

# Combatiendo la manipulación de información: **Un manual** para las elecciones y posterior a ellas

---



**Stanford** | Internet Observatory  
Cyber Policy Center

# Combatiendo la manipulación de información: **Un manual para las elecciones y posterior a ellas**

---

Septiembre 2021



Disponible bajo Creative Commons Attribution-ShareAlike 2.0 Generic (CC BY-NC-SA 2.0)

# Contenidos

<b>Sobre Nosotros</b> .....	<b>1</b>	Comunicaciones inclusivas .....	33
<b>Agradecimientos</b> .....	<b>2</b>	Comprobación de hechos .....	36
<b>Introducción</b> .....	<b>3</b>	Iniciativas de la plataforma de redes sociales para aumentar el acceso a información creíble .....	41
Enfoque de este manual .....	3	Facebook .....	41
<b>Antecedentes: comprensión de la manipulación de información</b> .....	<b>4</b>	Twitter .....	41
Cómo utilizar esta sección .....	4	WhatsApp .....	41
¿Qué es la manipulación de información? .....	5	Google .....	41
Actores amenazantes .....	5	YouTube .....	42
Contenido .....	6	Silencio estratégico .....	42
Táctica .....	6	<b>Paso 3: Desarrolle la resiliencia</b> .....	<b>44</b>
Vectores .....	8	Un enfoque de resiliencia de toda la Sociedad .....	44
Desafíos emergentes para la manipulación de información .....	9	Campañas de sensibilización pública .....	46
<b>Identificación, respuesta y fortalecimiento de la resiliencia frente a la manipulación de información</b> .....	<b>10</b>	Alfabetización digital .....	49
Cómo utilizar esta sección .....	10	“Juegos para discernir” .....	50
<b>Paso 1: Identificar</b> .....	<b>11</b>	Iniciativas de alfabetización digital de las plataformas de redes sociales .....	51
Mapeo del entorno de información .....	11	<b>Apéndices</b> .....	<b>53</b>
Identificación de narrativas comunes de manipulación de información .....	13	<b>Apéndice A: Casos de estudio</b> .....	<b>54</b>
Identificación de los esfuerzos de manipulación de información en curso .....	13	Caso de estudio de México .....	54
Cinco principios clave .....	14	Antecedentes y contexto político .....	54
Desarrollar un flujo de trabajo .....	16	Manipulación de información en México .....	54
<b>Paso 2: Responder</b> .....	<b>17</b>	Intervenciones .....	55
Reportes .....	17	Lecciones de México para la respuesta de la sociedad civil a la manipulación de información .....	56
Presentación de informes a los órganos de gestión de las elecciones, las agencias gubernamentales y las fuerzas del orden .....	18	Estudio de caso de Taiwán .....	57
Reportes a las plataformas de redes sociales .....	22	Antecedentes y contexto político .....	57
Reportes de los usuarios .....	23	Respuesta de toda la sociedad de Taiwán a las campañas de desinformación .....	57
Otras formas de interactuar con las plataformas .....	27	Lecciones de Taiwán para una respuesta de toda la sociedad a la manipulación de información .....	59
Interactuar con los equipos de la Plataforma .....	27	<b>Apéndice B: Información adicional sobre plataformas de redes sociales</b> .....	<b>60</b>
Participe en esfuerzos colaborativos entre industrias .....	29	Descripción general de las políticas de las plataformas de redes sociales .....	60
Comunicaciones estratégicas .....	30	Descripción general de las funciones e intervenciones de los productos de las plataformas de redes sociales .....	63
		<b>Apéndice C: Recursos Adicionales</b> .....	<b>65</b>

# Sobre Nosotros

---

## Instituto Republicano Internacional

El Instituto Republicano Internacional (IRI - *International Republican Institute* por sus siglas en inglés) es una organización no gubernamental, no partidista y sin fines de lucro comprometida con el avance de la democracia y la libertad en todo el mundo. IRI ha apoyado a organizaciones de la sociedad civil, periodistas, gobiernos democráticos y otros actores democráticos en más de 100 países desde 1983 — en África, Asia, Eurasia, Europa, América Latina y el Caribe, Medio Oriente y África del Norte. El equipo de Tecnología y Democracia de IRI trabaja en todas las regiones del mundo para ayudar a los actores de base a convertir la digitalización y la revolución tecnológica en una fuerza para el progreso democrático, incluida una diversidad de programas destinados a contrarrestar y desarrollar la resiliencia a la manipulación de información en todo el mundo.

## National Democratic Institute

El Instituto Nacional Demócrata para Asuntos Internacionales (NDI - *National Democratic Institute* por sus siglas en inglés) es una organización no gubernamental, no partidista y sin fines de lucro que responde a las aspiraciones de personas de todo el mundo de vivir en sociedades democráticas que reconocen y promueven los derechos humanos básicos. Desde su fundación en 1983 como uno de los cuatro institutos centrales del Fundación Nacional para la Democracia (*National Endowment for Democracy*), el NDI y sus socios locales han trabajado para apoyar y fortalecer las instituciones y prácticas democráticas fortaleciendo los partidos políticos, las organizaciones cívicas y los parlamentos, salvaguardando las elecciones y promoviendo la ciudadanía, participación, apertura y rendición de cuentas en el gobierno. NDI es la organización líder que trabaja en la implementación de una amplia gama de programas con componentes críticos de tecnología de información y las comunicaciones (TIC), dirigidos a las instituciones democráticas y apoyando a los demócratas en general, en particular sus iniciativas INFO / tegrity que apoyan las respuestas contra la desinformación, el discurso de odio y otras formas dañinas de contenido mientras se promueve la integridad de información en todo el mundo.

