



Freno a la Desinformación

Guadalupe López Bustillo / Bernardo Poma Ulo / Erick Torrico Villanueva

Freno a la Desinformación

Guadalupe López Bustillo

Bernardo Poma Ulo

Erick Torrico Villanueva

DIRECCIÓN EJECUTIVA

María Soledad Quiroga Trigo

EQUIPO DEL ÁREA DE COMUNICACIÓN DEMOCRÁTICA

Erick R. Torrico Villanueva

Bernardo Poma Ulo

Guadalupe López Bustillo

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Roberto Jimenez | btojimenez.portfoliobox.net

DEPÓSITO LEGAL

4 -2- -2421 -2022

ISBN

978-99954-96-22-7

Junio de 2022

Hecho en Bolivia

www.unirbolivia.org

Presentación

La guía *Freno a la Desinformación* ha sido elaborada en el marco de los esfuerzos que la Fundación UNIR, en su área de Comunicación Democrática, está desarrollando para identificar, esclarecer y enfrentar esta práctica que lesiona el derecho a la información y comunicación y afecta severamente la institucionalidad y la convivencia democrática en el país.

¿Qué son los mensajes desinformadores, cuáles son sus objetivos, cómo enfrentarlos? son algunas de las preguntas que la guía plantea y sobre las cuales ofrece respuestas a un público que esperamos sea amplio: periodistas, comunicadores, profesores y estudiantes de Comunicación, defensores de derechos, autoridades y funcionarios públicos, ciudadanos que se ven afectados en sus derechos y en su dignidad por la desinformación.

La posibilidad de recuperar una práctica informativa (a través de los medios periodísticos y de las redes sociales digitales) veraz, de calidad, respetuosa de los públicos, está vinculada al desenmascaramiento de este fenómeno y al freno de su proliferación. Todos podemos contribuir, desde el lugar y la actividad que desarrollemos, a esta tarea hoy tan necesaria.

María Soledad Quiroga

¿QUÉ ES LA DESINFORMACIÓN?

Desinformación es toda información deliberadamente distorsionada, pero que es presentada como si fuera real y verdadera. Esto significa que siempre es malintencionada.

Para ello, en muchos casos, utiliza las líneas gráficas, los logotipos o la tipografía de medios periodísticos conocidos, como puede verse en esta **portada alterada de "Página Siete"**.

Hay alguien detrás de todo mensaje desinformador que busca algún tipo de beneficio (personal, de grupo, económico, político, etc.) al falsear hechos o declaraciones.

La desinformación existió desde tiempos antiguos, pero en los últimos años se ha hecho más frecuente debido, entre otras razones, a la proliferación y creciente accesibilidad de las plataformas y las redes sociales digitales. Hoy no son sólo los medios periodísticos (prensa, radio o TV) los que pueden distribuir informaciones, sino prácticamente cualquier persona o institución.

Esa posibilidad de que las tecnologías de la información y la comunicación sean usadas masivamente ha debilitado los controles éticos y profesionales en el manejo y difusión de las noticias.



Portada alterada de "Página Siete"

Fuente: <https://www.facebook.com/paginasiete/photos/rpp.196353043742443/3687044868006559/?type=3&theater>

Los mensajes desinformadores se difunden y viralizan generalmente por redes sociales digitales, como Facebook, Twitter, Tik Tok o plataformas de mensajería como WhatsApp, y a veces incluso por medios de comunicación. Circulan en forma de textos, vídeos o audios montados o desvirtuados que logran confundir y engañar a muchas personas.

Aquí se utiliza la expresión mensaje desinformador en vez de noticia falsa o *fake news*. Una noticia siempre se construye con datos reales y fuentes verificadas y corroboradas; entonces, decir “noticia falsa” resulta un contrasentido.

MENSAJE DESINFORMADOR

Es todo material que falsea intencionalmente una realidad o parte de ella, es publicado en medios periodísticos o redes sociales digitales, buscando ser tomado como real o verdadero.

LA DESINFORMACIÓN Y LOS CONFLICTOS

En el país, en promedio, se registran entre 70 y 85 conflictos sociales por mes, es decir, entre 2 y 3 conflictos por día, según el monitoreo de la Fundación UNIR Bolivia.

