Lucha contra la información errónea y la desinformación de un vistazo

Este resumen complementario de la sesión virtual Combatir la información errónea y la desinformación proporciona herramientas de referencia rápida para detectar y responder a la información errónea. Consérvelo a mano para cuando lo necesite.

COMPRENDER E IDENTIFICAR LA INFORMACIÓN ERRÓNEA

La información errónea prospera en nuestro panorama actual: el declive del periodismo local, el aumento de las capacidades de la IA y los algoritmos de las redes sociales que priorizan la participación sobre la precisión. Para las organizaciones sin ánimo de lucro, hay mucho en juego: la información falsa puede impedir que las personas accedan a los servicios, amenazar el financiamiento, socavar la promoción y erosionar la confianza de la comunidad.

DEFINICIONES CLAVE:

Información errónea	Desinformación	Malinformación
Información falsa o inexacta difundida sin intención de perjudicar *Ejemplo: Compartir una foto antigua de inundaciones, pensando que es del huracán actual*	Información falsa creada y difundida deliberadamente con intención de perjudicar *Ejemplo: Creación de un vídeo falso que muestra la destrucción de papeletas electorales*	Información veraz manipulada o compartida fuera de contexto para causar daño *Ejemplo: Utilizar datos económicos reales fuera de contexto para engañar a los lectores y beneficiarse de los clics*

EL MÉTODO SIFT: Su primera línea de defensa

Antes de compartir nada, tómese unos minutos para aplicar el método SIFT. Este método detiene la mayor parte de la información errónea en seco.

STOP (DETÉNGASE) No comparta ni reaccione inmediatamente. Haga una pausa y pregúntese: ¿Conozco esta fuente? ¿Puedo fiarme de ella?

INVESTIGATE THE SOURCE (INVESTIGUE LA FUENTE) ¿Quién está detrás de esta información?¿Cuál es su experiencia o agenda? Busque rápidamente en Google: ¿Qué dicen otros de esta fuente?

FIND BETTER COVERAGE (ENCUENTRA MEJOR COBERTURA) Abandona el sitio original (¡la lectura lateral es clave!). ¿Qué dicen otras fuentes fiables? ¿Los medios de comunicación de confianza informan lo mismo?

TRACE TO ORIGINAL CONTEXT (**LOCALIZA EL CONTEXTO ORIGINAL)** ¿Se ha sacado de contexto esta cita, estadística o imagen? Busca su origen. Utiliza la búsqueda inversa de imágenes. Comprueba si el contenido antiguo se presenta como nuevo.

BANDERAS ROJAS: Técnicas habituales de manipulación

Esté atento a estas tácticas que indican desinformación:

- **Miedo y urgencia** - "¡Comparte ahora!" "¡Esto lo destruirá todo!"
- **Desencadenantes emocionales**: cebos de indignación diseñados para provocar reacciones fuertes
- **Descontextualización**: contenido real presentado en un contexto erróneo (fotos o vídeos antiguos presentados como contenido nuevo, vídeos de un lugar presentados como otro).
- **Selección sesgada de datos** - Estadísticas reales presentadas sin todo el contexto
- **Suplantación de identidad**: cuentas o sitios web falsos que parecen organizaciones reales
- **Falsos expertos**: "Los médicos están de acuerdo" (citando a no expertos o tergiversando las credenciales).
- **Encuadre conspirativo** - "No quieren que sepas..." Conocimiento secreto, villanos claros
- **Secuestro narrativo**: utilizar hechos reales para sacar conclusiones falsas

---

Herramientas de verificación

Marque estos recursos ahora:

- Verificación de hechos: FactCheck.org, PolitiFact, Snopes, Reuters Fact Check, AP Fact Check
- Alfabetización mediática: News Literacy Project, Guía de UNICEF, Verificat (español)
- Herramientas: Búsqueda inversa de imágenes en Google, Google Alerts, TinEye

Juegos interactivos para desarrollar habilidades:

- GetBadNews.com - Aprende tácticas de manipulación jugando como creador de desinformación
- HarmonySquare.game - Comprender la desinformación política
- SpotTheTroll.org - Identificar cuentas de *bots* y comportamientos de trolling

---

ESTRATEGIAS DE RESPUESTA

Una vez identificada la desinformación, hay que decidir cómo responder. No todas las afirmaciones falsas requieren tu atención, y algunas respuestas pueden empeorar las cosas.