## Stanford Internet Observatory

El Observatorio de Internet de Stanford (*Stanford Internet Observatory*) es un programa interdisciplinario de investigación, enseñanza y participación política para el estudio del abuso en las tecnologías de la información actuales, con un enfoque en las redes sociales. El Observatorio de Internet de Stanford se fundó en 2019 para investigar el uso indebido de Internet para causar daños, formular respuestas técnicas y políticas y enseñar a la próxima generación cómo evitar los errores del pasado.

# Agradecimientos

## Autores

Este manual fue escrito por Daniel Arnaudo, Samantha Bradshaw, Hui Hui Ooi, Kaleigh Schwalbe, Amy Studdart, Vera Zakem y Amanda Zink.

## Reconocimiento

Agradecemos a las muchas personas de todo el mundo que nos apoyaron en el desarrollo de este manual, incluso por sus contribuciones como entrevistados, participantes de la mesa redonda y revisores de este manual. También nos gustaría agradecer a Renée DiResta, Elena Cryst, Josh Goldstein, Shelby Grossman, Sarah Moulton y Moira Whelan por sus comentarios y orientación sobre este informe.

También agradecemos al *National Endowment for Democracy* por su apoyo en el desarrollo de este manual.

## Introducción

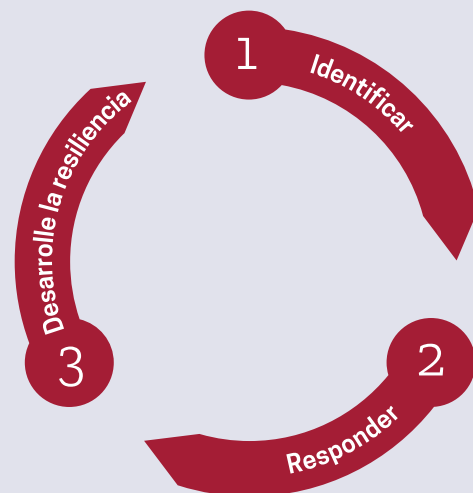
En los últimos años, el Instituto Republicano Internacional (IRI), el Instituto Nacional Demócrata (NDI) y el Observatorio de Internet de Stanford (SIO - *Stanford Internet Observatory* por sus siglas en inglés) han observado esfuerzos para socavar la integridad de información relacionada con las elecciones en todos los rincones del mundo. Sin esfuerzos concertados para identificar, responder y desarrollar resiliencia a largo plazo a la manipulación de información relacionada con las elecciones, los ataques a la integridad de información amenazan con deslegitimar las elecciones a nivel mundial, reducir la fe en los gobiernos electos, polarizar sociedades y debilitar las democracias en general.

Lidiar con la manipulación de información en torno a una elección es un fenómeno nuevo y desconocido para muchos países. Los actores de la sociedad civil, periodistas, gobiernos, órganos de gestión electoral y otros actores democráticos a menudo terminan luchando por responder en el período previo a una elección. Para abordar este desafío, IRI, NDI y SIO se han unido para crear este manual, destinado a ayudar a superar los primeros seis meses del proceso de preparación electoral. El manual establece los conceptos básicos del problema y los elementos centrales de una respuesta, y señala recursos confiables para aquellos que buscan profundizar en un tipo particular de intervención o amenaza.

Esperamos que este manual le permita a usted y a todos los que se dedican a defender la democracia hacer frente a los esfuerzos que socavan la competencia política libre y justa. Dado que la manipulación de información es un desafío continuo, este manual también será útil fuera de un ciclo electoral.

## Enfoque de este manual

El enfoque de este manual consiste en cómo (1) **identificar** las campañas de manipulación de información en curso; (2) desarrollar **respuestas** en tiempo real y a corto plazo; y (3) **desarrollar resiliencia a largo plazo** a la manipulación de información. Si bien describimos tres pasos distintos en este manual, el proceso para combatir la manipulación de información es circular, y cada paso se superpone y refuerza a los demás. Los cronogramas de planificación variarán según el contexto, pero, si es posible, alentamos la planificación proactiva en lugar de reactiva para contrarrestar eficazmente la manipulación de información electoral. La estrategia de tres partes del manual puede ayudarlo a desarrollar respuestas rápidas y en tiempo real, así como a establecer enfoques sostenibles a largo plazo para desarrollar la resiliencia a fin de mantener la integridad de las elecciones y fortalecer los procesos democráticos.



# Antecedentes: comprensión de la manipulación de información

## Cómo utilizar esta sección

En esta sección se describen los componentes de la manipulación de información y se definen los términos de uso común.

## ¿Qué es la manipulación de información?

La manipulación de información es un **conjunto de tácticas que implican la recopilación y difusión de información para influir o perturbar la toma de decisiones democrática**. Si bien la manipulación de la información puede apropiarse de los canales de información tradicionales, como la transmisión de televisión, la prensa escrita o la radio, nos centramos en los aspectos digitales de la manipulación de la información. Aquí, exploramos cómo las campañas de manipulación de información cooptan diferentes **vectores** digitales, son dirigidas por diferentes **actores** y utilizan una variedad de **tácticas** para distribuir diferentes tipos de **contenido**.