En los conflictos sociales se manifiestan generalmente con acciones de hecho, como marchas, bloqueos y protestas callejeras. Así, un conflicto muchas veces termina en enfrentamientos violentos, ya sea entre la policía, militares y manifestantes, o entre grupos de personas con posiciones distintas. Con ello, la desconfianza y los rencores entre las personas, los grupos e incluso instituciones se profundizan.

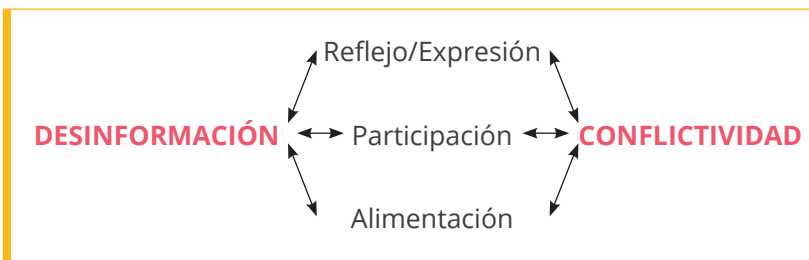
En medio de los conflictos, generalmente se difunden mensajes desinformadores para generar más polarización, ya que en esas situaciones chocan determinados intereses y cada una de las partes enfrentadas quiere conseguir la victoria.

La desinformación "intoxica" la información con elementos parcialmente falsos o totalmente inventados

Desinformar se convierte, entonces, en un arma en esa lucha. Por eso, se desinforma para acusar, difamar, amenazar, calumniar, desacreditar, insultar o atacar.

En consecuencia, allí donde hay conflicto también habrá desinformación o, a la inversa, donde se tiene desinformación, se tendrá igualmente conflicto.

La desinformación es una manifestación del conflicto, hace parte de él y lo alimenta. Y lo propio sucede con el conflicto, pues da lugar a la desinformación, forma parte de ella y la incentiva.

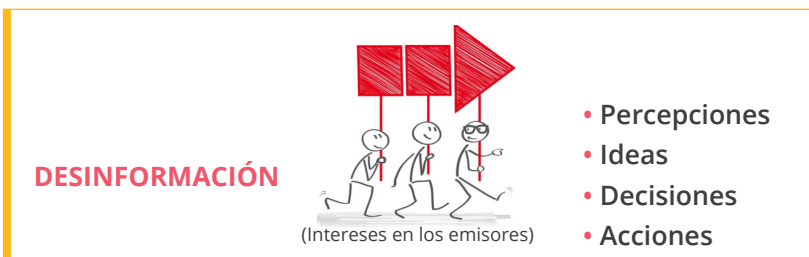


Elaboración propia.

EL PROCESO DE LA DESINFORMACIÓN

Mientras la información busca contribuir a que las personas sepan algo, se orienten y tengan certeza, la desinformación hace justamente lo contrario: evita que se sepa, inventa, desvirtúa, confunde y alienta la incertidumbre, el desconcierto y el temor.

Quienes desinforman pretenden direccionar a las personas en beneficio de sus intereses egoístas, individuales o de grupo, usando para ello la mentira. Los mensajes desinformadores se proponen condicionar la visión, el entendimiento, la opinión y las conductas de quienes los reciben.



Elaboración propia.

La desinformación sigue un proceso simple: una vez que se tiene un hecho o una declaración reales, intervienen los desinformadores con sus intereses y manipulan y alteran ese hecho o esa declaración para presentar una versión falsificada que engañe a las personas que reciben el mensaje. Los desinformadores quieren hacer creer en lo que ellos dicen, a sabiendas de que eso que dicen no es verdad o, al menos, no es toda la verdad.



Elaboración propia.

LA DESINFORMACIÓN TAMBIÉN DIFUNDE MENSAJES DE ODIO

La desinformación no sólo busca confundir, engañar o generar incertidumbre en el público, sino que muchas veces difunde prejuicios de todo tipo respecto a las personas, grupos, incluso pueblos, construyendo así mensajes desinformadores de odio.

Los prejuicios se basan en las diferencias de religión, género, raza, orientación sexual, identidad de género, cultura o nacionalidad.

MENSAJES DESINFORMADORES DE ODIO

son expresiones, frases y palabras que difunden, incitan, promueven o justifican cualquier tipo de agresión, violencia o discriminación contra una persona o un grupo de personas.

