clicks que se pueden monetizar-, o convicciones -por ejemplo entre quienes se oponen al uso de las vacunas-. También pueden querer manipular la discusión pública.

Entre los principales actores encontramos:

- Creadores de contenido digital, como influencers, periodistas, comunicadores, entre otros.
- Políticos y otros líderes de opinión.
- Gobiernos.
- Medios de comunicación no tradicionales.
- Medios masivos de comunicación privados o estatales.
- Personas que comparten desinformaciones sin saber que se trata de un contenido falso, muchas veces creyendo que están haciendo un bien.

A la hora de analizar el comportamiento de estos actores es importante distinguir entre quienes comparten desinformación de forma esporádica -usualmente sin saber que se trata de contenido falso o engañoso- o quienes comparten de forma repetida o sistemática, usualmente persiguiendo algún interés específico. Además, también es fundamental considerar las acciones desinformantes coordinadas, donde individuos o grupos trabajan en conjunto para difundir información falsa con el propósito de manipular percepciones y opiniones.

En el caso de la guerra de Ucrania, [la investigación que realizó Chequeado](#) encontró que la mayoría de quienes compartieron las desinformaciones no tenía un historial previo de publicar contenidos políticos o sobre la situación de la región, y tampoco lo hicieron de manera repetida durante el conflicto. En muchos casos se trató de perfiles con publicaciones sobre temas variados (espectáculos, humor o vida personal) o incluso grupos religiosos que llamaban a rezar por las víctimas. Sin embargo, hubo algunos casos de grupos que difundieron falsos contenidos sobre la guerra y que han sido identificados previamente como desinformantes, como [Médicos por la Verdad](#) o el sitio [Tierra Pura](#).

Recomendaciones:

¿Cómo contrarrestar la desinformación sobre eventos de política internacional?

¿Cómo evitar propagar desinformaciones?

En primer lugar, y al igual que durante otros eventos o procesos políticos, es esencial ser conscientes del fenómeno de la desinformación para evitar caer en ella y contribuir a su propagación.

Debemos ser conscientes de nuestros sesgos, por ejemplo saber que nos es más sencillo creer en algo que confirma lo que ya pensamos o que va en línea con nuestros valores o creencias que algo contrario a nuestra opinión, y por lo tanto es más probable creer y compartir una desinformación alineada con nuestra postura que una contraria.

Además, es importante mantener una actitud cautelosa ante el contenido que nos provoque fuertes emociones, ya que es más probable que compartamos rápidamente sin detenernos a evaluar su veracidad.

La forma más fácil de resistir esta manipulación de tus emociones es hacer una pausa antes de compartir el contenido y preguntarte:

- **¿Quién publicó esta información?**
 - Investiga si esta persona es experta o una autoridad en el tema (como un científico o académico, o un periodista que cita fuentes de confianza). Si no puedes encontrar nada sobre sus credenciales, quizás no sea de confianza.
 - También tener en cuenta que muchos contenidos son compartidos por cuentas impostoras, que se hacen pasar por otra persona o medio o institución. Cuando veamos un contenido muy fuerte, vayamos al perfil de la cuen-

ta que lo comparte a ver si la cantidad de seguidores y el resto del contenido que comparten es congruente con el perfil que dice ser.