### Actores amenazantes

En la mayoría de los entornos electorales, es probable que varios actores diferentes se involucren en la manipulación de información. Para complicar las cosas, si bien algunos de esos actores pueden operar de manera independiente, otros pueden operar en coordinación, tener propósitos contradictorios o beneficiarse del caos general y la falta de confianza en el entorno de la información. Los diferentes actores tienen diferentes objetivos para participar en la manipulación de información. Una campaña política se centrará en ganar una elección; la influencia que la industria y las empresas comerciales de relaciones públicas que quieren hacer dinero; un adversario extranjero podría intentar influir en el resultado de las elecciones, promover los intereses nacionales o sembrar el caos; o un grupo extremista podría concentrarse en promover su causa política. Aquí, hemos descrito los actores de amenazas comunes involucrados en campañas de manipulación de información. Aunque esta lista no es exhaustiva, proporciona un punto de partida para pensar en los actores relevantes en el contexto de su propio país.

- **Los partidos políticos y las campañas** usan la manipulación de información para desacreditar a la oposición, usan amplificación falsa para llegar a una audiencia más amplia o sugerir que tienen más apoyo público que ellos, o manipulan el discurso político de una manera que sirva a su agenda de campaña. Es importante señalar que las campañas políticas pueden hacer uso de la manipulación de información tanto fuera como durante los ciclos electorales.
- **El odio y otros grupos extremistas** utilizan la manipulación de información para promover su agenda social o política, a

menudo fomentando el odio y la polarización política; silenciar, intimidar o privar de sus derechos a los grupos destinatarios; e incitar a la violencia. Sus objetivos pueden incluir convertir al electorado mayoritario en contra de un grupo en particular, aumentar el apoyo a las políticas extremistas y / o suprimir la participación política.

- **Los gobiernos extranjeros** utilizan la manipulación de información como una herramienta del arte de gobernar y la geopolítica. La manipulación de la información podría utilizarse para influir en el resultado de una elección en un país de importancia estratégica, promover los intereses del gobierno o moldear la percepción pública del estado en el extranjero. La manipulación de información puede ser encubierta (por ejemplo, mediante el uso de cuentas falsas) o abierta (por ejemplo, a través de medios respaldados por el estado).
- **Los gobiernos nacionales** utilizan la manipulación de la información para influir en las actitudes públicas y reprimir la participación política o la expresión de ciertos usuarios, como activistas, periodistas o opositores políticos. Al igual que los estados extranjeros, los gobiernos utilizan la manipulación de información tanto abierta como encubierta para lograr objetivos políticos, incluida la represión de los derechos humanos. Los gobiernos nacionales también pueden promulgar más fácilmente la censura como una forma de manipulación de la información.
- **Los actores comerciales**, compuestos por plataformas de redes sociales, empresas de relaciones públicas o firmas de comunicación estratégica, utilizan la manipulación de información como parte de un modelo de negocio, trabajando con otros actores para difundir desinformación con fines de lucro. La industria de la influencia a menudo trabaja con campañas políticas, gobiernos o estados extranjeros para apoyar sus objetivos particulares.
- **Los medios de comunicación no independientes** con una agenda política o un interés económico específicos, o que cuentan con el respaldo de un gobierno u otro actor político, pueden utilizar la manipulación de información para influir en las actitudes del público en consonancia con los objetivos de sus patrocinadores.



Determinar quién está detrás de la manipulación de información puede ser difícil, especialmente cuando los objetivos de diferentes actores pueden superponerse. Por ejemplo, un actor estatal extranjero podría amplificar el contenido producido por grupos de odio nacionales o teóricos de la conspiración. Al mismo tiempo, existen incentivos de mercado para producir información errónea / desinformación donde generar viralización también puede generar ingresos para los usuarios que crean contenido atractivo y colocan anuncios en sus páginas.

Hay muchas formas de categorizar los tipos de actores de amenazas involucrados en las campañas de manipulación de información. Las dicotomías de desinformación de DFRLab<sup>1</sup> pueden ayudarlo a pensar en los tipos de actores y motivaciones detrás de la manipulación de información con más detalle.

## Contenido

La manipulación de información hace uso de una variedad de contenido para influir, alterar o distorsionar el ecosistema de información. Este contenido se puede utilizar para influir en las actitudes o creencias del público, persuadir a las personas para que actúen o se comporten de cierta manera, como reprimir el voto de un grupo particular de personas, o incitar al odio y la violencia. Muchos tipos de contenido pueden estar involucrados en la manipulación de información. Aquí describimos algunos términos clave utilizados a lo largo del informe y por otros investigadores, activistas y profesionales que estudian y combaten la manipulación de información.

- **La desinformación** es información falsa, inexacta o engañosa, independientemente de la intención de engañar.
- **La desinformación** es la creación, distribución y / o ampliación deliberada de información falsa, inexacta o engañosa destinada a engañar.
- **La desinformación** toma información veraz o fáctica y la convierte en un arma para la persuasión. Por ejemplo, esto podría incluir contenido que se publicó como parte de una operación de pirateo y fuga, donde los mensajes privados se comparten públicamente con el objetivo de socavar a un adversario.