Los mensajes desinformadores de odio son también uno de los canales principales de la intolerancia y el rechazo a quienes son diferentes o piensan diferente. La desinformación perjudica la convivencia, la democracia y el diálogo, y puede desatar la violencia social.

Ejemplos de desinformación con mensaje de odio:

 <p>Ejemplo 1: mensaje desinformador de odio, prejuicioso contra una región (agosto de 2019) Fuente: Bolivia Verifica, 20/08/2019 https://boliviaverifica.bo/evo-morales-no-dijo-que-la-pachamama-estaria-castigando-al-oriente-boliviano/</p>	 <p>Ejemplo 2: mensaje desinformador de odio, prejuicioso contra un grupo social (noviembre de 2019) Fuente: Chequea Bolivia, 13/11/2019 https://chequeabolivia.bo/node/1224?fbclid=IwAR1Lv9m3MAq3TMqmyq5hOn-6qWU7HASFb_1L4ur6yW99NM7XC-kMLWWnnT-0</p>
---	---

La difusión de los mensajes de odio debe estar prohibida por ley y debe ser sancionada, según el artículo 13 de la Convención Americana de Derechos Humanos.

Por ello, lo correcto es no compartir mensajes desinformadores, menos los de odio, para no contribuir a la polarización social.



MENSAJES DE ODIO DESINFORMADORES

- Mienten
- Difaman
- Calumnian
- Injurian
- Incitan al odio
- Incitan a la violencia



FRENTE A LAS AGRESIONES SE DEBE RESPONDER

- En el marco de los valores y las reglas de la democracia
- Con la vigencia, exigibilidad y ejercicio de los derechos humanos
- Educando en derechos humanos
- Tomando conciencia sobre los mensajes de odio (violentos)
- Usando medios y redes con ética
- Sin censura ni persecución
- Pero aplicando sanciones en casos extremos

2

DESINFORMACIÓN EN TIEMPOS DE PANDEMIA

La desinformación perjudica la adecuada toma de decisiones en distintos temas. En el área de salud, durante la pandemia del Covid-19, circularon muchos mensajes desinformadores. Como ejemplo se tiene aquel mensaje que atemorizaba y señalaba que los vacunados contra el virus se convertirían en hombres lobo, con lo cual muchas personas desistieron de vacunarse.



“El creador del muñeco (de “hombre lobo”), Joseph-Rob Cobasky, cuyas imágenes las hicieron virales en las redes sociales con diferentes alertas”

Fuente: Bolivia Verifica, 18/06/2021. <https://boliviaverifica.bo/videos-del-supuesto-hombre-lobo-que-circula-en-potosi-corresponde-a-la-creacion-de-un-artista-estadounidense/>

Durante la pandemia por el Covid-19 se usaron otros términos acerca de la desinformación:

INFODEMIA

Es la sobreabundancia de información –en algunos casos correcta, en otros no– que dificulta que las personas encuentren fuentes confiables y orientación fidedigna cuando las necesitan (Organización Mundial de la Salud, OMS).

DESINFODEMIA

Es la información falsa o incorrecta sobre el Covid-19 que circula en Internet con el propósito deliberado de engañar al público (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO).

SEÑALES DE DESINFORMACIÓN

Cada día circulan más de 60 millones de mensajes por las redes sociales digitales. ¿Cuántos de esos mensajes son verdaderos y cuántos no?