Antes de responder: Hágase estas cuatro preguntas

1. ¿SE HA DIFUNDIDO? ¿Sólo a unas pocas personas o se ha hecho viral? ¿Ha llegado a sus destinatarios?

→ Si nadie lo ha visto, no lo amplifique respondiendo

2. ¿CUÁL ES EL DAÑO? ¿Podría causar un daño inmediato? ¿Quién corre más riesgo?
→ Triaje: urgente vs. puede esperar

3. ¿QUIÉN ESTÁ DETRÁS? ¿Intentan ayudar o perjudicar? ¿Saben que es falso?
→ Esto determina CÓMO responder (empatía vs evitación estratégica)

4. ¿TENEMOS CAPACIDAD? ¿Tiempo, personal, credibilidad para responder? ¿Podemos hacerlo bien?
→ Sea honesto sobre los recursos

REGLA DE DECISIÓN: Si las respuestas son SÍ (difusión) + SÍ (daño) + SÍ (capacidad).
→ Responder. De lo contrario, considere no involucrarse.

Cuándo interactuar frente a cuándo ignorar

✅ **INTERACTUE CUANDO:**	❌ **NO INTERACTUE CUANDO:**
• La afirmación falsa se está extendiendo a sus electores • La fuente parece mal informada, no malintencionada • Tiene capacidad *y* credibilidad para responder • El silencio podría verse como una confirmación • Su comunidad está pidiendo claridad	• La fuente es claramente un actor de mala fe con un alcance limitado • Interactuar amplificaría el mensaje más de lo que corrige • Es claramente un cebo para provocarle • Carece de prestigio o experiencia en el tema • Nadie lo está viendo o creyendo

---

Estrategias más eficaces

1. INOCULACIÓN INFORMATIVA (Más eficaz - Hágalo primero)

Inocule a su comunidad ANTES de que llegue la desinformación. Al igual que una vacuna, esto puede crear resistencia.

La estructura en cuatro partes para elaborar mensajes de inoculación informativa:

1. **HECHO** - Lidere con información precisa *"Los beneficios de SNAP harán la transición a las nuevas tarjetas con chip a partir del próximo mes"*.
2. **ADVERTENCIA** - Alerte ante posibles informaciones erróneas *"Es posible que vea rumores sobre cambios en el programa o nuevos requisitos. Son falsos"*.
3. **FALACIA** - Nombre la táctica de manipulación *"Vigila los mensajes basados en el miedo que afirman que perderás prestaciones o que necesitarás documentación adicional"*.
4. **HECHO** - Refuerce la verdad y proporcionar medidas de actuación *"El único cambio es la tecnología de las tarjetas. Las ventajas, los requisitos y la forma de utilizar la tarjeta siguen siendo exactamente los mismos. ¿Preguntas? Póngase en contacto con nosotros en el [número]"*.

2. CONTRA NARRATIVAS (Efectivos

Primero los valores: Lidere con valores compartidos, luego con hechos. Ejemplo:

- ❌ "Es falso que los beneficiarios del SNAP reciban artículos de lujo...".
- ✅ "Todo el mundo merece tener acceso a alimentos nutritivos. SNAP proporciona 6 dólares por persona y día para alimentos: frutas, verduras, carne, productos lácteos y pan. Así es como funciona..."

Coordinar las respuestas de las coaliciones:

- Identifique su ecosistema (¿quién más está trabajando en esto?)
- Alinearse con el mensaje central
- Designar funciones (quién llega a qué público)
- Ampliar los contenidos de los demás
- Mantener la coordinación mediante controles periódicos

3. REFUTACIÓN (Utilice con precaución)

Los estudios demuestran que refutar puede ser contraproducente. Repetir afirmaciones falsas las hace más familiares y la familiaridad se siente como verdad. **La prevención siempre es mejor que la corrección.**