- **La propaganda** es información diseñada para promover un objetivo, acción o resultado político. La propaganda a menudo implica desinformación, pero también puede hacer uso de hechos, información robada o verdades a medias para influir en las personas. A menudo hace llamamientos emocionales, en lugar de centrarse en pensamientos o argumentos racionales. La propaganda puede ser impulsada por otros actores, pero en este informe, nos enfocamos específicamente en la propaganda patrocinada por el estado.
- **El discurso de odio** es el uso de lenguaje discriminatorio con referencia a una persona o grupo sobre la base de su identidad, incluida la religión, etnia, nacionalidad, capacidad, género u orientación sexual de una persona. El discurso de odio es a menudo parte de esfuerzos más amplios de manipulación de información. Está particularmente presente en contextos electorales donde el objetivo de la manipulación de información es polarizar el discurso político y / o suprimir la participación política de un grupo en particular.

Hay muchas formas adicionales de categorizar los tipos de contenido involucrados en la manipulación de información. Para obtener recursos adicionales, consulte [Desorden de la información: hacia un marco interdisciplinario para la investigación y la formulación de políticas](#), encargado por el Consejo de Europa y producido en cooperación con First Draft y el Centro Shorestein de Medios, Política y Políticas Públicas de la Universidad de Harvard.<sup>2</sup>

## Táctica

La manipulación de información hace uso de una variedad de tácticas para difundir, amplificar o dirigir mensajes a diferentes audiencias en las redes sociales. Muchas de estas tácticas aprovechan las características de las tecnologías de redes sociales y digitales para difundir diferentes tipos de contenido. Si bien la manipulación de los medios no es nueva, las tácticas digitales pueden cambiar el alcance, la escala y la precisión de la manipulación de información de varias maneras. A continuación, proporcionamos definiciones para algunas de las tácticas clave que han identificado investigadores, periodistas, activistas y empresas de plataformas.

<sup>1</sup> Emerson T. Brooking, *Dicotomías de la desinformación / Dichotomies of Disinformation*, (Atlantic Council's Digital Forensic Research Lab, Febrero 2020), <https://github.com/DFRLab/Dichotomies-of-Disinformation>.

<sup>2</sup> Claire Wardle, y Hossein Derakhshan, *Desorden de la información: hacia un marco interdisciplinario para la investigación y la formulación de políticas* (Consejo de Europa, Octubre 31, 2017), <https://shorensteincenter.org/information-disorder-framework-for-research-and-policy-making/>.

- **La tecnología generada por medio de la Inteligencia Artificial (IA)** se utiliza en la manipulación de información para crear perfiles o contenido falso. Las tecnologías de inteligencia artificial, como las redes generativas adversarias (GAN - *Generative Adversarial Networks* por su acrónimo en inglés), utilizan “redes neuronales” de aprendizaje automático para crear imágenes o videos que parecen personas reales pero que son completamente falsos. Esto incluye videos “*deepfake*”, que utilizan tecnologías de inteligencia artificial para crear videos de apariencia realista que son completamente falsos.
  - **El contenido visual manipulado** se utiliza en la manipulación de información para editar imágenes con Photoshop o editar videos. Esto puede implicar las llamadas “falsificaciones baratas”, que no utilizan tecnologías generadas por IA, sino que alteran videos con un nivel más bajo de sofisticación técnica.
  - **La manipulación de los motores de búsqueda** utiliza herramientas de la publicidad digital, como la ubicación de palabras clave, para aprovechar las brechas en los resultados de búsqueda. Estas estrategias intentan colocar la desinformación en la parte superior de las consultas de los motores de búsqueda, de modo que las personas que buscan información precisa tengan más probabilidades de encontrar desinformación.
  - **Los sitios web falsos** se utilizan para crear el contenido sustancial detrás de una campaña de manipulación de influencias mediante la creación de sitios web de “noticias falsas” o granjas de contenido que publican grandes cantidades de historias falsas, engañosas o inexactas, a veces falsificando sitios de organizaciones de noticias reales.
  - **Trolling** es la intimidación o el acoso de las personas para provocar una reacción emocional en el objetivo. Si bien se puede controlar a cualquier persona en línea, ciertas comunidades experimentan el “trolleo” de manera diferente y, a menudo, de manera más severa. Esto incluye mujeres, personas con diversas identidades de género, minorías raciales o étnicas o personas de color.
  - **La propaganda computacional** implica el uso de “bots / robots” y otras formas de tecnologías automatizadas para amplificar la propaganda y otros contenidos dañinos en línea. Los bots son piezas de código diseñadas para imitar el comportamiento humano al dar me gusta, compartir, retuitear o incluso comentar las publicaciones. Se pueden usar para amplificar falsamente ciertos tipos de contenido o cuentas en línea.
  - **Las cuentas falsas o “sock puppet” involucran** cuentas, administradas por personas reales, que generan un compromiso inorgánico. Al igual que los bots, las cuentas falsas pueden dar me gusta, compartir, retuitear o comentar publicaciones para amplificar falsamente ciertos tipos de contenido o cuentas en línea. Pero en lugar de ser automatizadas, las cuentas falsas están a cargo de personas reales.
  - **Las operaciones de pirateo y fuga** implican piratear fuentes de información privada o confidencial y filtrar información al público de manera estratégica para socavar la confianza o la integridad de una persona o idea.
  - **Las adquisiciones de cuentas** implican piratear las cuentas de personas reales para hacerse pasar por ellas o difundir información errónea / desinformación a grandes audiencias.
  - **La publicidad y el microtargeting** implican el uso de plataformas publicitarias en línea para recopilar datos sobre los usuarios y dirigirse a ellos con mensajes persuasivos.
  - **La censura** implica bloquear, redirigir o limitar el acceso a ciertos tipos de información en línea.
- Se pueden utilizar muchos tipos de tácticas para manipular el ecosistema de información digital. Estas tácticas dependerán de la plataforma que se utilice, el conjunto de habilidades de los involucrados y el contexto único del país donde se está llevando a cabo la manipulación de información. Para obtener más información sobre los tipos de tácticas utilizadas en las campañas de manipulación de información, consulte USAID Disinformation Primer.<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Centro de Excelencia de USAID en Democracia, Derechos Humanos y Gobernabilidad. “Centro de excelencia sobre la democracia, los derechos humanos y el manual de desinformación de la gobernanza” <https://pdf.usaid.gov/pdfdocs/PAOOXFKF.pdf>.