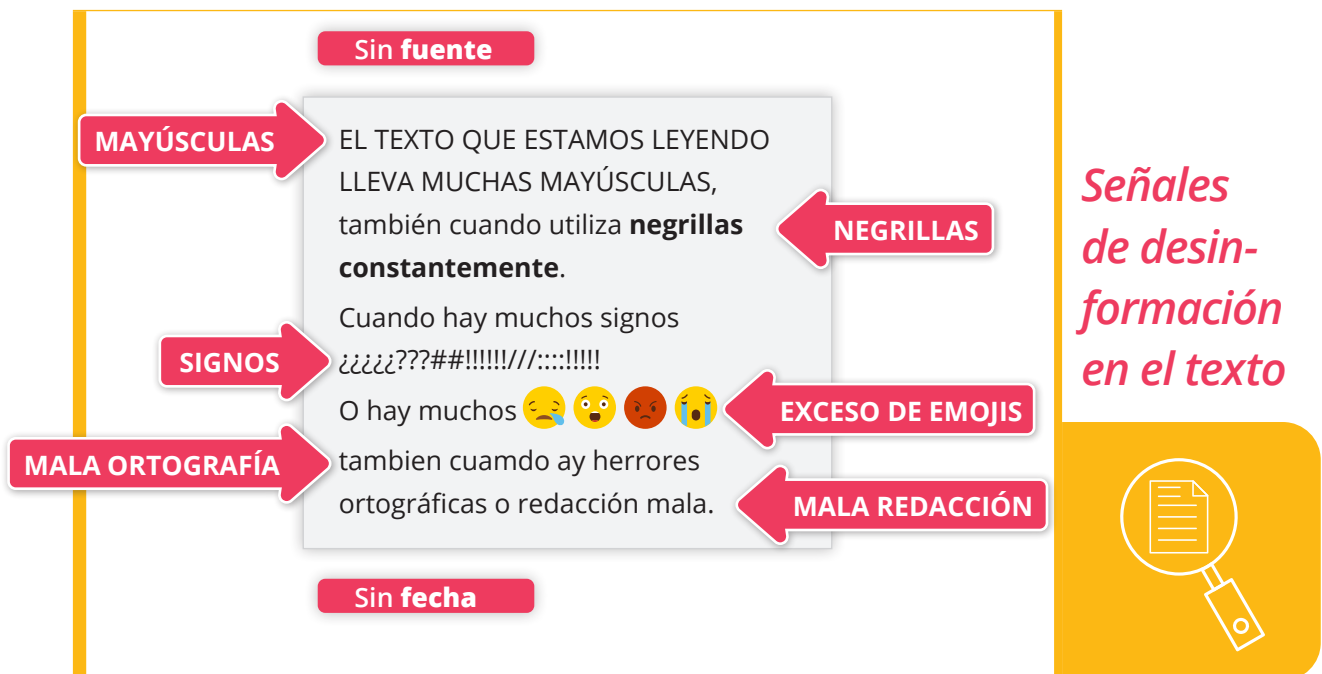
Los mensajes que llegan al celular tienen un formato específico, pueden ser mensajes escritos, audios, imágenes o videos y también se encuentran combinaciones de formatos (texto + imagen o texto + video).

En cada una de estos formatos hay elementos que permiten reconocer si se trata de mensajes falsos.

¿CÓMO RECONOCER QUE UN MENSAJE ESCRITO PUEDE SER FALSO?

Es importante observar con atención aquellos mensajes que tienen un excesivo uso de mayúsculas, de negrillas, muchos signos (de interrogación, de admiración, puntos suspensivos, etc.), símbolos y demasiados emoticones (caritas de tristeza, de asombro, de enojo o de llanto principalmente).

Los errores ortográficos y las fallas en la redacción también pueden ser señales de que estamos frente a un mensaje desinformador.

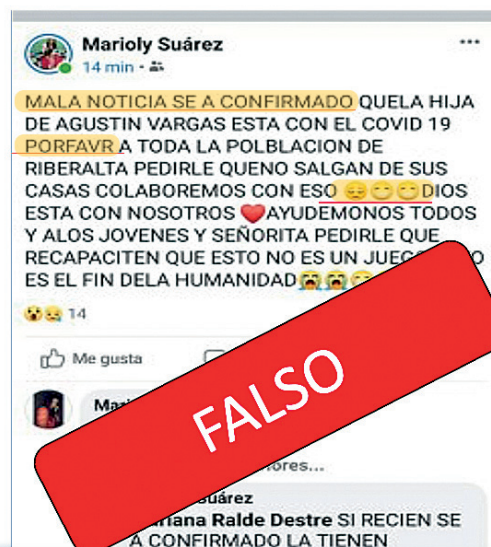


Elaboración propia.

¿CÓMO RECONOCEMOS LA DESINFORMACIÓN?



Fuente: Bolivia Verifica, 24/03/2020
<https://boliviaverifica.bo/llamada-anonima-provoca-preocupacion-en-riberalta/>



Además, se debe tener extremo cuidado con los mensajes escritos que no llevan fecha y no tienen una fuente claramente identificada (institución o entidad que difunde la información).

Los mensajes escritos que son extremadamente llamativos y que utilizan todas las herramientas para resaltar su texto buscan exaltar las emociones de quienes los leen por lo que es importante desconfiar de su veracidad.