- **¿Cuál es la fuente que se cita en esta información?**

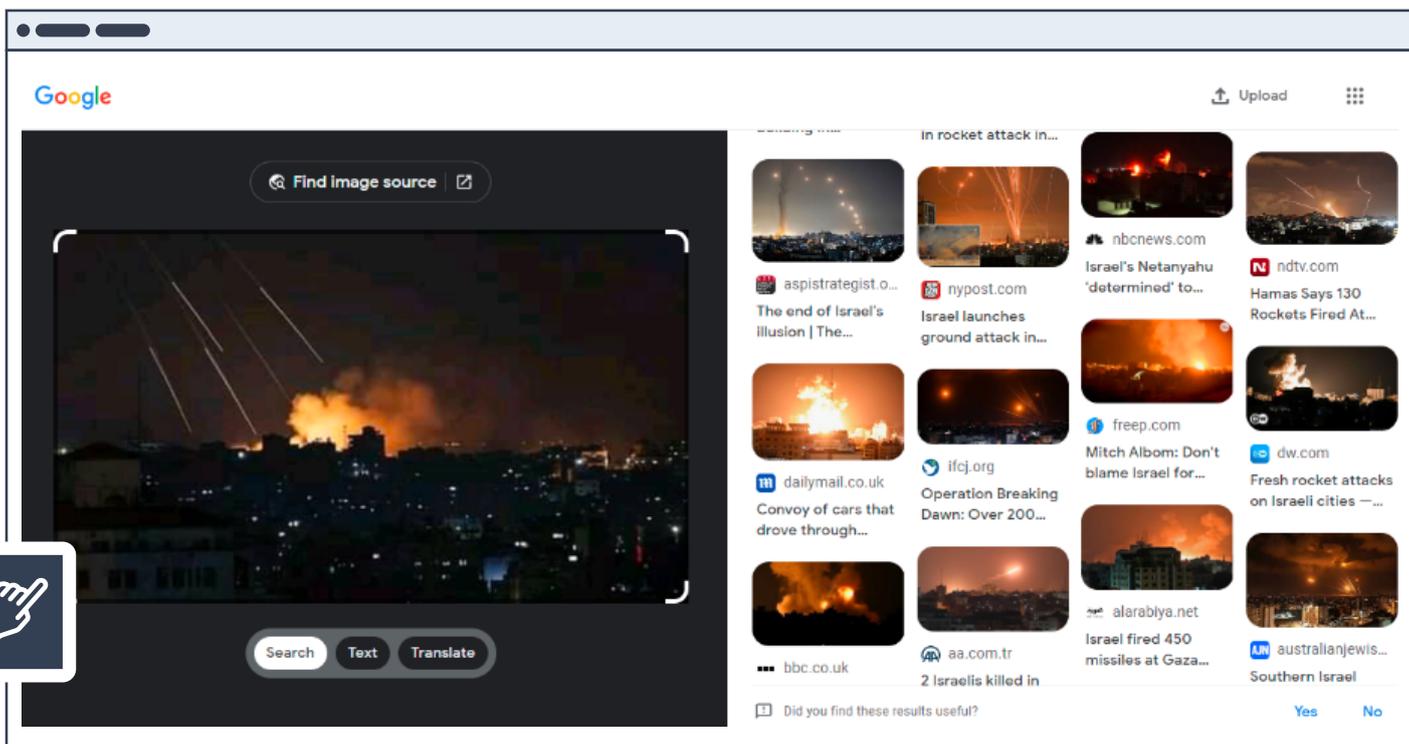
- ¿Se trata de especialistas? ¿De un organismo oficial o internacional? Muchas veces la desinformación no menciona una fuente específica o citan agencias que no existen realmente. En los casos que se cita a un organismo o persona que existe, se puede verificar si efectivamente lo dijo.
- Si la publicación no lo aclara, busca información en internet. Averigua si otras fuentes verificadas comparten la misma información.
- Si la fuente es políticamente tendenciosa, busca lo que periodistas que escriben para medios opuestos hayan dicho.

¿Cómo verificar si un contenido es una potencial desinformación?

- Una manera rápida de verificar es haciendo una búsqueda en la web de algunas palabras del contenido que vimos junto con la palabra “falso” (o “fake” en inglés). De esta manera podrás encontrar artículos de verificación o chequeos realizados por agencias de fact checking.
- Si se trata de imágenes o videos, existen una batería de herramientas digitales - abiertas y gratuitas - que son fáciles de usar y que nos permiten verificar si se trata de contenidos actuales y correspondientes al evento que afirman retratar, o si ya habían circulado en otros países o en otros momentos, en cuyo caso están presentados fuera de contexto.
- En el caso de una foto, la herramienta más sencilla de utilizar es a través de una búsqueda inversa de imágenes en Google, que analiza si hay otras fotos similares a las que estamos investigando que ya hayan sido publicadas.

Se puede hacer con la imagen completa o con partes de ella a través de Google Lens, el sistema de búsqueda de imagen de Google. Si la imagen además contiene partes de texto, esta herramienta también permite identificarlo - y traducirlo si es necesario - y hacer una búsqueda de esos términos en la web. En algunos

casos, permite incluso encontrar fácilmente chequeos hechos por fact checkers sobre el tema. Por ejemplo, esta imagen fue difundida como si fuese de la guerra en Ucrania. Sin embargo, una búsqueda en Google permite encontrar que ya había sido publicada antes, durante el conflicto de Gaza en 2021 y por lo tanto no es de la guerra actual.



- En el caso de videos, o extractos de videos, se puede utilizar la herramienta InVid/WeVerify que permite buscar si las imágenes que aparecen en un video aparecen en otros videos ya publicados. Se trata de una extensión gratuita para el navegador y se puede utilizar desde varios buscadores. Si querés saber más sobre el funcionamiento de esta herramienta y las distintas funciones que tiene y tipos de búsquedas que posibilita, te invitamos a leer este [manual que construyó Chequeado](#) donde además encontrarás otras herramientas útiles de verificación y de cómo detectar circulación de contenidos desinformativos en redes sociales.

¿Cómo cubrir periodísticamente estos eventos y evitar la propagación de desinformaciones?