### Operaciones coordinadas de comportamiento e información no auténticos

Las plataformas de redes sociales están tratando de tomar más medidas para combatir la manipulación de información en sus plataformas. Cuando buscan manipulación de información, utilizan términos como "Comportamiento coordinado no auténtico" de Facebook o "operaciones de información" de Twitter. Aunque los términos para la manipulación de información y sus tácticas difieren entre las plataformas, las plataformas de redes sociales toman cada vez más acciones contra las redes de cuentas falsas que difunden desinformación, incitan a la violencia o socavan la integridad de las elecciones. Un componente central de las definiciones de plataforma en torno a la manipulación de información es el uso de relatos no auténticos o de cuentas falsas (sock puppet) que pretenden ser alguien que no son, como un actor estatal extranjero que finge ser ciudadano de otro país.

Desde 2018, Twitter y Facebook han publicado más datos sobre la manipulación de información en sus plataformas en los blogs de su empresa o en el [Centro de Transparencia de Operaciones de Información de Twitter](#)<sup>4</sup>. También puede encontrar enlaces a recursos que pueden ayudarlo a identificar campañas coordinadas de manipulación de información en la sección Paso 1: Identificar de este informe. Sin embargo, es importante señalar que las definiciones que utilizan las plataformas para acabar con la manipulación de información tienen limitaciones. Por ejemplo, cuando las redes de usuarios reales comparten información engañosa sobre una elección, puede ser mucho más difícil para las plataformas tomar medidas contra usuarios auténticos en lugar de cuentas no auténticas. Por eso es importante responder adicionalmente y desarrollar resiliencia a la manipulación de información mediante la verificación de datos, la alfabetización mediática y el establecimiento de redes de colaboración para que los usuarios reales sean menos susceptibles a compartir información dañina, inexacta o engañosa. Puede leer más sobre estas estrategias en las secciones Paso 2: Responder y Paso 3: Crear resiliencia de este informe.

## Vectores

El ecosistema de la información ha cambiado drásticamente en las últimas tres décadas. Internet y las redes sociales en particular han creado un entorno en el que la manipulación de información es enormemente escalable, muy barata y fácil de experimentar.

Si bien **las plataformas de redes sociales populares**, como Facebook, Twitter y YouTube, a menudo se destacan como vectores para la manipulación de información, estas actividades también ocurren en **otras plataformas de redes sociales** como Reddit, Pinterest, Instagram, TikTok, Tumblr y WeChat. También ocurren en **plataformas de mensajería cifradas y no cifradas** como LINE, Telegram, WhatsApp, Facebook Messenger, Signal o Viber. (Para obtener más información sobre la realización de investigaciones éticas en entornos cerrados, consulte la sección Paso 2: Responder). Algunas manipulaciones de información pueden tener como objetivo proveedores de búsqueda de Internet, como Google, Yahoo o Bing. Otros pueden apuntar a **comunidades de usuarios de nicho**, como jugadores, a través de plataformas como Twitch, Xbox Live o PlayStation Online. A medida que las principales plataformas de redes sociales han aumentado sus esfuerzos para establecer límites en torno a la difusión de contenido dañino, se han creado nuevas plataformas de redes sociales. Algunas de esas plataformas se centran en crear entornos no moderados, y otras han puesto en marcha políticas de moderación que facilitan explícitamente el discurso de una ideología sobre otra, a menudo con un enfoque en puntos de vista políticos de nicho o extremistas.

La manipulación de información casi siempre ocurre tanto en línea como fuera de línea: la televisión, la radio, los medios impresos, la academia y otros aspectos del ecosistema de la información pueden estar involucrados. Por ejemplo, los periodistas o los medios de comunicación pueden ampliar el contenido creado como parte de una campaña de manipulación de información si ese contenido ha sido compartido por una figura política importante, o si es particularmente sensacionalista y es probable que atraiga al público. Un actor sofisticado que se dedica a la manipulación de información puede captar medios de comunicación destacados o conceder subvenciones a entidades de investigación para producir análisis que respalden sus objetivos.

<sup>4</sup> Twitter Centro de transparencia de Twitter, "Operaciones de información," (Twitter, sin fecha), <https://transparency.twitter.com/en/reports/information-operations.html>.