❌ **NO HACER:**	✅ **HACER:**
• Empezar con "No es cierto que...". • Repetir la afirmación falsa varias veces • Utilizar el mismo lenguaje/encuadre que la información falsa • Desmentir cuando nadie lo ha visto todavía • Enfréntar a troles obvios o actores de mala fe ❌ **INCORRECTO:** "No es cierto que los beneficiarios del SNAP reciban artículos de lujo. Esto es lo que realmente ocurre..." *Problema: Repite y refuerza la afirmación falsa.*	• Lidere siempre con la verdad, nunca con la mentira • Mejor opción: No mencionar la afirmación falsa en absoluto - sólo compartir lo que ES verdad • Utilizar un "sándwich de la verdad": verdad → breve mención → vuelta a la verdad • Abordear la necesidad emocional que satisface la mentira • Ofrecer una explicación alternativa • Mantenerse simple y claro ✅ **CORRECTO:** "Las prestaciones del SNAP proporcionan una media de 6 dólares diarios por persona para alimentos. El programa tiene directrices claras sobre las compras de alimentos elegibles: frutas, verduras, carne, lácteos, pan y otros alimentos básicos. Estas directrices garantizan que las familias puedan permitirse comidas nutritivas". *Comienza con la verdad, nunca menciona la afirmación falsa.*

TÁCTICAS DE IMPLEMENTACIÓN

Planificación proactiva: El mejor momento para prepararse para la desinformación es antes de que llegue: anticipe las amenazas, cree recursos y desarrolle capacidades ahora.

ANTICIPAR

- ¿Qué afirmaciones falsas es probable que surjan sobre su trabajo?
- ¿Qué temores o preocupaciones existen en su comunidad?
- ¿Cuál es su público más vulnerable?

PRE-DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN PRECISA

- Cree gráficos compartibles con datos clave
- Capacite a su red de mensajeros de confianza
- Genere confianza como fuente fiable a lo largo del tiempo
- Llene los vacíos de información antes de que lo hagan los rumores

TENGA RECURSOS LISTOS

- Folletos sobre temas comunes
- Temas de conversación para el personal
- Herramientas para las redes sociales
- Listas de contactos (socios de la coalición, medios de comunicación, verificadores de hechos)
- Protocolos de toma de decisiones

Difusión del mensaje

Tácticas digitales para llegar al público allí donde esté:

- **Vídeos explicativos**: vídeos breves y claros sobre afirmaciones falsas
- **Infografías**: hojas informativas visuales fáciles de compartir
- **Voces de la comunidad** - Testimonios de personas reales
- **Hilos en las redes sociales** - Desglose temas complejos
- **Actualizaciones por correo electrónico** - Comunicación periódica con su lista
- **Herramientas digitales**: recursos que los socios pueden compartir fácilmente

Tácticas de medios de comunicación para atraer al público a través de los medios de comunicación:

- **Comentar artículos**: etiquetar los medios de comunicación en las redes sociales o enviar cartas al director
- **Escribir artículos de opinión**: reforzar los hechos y replantear los relatos en artículos más extensos
- **Hacer declaraciones**: ofrecer respuestas breves y citables que los periodistas puedan utilizar
- **Presentar historias**: compartir de forma proactiva relatos positivos; la prevención es mejor que la corrección

Correcciones a los periodistas: No todos los errores justifican una corrección. Elija sus batallas y acérquese a ellas como oportunidades para educar, no para criticar.

✅ HACER:	❌ NO HACER:
• Decidir si merece la pena el esfuerzo • Corregir las inexactitudes evidentes • Proporcionar citas • Considerarla posibilidad de compartir la corrección en las redes sociales en su lugar	• Esperar que el periodista conozca todos los hechos • Entrar en debates sobre las opciones lingüísticas • Esperar algo más que pequeñas modificaciones

---

Adelántese a la información errónea

De seguimiento lo que se dice sobre su organización y los temas clave:

- **Herramientas gratuitas:** Alertas de Google, seguimiento de palabras clave en redes sociales, funciones de búsqueda en plataformas
- **Servicios pagados:** Meltwater, NewsWhip y Pulsar son algunos ejemplos de estos servicios
- **Su red:** Personal, socios y miembros de la comunidad que marcan lo que ven

Establezca relaciones con verificadores de hechos y periodistas antes de necesitarlos:

- Preséntese como experto en tu tema
- Sea su fuente rápida y fiable cuando oigan rumores
- Comparta lo que oiga a través de sus redes y de su seguimiento
- Facilite el contacto con usted
- Enseñe a los periodistas a informar de forma responsable (no amplifique mientras desacredita).

Para más información y recursos, visite:

strategiccommunicationtools.com