¿CÓMO RECONOCER QUE UN MENSAJE DE AUDIO PUEDE SER FALSO?

Se debe prestar atención cuando los mensajes de audio llevan voces distorsionadas (voces poco claras, con un acento y jerga distinta al contexto donde se difunde o voz “robotizada”), cuando las voces son muy alarmantes y/o amenazadoras, también cuando son excesivamente “colaboradoras” (previniéndonos de algún problema no corroborado) y cuando los audios son muy llamativos, inusuales o extraños.

Es necesario desconfiar de los mensajes de audio que utilizan elementos para generar emotividad como el miedo, la tristeza o que exaltan los ánimos, podrían ser mensajes falsos.

Además, es importante tener mucho cuidado con los mensajes de audio que no dicen cuándo ocurrió el hecho o situación que relatan y mayor precaución con aquellos audios donde no hay una fuente claramente identificada (no se menciona el nombre de la persona que grabó el audio o de la institución que lo difunde).



Elaboración propia.

¿CÓMO RECONOCER QUE UN MENSAJE CON IMAGEN, FOTOGRAFÍA O VÍDEO PUEDE SER FALSO?

Es necesario observar con detenimiento aquellas imágenes que sean borrosas o pixeladas (poco claras y de baja resolución), que presenten subtítulos añadidos (traducciones falsas que no corresponden a declaraciones reales o hechos verdaderos), imágenes que no tengan relación con el texto que les acompaña (la imagen muestra un personaje o hecho diferente al texto del mismo mensaje) y también debemos observar con atención las imágenes y vídeos que sean muy llamativos, alarmantes o extraños, que buscan exaltar nuestras emociones.

Como en los mensajes escritos y en los mensajes de audio, si en las imágenes, fotografías o vídeos no se encuentra la fecha, ni hay una fuente claramente identificada, es muy probable que estamos frente a un mensaje falso.

Además, debemos tomar en cuenta que las imágenes y los materiales audiovisuales pueden ser modificados, recortados, retocados y sobrepuestos. Existen muchas herramientas digitales para distorsionar imágenes fijas y en movimiento.

Para realizar un exhaustivo análisis de una imagen o vídeo, que genera dudas sobre su autenticidad, también se puede acudir a sitios web que permiten identificar el origen de las mismas:

Señales de desinformación

Texto + Imagen



Sin fuente

Sin fecha

1

Imágenes borrosas o pixeladas

2

Imágenes que no tienen relación con el texto

3

Videos en lengua extranjera con subtítulos falsos

4

Uso de la línea gráfica y logotipos de medios periodísticos en mensajes desinformadores

Elaboración propia.

Imágenes:

- Búsqueda inversa de **Google Images**: <https://imágenes.google.com/>
- Búsqueda inversa de imágenes **TinEye**: <https://tineye.com>
- Análisis píxeles y errores **Foto Forensics**: <https://fotoforensics.com>

Búsqueda de vídeo:

- Imágenes y vídeos **InVID**: <https://www.invid-project.eu>
- Análisis de vídeos **YouTube Data Viewer**: <https://citizenevidence.amnestyusa.org/>
- Análisis de imágenes y vídeos **Truepic**: <https://turepic.com>

Estos son algunos, entre otros, sitios web gratuitos a los que se puede acudir cuando se desea comprobar la veracidad de una imagen o vídeo.

¿CÓMO RECONOCER QUE LOS CONTENIDOS DE LOS MENSAJES PUEDEN SER FALSOS?

Las señales formales anteriormente descritas permiten identificar que un mensaje podría ser falso, pero también existen otros elementos que dan pauta sobre contenidos falsos.

Se debe desconfiar de los mensajes incompletos (que muestran solo una parte de una declaración o de un hecho), mensajes descontextualizados (que mues-

tran hechos que ocurrieron en otros lugares y/o hechos que se dieron en otro momento, pero los presentan como actuales) y mensajes manipulados (que muestran hechos que ocurrieron, pero desde una ideología o creencia determinada, a favor de un solo punto de vista).

También se debe prestar mucha atención a los mensajes inventados, mensajes que difunden situaciones o hechos que nunca ocurrieron.