## Desafíos emergentes para la manipulación de información

La manipulación de información se adapta constantemente a los cambios en el ecosistema de los medios. A medida que las empresas de redes sociales mejoran en la detección y eliminación de la manipulación de información de sus plataformas, los actores de amenazas también han aprendido a modificar sus estrategias, herramientas y tácticas. Si bien los primeros investigadores estaban preocupados por el uso de *bots* políticos para amplificar la desinformación / error en las plataformas de redes sociales, hoy en día la distinción entre cuentas de *bot* automatizadas y contenido curado por humanos es cada vez menos clara. El auge de varios actores comerciales que ofrecen desinformación como servicio también dificulta que las empresas de redes sociales detecten la manipulación de información y tomen medidas contra ellos, ya que se paga a los *trolls* (-Un Troll es una persona que aprovecha cualquier lugar en la Red en el que se puedan hacer comentarios para crear controversia y fomentar el enfrentamiento entre otros usuarios -) para que contaminen la esfera de la información. Al mismo tiempo, la distinción entre operaciones de información extranjeras y extremismo o terrorismo interno se está volviendo menos clara, ya que la intromisión extranjera ha cooptado cada vez más las narrativas nacionales para amplificar las divisiones raciales, de género o políticas preexistentes.

Si bien las plataformas tienen políticas para eliminar el comportamiento no auténtico coordinado (CIB - *coordinated inauthentic behavior* por sus siglas en inglés), a partir de agosto de 2021, no existen pautas claras para gestionar el comportamiento auténtico coordinado. Cuando las plataformas dominantes y ubicuas a nivel mundial como Facebook, Twitter, TikTok o YouTube toman medidas contra el contenido y las cuentas, a veces estas voces reaparecen en otras plataformas o canales privados que carecen de los mismos estándares para eliminar contenido o cuentas que difunden desinformación o incitación al odio, o que inciten a la violencia. Y algunas plataformas, como WhatsApp o Signal, cifran los mensajes personales y grupales, lo que dificulta mucho la detección de operaciones de información y contrarresta la propagación de desinformación / información errónea y otras formas de información dañina. Si bien el cifrado puede proteger la privacidad y la seguridad de los activistas en línea y los defensores de los derechos humanos, los actores malignos han aprovechado la seguridad de estas plataformas para mejorar la difusión de información dañina o engañosa en línea.

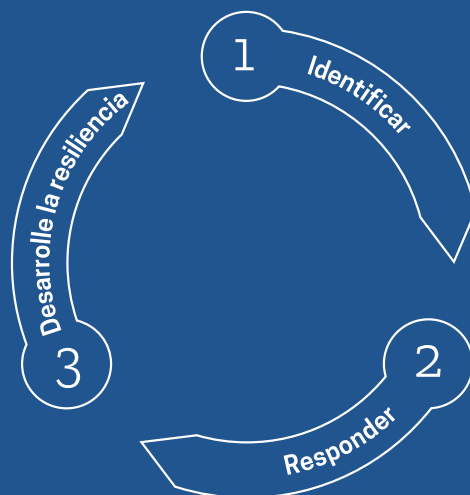
Al mismo tiempo, no todo el mundo experimenta la manipulación de información de la misma forma. Los periodistas, activistas políticos y miembros de la oposición política son con frecuencia el blanco de campañas de difamación y acoso diseñados para socavar su credibilidad y legitimidad como profesionales. Estas campañas suelen ser más severas para las mujeres, las minorías o las personas de color, que enfrentan mayores niveles de acoso, amenazas en línea y sexualización. Las poblaciones minoritarias o marginadas también suelen ser objeto de violencia en línea que puede tener implicaciones en el mundo real para su seguridad y protección, ya que el discurso en línea puede afectar la violencia política fuera de línea.

Por último, la tecnología en sí está en constante evolución y las nuevas innovaciones están creando nuevas oportunidades para la manipulación de información. La inteligencia artificial (IA) está creando numerosas oportunidades para el engaño en línea: las cuentas de *bot* automatizadas pueden usar algoritmos de aprendizaje automático (como GPT-3) para sonar más humanos; Las redes generativas de confrontación (GAN - *Generative Adversarial Networks* por sus siglas en inglés) se pueden usar para crear imágenes de perfil falsas que parecen personas reales u otras formas de medios sintéticos como videos "*deepfake*". Por ejemplo, los videos *deepfake* se están utilizando para representar falsamente a mujeres en la pornografía, lo que puede tener impactos dañinos y duraderos en su salud mental y perspectivas profesionales. Las innovaciones en la vigilancia de datos también introducen nuevos desafíos para la manipulación de información, ya que se vuelve mucho más fácil dirigirse a comunidades o individuos específicos con mensajes persuasivos. Los datos sobre los gustos e intereses de los usuarios se pueden utilizar para predecir los valores y comportamientos de individuos o grupos, y los actores comerciales ya están construyendo modelos para dirigirse a comunidades de personas con mensajes de (des) movilización. Los datos que se pueden usar en la manipulación de información solo crecerán a medida que Internet de las cosas introduzca más puntos de datos sobre los usuarios, desde dispositivos portátiles hasta automóviles, electrodomésticos y sensores inteligentes. Debemos hacer evolucionar nuestras respuestas para mantener el ritmo de estas innovaciones y desarrollar la capacidad de recuperación ante la manipulación de información en el futuro.

# Identificación, respuesta y fortalecimiento de la resiliencia frente a la manipulación de información

## Cómo utilizar esta sección

Una vez que comprenda los aspectos básicos de la manipulación de información, el siguiente paso crítico es desarrollar una comprensión y un conjunto de habilidades para identificar los riesgos futuros y las operaciones en curso en el contexto de su propio país. Identificar las campañas en curso, así como los riesgos futuros, es uno de los pasos más difíciles, porque los actores malignos a menudo oscurecen su identidad y crean barreras para la atribución técnica. Para ayudarlo con este proceso, esta sección proporciona algunas estrategias clave. También hemos compilado una lista de recursos útiles y accesibles para ayudarlo durante el proceso de identificación.