Los periodistas son actores clave en la lucha contra la desinformación: pueden aportar información confiable y frenar los falsos rumores que circulan. Algunas recomendaciones son:

- A la hora de advertir sobre un contenido engañoso o falso, seamos muy claros desde el inicio de la nota. A veces, para generar interés en un tema, se titula con preguntas que pueden invitar a entrar al contenido. Sin embargo, muchos usuarios nunca llegan al texto entero y se quedan sólo con ese titular, y lo que intentamos desmentir queda, en nuestros lectores, como algo que no se sabe o, peor aún, algo que es verdadero. Por eso es importante desmentir desde el titular y ser lo menos ambiguo posible.
- Al desmentir un contenido, presentemos toda la evidencia posible, de forma clara y transparente, para que la persona sepa por qué se trata de algo falso.
- También es útil señalar las estrategias empleadas para difundir desinformación. De esta manera, no solo estamos alertando sobre un contenido específico, sino que también estamos proporcionando herramientas, consejos y técnicas para mantenerse atentos ante otras formas de desinformación que utilicen esas mismas estrategias.
- Otra manera eficaz de prevenir a nuestros lectores de futuras desinformaciones sobre un tema, es explicar la narrativa en la cual esa desinformación específica se encuentra. Así cuando se encuentren con contenido que siga esa misma narrativa o que presente un mensaje en línea con ella estarán más atentos para no caer en ella.

¿Cómo puedo contribuir a contrarrestar la desinformación sobre un tema si soy experto en ese tema pero no soy periodista?

Quienes más conocen un tema tienen una gran ventaja a la hora de detectar desinformación ya que pueden analizar el contexto, evaluar la confiabilidad de las fuentes

tes y tomar en consideración varios aspectos mucho mejor que otras personas no son expertas. De esta manera, pueden contribuir a contrarrestar la desinformación al:

- Identificar cuáles son los enfoques de los contenidos que están circulando y contrastarlos con nuestro conocimiento experto.
- Identificar cuáles son los aspectos que más dudas generan y qué contenidos falsos circulan con mayor frecuencia, así enfocar los esfuerzos para desmentirlos.
- Detectar qué vacíos informativos existen -aspectos sobre los que no es fácil encontrar información- e intentemos llenarlos con buena información.
- Analizar si hay buena información disponible de manera sencilla para todos. Se puede analizar también qué conceptos son necesarios abordar o esclarecer, qué buenas fuentes de información hay y buscar cómo facilitar el acceso a la buena información sobre el tema.
- Explorar posibilidades de colaboración con otros actores, como periodistas o comunicadores, para mejorar el acceso a información precisa y promover un flujo constante de información confiable.

¿Cómo analizar eventos o procesos de política internacional en el contexto de una sociedad permeada por la desinformación?

Al llevar a cabo una investigación en este entorno, es esencial tener en cuenta el fenómeno de la desinformación y cómo puede influir en el proceso político que estamos examinando. La presencia de información falsa o engañosa puede afectar la percepción pública, influir en la toma de decisiones y alterar la dinámica política. Analizar cómo la desinformación se entrelaza con el evento o proceso político en cuestión nos brinda una perspectiva más completa y precisa de las fuerzas en juego y sus implicaciones en la sociedad. Para ello es esencial:

- Entenderlo como un ecosistema donde existen diferentes actores, redes de difusión, estrategias y narrativas

- Saber que existen diferentes tipos de actores detrás de las desinformaciones, cada uno con diferentes intenciones. No tomarlos a todos por igual, considerar que no todos tienen una agenda política detrás esto permite considerar diferentes:
 - enfoques del objeto de estudio
 - estrategias de lucha contra la desinformación
- Conocer o analizar cuáles son las grandes líneas narrativas que están detrás de las desinformaciones puntuales ayuda a entender el tipo de mensaje que se quiere imponer, más allá de los casos específicos.

La desinformación es muy nociva para el debate público -limita el acceso a la información, confunde las discusiones, cambia los temas de agenda y puede llevar a las personas a tomar decisiones sin evidencia-, por eso es clave que todos los actores contribuyan a limitar su alcance para que tenga el menor impacto posible. Sabemos que hay actores interesados en hacer circular falsos contenidos, por eso, necesitamos que todos quienes puedan ayudar a contrarrestarlo participen.

Créditos

Este informe forma parte del Proyecto 'Desafíos Internacionales de la Desinformación en Argentina'. Fue elaborado por Leticia Smal, Coordinadora de Investigaciones y editado por Olivia Sohr, Directora de Impacto y Nuevas Iniciativas y Eduardo Ceccotti, Director de Comunicación. Diseñada por: Matías Severo, Coordinador de Diseño.

Chequeado es una organización no gubernamental, sin fines de lucro, no partidaria, basada en la Argentina, cuya misión es contribuir a mejorar la calidad del debate público para fortalecer el sistema democrático.

Lo hace a través de la verificación del discurso público, la lucha contra la desinformación, la promoción del acceso a la información y la apertura de datos en entornos innovadores para aportar evidencia a la discusión pública y alentar el pensamiento crítico de la sociedad.

Contacto: info@chequeado.com

2023 | Septiembre

¿Cómo responder ante la desinformación durante eventos internacionales?

chequeado.com

[f](#) [@](#) [in](#) [🎧](#) [🎵](#) [🐦](#) [💬](#) [📺](#) /chequeado