The diagram shows a flow from a red box labeled 'DESCONTEXTUALIZACIÓN' with a downward arrow to another red box labeled 'En lugar y en un tiempo diferente al que se indica'. To the right is a screenshot of a social media post from 'Difundidos El Universitario' with the text: 'No tenemos comida'. 'En casa y sin comida'. Letrados como estos se ven más a menudo en los barrios humildes de #SantaCruz'. The post includes two photos of people holding signs that say 'MIS HIJOS NO TIENEN COMIDA' and 'EN CASA Y SIN COMIDA'. A large red diagonal banner with the word 'FALSO' is overlaid on the photos. To the right of the entire diagram is a yellow square containing a white warning triangle with an exclamation mark.

DESCONTEXTUALIZACIÓN

En lugar y en un tiempo diferente al que se indica

Imágenes de México y difundidas como si fueran en Santa Cruz, durante la cuarentena, en el 2020.

Fuente: Bolivia Verifica, 08/05/2020
<https://boliviaverifica.bo/difunden-imagenes-de-mexico-como-si-fuesen-de-santa-cruz-bolivia/>

FALSO

“TRAMPAS” EN LA WEB

Además de identificar señales desinformadoras, es importante considerar que existen ciertas “trampas” en la web, mecanismos de la Internet, que pueden condicionar nuestro acceso a la información y en ocasiones generar desinformación. Entre ellas encontramos:

Los **algoritmos**, normas de programación que tienen todas las redes sociales para enviarle a una persona únicamente aquella información que le “gusta” o interesa. Es decir, que si se busca un determinado tema y con cierta afinidad, los algoritmos van a seleccionar los mensajes que tengan los mismos criterios para darle a la persona, dejando de lado temas y posturas distintas a las que la persona busca.

Las **cuentas falsas**, cuentas inventadas que difunden información no comprobada o falsa y que dañan a la imagen de una persona o institución.

¿Cómo identificar una cuenta falsa?



- 1 Observar la imagen
- 2 Analizar el nombre de la cuenta
- 3 Verificar la antigüedad
- 4 Desequilibrio entre seguidores y seguidos

¿QUIÉNES NOS MANDAN INFORMACIÓN? Y ¿CON QUÉ INTENCIÓN?

Elaboración propia.

La **suplantación de identidad**: cuentas falsas que consisten en la apropiación de una identidad ajena, es decir, que se hacen pasar por una persona o una institución para difundir información falsa. Se suplantan cuentas de entidades públicas, privadas y también cuentas de medios de comunicación. En este último caso se utilizan sus logotipos y su línea gráfica para compartir mensajes que nunca fueron trabajados periódicamente y menos difundidos por los medios de comunicación.

También se debe tener especial cuidado con páginas de dudosa procedencia, algunas supuestamente periodísticas, pero que en realidad pertenecen a grupos sociales o políticos y cuyo principal fin es promocionar y difundir mensajes a favor de sus creencias e ideologías y en contra de quienes consideran sus adversarios.

Trampas en la Web



- 1 Apropiación de una identidad ajena con el uso de línea gráfica y logotipo
- 2 Suplantación de cuentas públicas y privadas
- 3 Suplantación de cuentas de medios de comunicación
- 4 Verificación en cuentas oficiales y corroboración con distintas fuentes

SUPLANTACIÓN DE IDENTIDAD

Elaboración propia.

“TRAMPAS” EMOCIONALES

Los mensajes falsos utilizan frecuentemente elementos que exaltan las emociones más básicas del ser humano, como el enojo, el miedo y la tristeza y que llevan a actuar de manera inmediata, emocionalmente y sin reflexión. Es decir que, las más de las veces, se comparte de manera espontánea, y muchas veces sin quererlo, mensajes falsos.

Además, las creencias e ideologías que tiene cada persona pueden ocasionar que, aun sabiendo que un mensaje es falso, lo comparta en diferentes redes digitales solo porque está en línea con sus posturas y pensamientos.



Elaboración propia.



TOMAR CONCIENCIA Y ESTAR PREVENIDOS

La desinformación:

- Es un componente de la conflictividad sociopolítica y la promueve.
- Es un problema real y, lamentablemente, en crecimiento.
- Afecta al conjunto de la colectividad.
- Incrementa los niveles de confrontación y riesgos de violencia.
- Daña al periodismo.
- Debilita la institucionalidad democrática y la sociedad civil.

**Hay que estar preparados para reconocerla,
evitarla y contrarrestarla.**