## Paso 1 Identificar

### Mapeo del entorno de información

El primer paso para identificar la manipulación de información es mapear el entorno de la información a fin de identificar las vulnerabilidades únicas para su elección. Debe realizar una evaluación de riesgos que identifique a los diversos actores de amenazas que podrían lanzar una campaña de manipulación de información y los canales, incluidos los digitales, de transmisión, de radio o impresos, que podrían usarse como parte de sus esfuerzos. También querrá identificar varios socios con los que trabajará para combatir las amenazas que surjan, como representantes de políticas de empresas de redes sociales, funcionarios gubernamentales, agencias de aplicación de la ley u otras Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC). Esta sección proporciona una descripción general de las preguntas clave a responder para mapear el entorno de información.

#### ● ¿Cuál es el panorama de los medios y la información?

El primer paso para mapear el entorno de información es comprender su panorama actual de medios. ¿De dónde obtiene la gente su información política? ¿Dónde es probable que tenga lugar la manipulación de información? Aquí, debe considerar las entidades de los medios tradicionales, como las emisoras de televisión, los periódicos y las estaciones de radio, y evaluar la transparencia de la propiedad de los medios, las políticas de corrección y los estándares profesionales a los que se adhieren los medios. También debe considerar los medios digitales, como las plataformas de redes sociales, las aplicaciones de chat encriptadas o los foros web. Familiarícese con las políticas de las plataformas en las que sospecha que podrían llevarse a cabo operaciones de información revisando los acuerdos de los términos de servicio y las pautas de la comunidad, así como otras medidas específicas de cada país que podrían haberse anunciado en los blogs de la empresa. También debe familiarizarse con las iniciativas de verificación de datos existentes y el papel de otras personas influyentes en línea en la configuración del discurso político para ciertas comunidades de usuarios.

#### ● ¿Dónde están las audiencias en línea y qué comunidades de usuarios son más vulnerables a la manipulación de información o las implicaciones negativas de estas campañas?

La manipulación de información afecta a los usuarios de manera diferente, y las mujeres, las personas de color y las personas con identidades de género y orientación sexual diversas experimentan la manipulación de información de manera más severa que otras.<sup>5</sup> El segundo paso para mapear el entorno de la información es comprender a sus audiencias y los grupos de personas que podrían verse marginadas, reprimidas o profundamente afectadas por los continuos esfuerzos de manipulación de la información. Esto implica observar de cerca a las comunidades pequeñas y locales en el contexto de su país.

#### ● ¿Quiénes son los posibles actores de la amenaza?

El tercer paso del mapeo del entorno de información es identificar los diversos actores de amenazas y comprender sus motivaciones para realizar la manipulación de información. Comprender quién está, o podría estar, detrás de la manipulación de información lo ayudará a responder y desarrollar resiliencia para operaciones futuras. Pregúntese: ¿Quiénes son los principales actores de la amenaza? ¿Son actores nacionales, estados extranjeros o ambos? ¿Cuáles podrían ser las motivaciones detrás de estas campañas? ¿Tienen como finalidad la interrupción política o el beneficio económico? Consulte la sección Antecedentes para obtener más información sobre los actores de amenazas y sus motivaciones para realizar la manipulación de información.

#### ● ¿Quiénes son los socios con los que puede trabajar para combatir la manipulación de información?

El cuarto paso para mapear el entorno de la información es identificar socios que puedan ayudarlo a combatir la manipulación de información. Aquí, debe considerar la identificación de socios gubernamentales y no gubernamentales relevantes, como los organismos de gestión electoral, que puedan ayudar a responder a las campañas de

<sup>5</sup> Instituto Nacional Demócrata, *Tweets escalofriantes: análisis de la violencia en línea contra las mujeres en la política* (NDI, Junio 14, 2019), <https://www.ndi.org/tweets-that-chill>.

manipulación de información en curso. Los periodistas y otras OSC de su país pueden trabajar con usted para verificar los hechos o proporcionar mensajes en contra de la manipulación de información. También debe identificar los contactos en las plataformas de redes sociales con los que puede trabajar para eliminar contenido o cuentas de las redes sociales. Es importante señalar que no todos los socios serán relevantes para todos los contextos. Lo importante es identificar quién aportará habilidades, recursos o capacidad para ayudarlo a responder y desarrollar resiliencia a la manipulación de información. Para ayudarlo a identificar socios relevantes, puede explorar la Base de datos de intervención de la Guía para contrarrestar la desinformación. Base de datos de intervención de la Guía para contrarrestar la desinformación.<sup>6</sup>

● **¿Cuáles son las regulaciones relevantes que debe conocer en su investigación y para la presentación de informes?**

Cada país tendrá diferentes leyes o regulaciones relacionadas con elecciones, campañas y discursos en línea. El quinto paso del mapeo del entorno de información implica desarrollar una comprensión del panorama legal y regulatorio relevante de su país referente a cuestiones relacionadas con el entorno de información electoral. El conocimiento de estas reglas lo preparará para trabajar mejor con las agencias gubernamentales para responder o desarrollar resiliencia a la manipulación de información, o para protegerse a sí mismo, a sus colegas y a la organización cuando decida cuál es la mejor manera de responder. Por ejemplo, algunos gobiernos pueden tener regulaciones que impidan hacer campaña tres días antes de una elección. También puede haber reglas o regulaciones vigentes sobre la compra de anuncios en el extranjero. Conocer estas regulaciones relevantes puede ayudarlo a denunciar contenido ilegal a los reguladores y organismos de gestión electoral, así como a las plataformas de redes sociales para su eliminación.



**Consejo: no olvide las plataformas regionales y locales**

En este manual, enumeramos las principales plataformas de redes sociales mundiales, pero tenga en cuenta que también hay muchas otras plataformas regionales y locales. El intercambio multiplataforma de contenido manipulado es común, y observará que la información compartida en una plataforma se comparte con otras. Le recomendamos que haga un análisis profundo de su ecosistema de información local y observe qué plataformas de redes sociales se utilizan ampliamente y cómo se relacionan entre sí. Además de su propia observación, un recurso útil para ayudar a mapear el panorama de la información son los reportes de We Are Social/Somos Sociales<sup>7</sup> sobre el uso de redes sociales por país. El Global Cyber Troops inventory / Inventario Global de Cyber Troops<sup>8</sup> también proporciona una descripción general de la manipulación de información por país y los diversos vectores utilizados en las campañas de manipulación de información.

<sup>6</sup> Fundación Internacional para Sistemas Electorales, Instituto Republicano Internacional, Instituto Nacional Demócrata, “Base de datos de intervenciones informativas” (Consortio para el fortalecimiento de procesos electorales y políticos, 2021), <https://counteringdisinformation.org/index.php/interventions>.

<sup>7</sup> We Are Social / Somos Sociales, “Digital en 2020” (2020), <https://wearesocial.com/digital-2020>.

<sup>8</sup> Samantha Bradshaw, Hannah Bailey, y Philip Howard, “Desinformación industrializada: Inventario global 2020 de manipulación organizada de redes sociales”, Proyecto de investigación de propaganda computacional (Instituto de Internet de Oxford, 13 de enero de 2021), <https://demtech.oi.ox.ac.uk/research/posts/industrialized-disinformation/>.

## Identificación de narrativas comunes de manipulación de información

Después de comprender el entorno de información en el que trabajará, puede comenzar a pensar en los tipos de narrativas o temas que los diferentes actores podrían usar en sus campañas de manipulación de información. Hemos esbozado las narrativas comunes que se utilizan en las campañas de información durante las elecciones para ayudarlo con la identificación.

- **El contenido polarizador y divisivo** a veces se usa en campañas de manipulación de información para inflamar las divisiones políticas, raciales, religiosas, culturales o de género. Estas narrativas a menudo se enfocan en divisiones preexistentes dentro de la sociedad y usan narrativas basadas en la identidad para sembrar discordia y descontento entre el electorado.
- **Las narrativas de deslegitimación** difunden contenidos que socavan la integridad del proceso electoral. Esto podría ser afirmaciones falsas sobre la seguridad de las máquinas de votación, errores en la emisión o tabulación de la boleta u otras supuestas irregularidades. Estas narrativas están diseñadas para sembrar desconfianza en los procesos que apoyan las elecciones. Las narrativas de deslegitimación también pueden centrarse en desacreditar a ciertos políticos o candidatos, funcionarios electorales o entidades cívicas.
- **Las narrativas de represión política** se utilizan para disuadir a ciertos grupos de personas de participar en política. Estas estrategias de represión apuntan a los procesos democráticos; esto podría incluir difundir desinformación sobre cómo y dónde votar, o sugerir que a ciertas comunidades de individuos no se les permite votar o que hay violencia en los colegios electorales. También podrían incluir narrativas que presionen a los votantes para que asistan o no a mítines o eventos políticos, o que fomenten el fraude electoral.
- **El odio, el acoso y la violencia** es otra forma de represión que utiliza el acoso, la difamación o las amenazas de violencia para

disuadir a ciertos usuarios o comunidades de expresar sus pensamientos u opiniones en línea o participar en los debates necesarios para el buen funcionamiento de la democracia. El odio, el acoso y la violencia crean una cultura de miedo y pueden sofocar la expresión política en línea.

- **Los resultados electorales prematuros o las afirmaciones de victoria** a veces se hacen en las redes sociales para erosionar la confianza en el resultado de las elecciones. A menudo se hacen antes de que se haya completado el escrutinio de los votos, y son especialmente probables si una carrera política es reñida y polémica.

Durante una elección pueden surgir muchos tipos de narrativas, y muchas de ellas serán específicas del contexto de su país. Es importante pensar en los tipos de narrativas que podrían usarse como parte de las campañas de manipulación de información para que pueda estar más preparado para responder con contra-mensajes o desarrollar resiliencia a las narrativas antes de que se difundan. El [Inventario Global Cyber Troops Inventory / Inventario Global de Cyber Troops](#)<sup>9</sup> describe otros tipos de narrativas o "estrategias de comunicación" que se han observado en campañas de manipulación de información en todo el mundo.

## Identificación de los esfuerzos de manipulación de información en curso

Una vez que haya mapeado el entorno de información y comprenda los diferentes tipos de narrativas que los actores pueden usar para socavar la integridad de las elecciones, debe comenzar a monitorear el ecosistema para las campañas en curso. Los actores de amenazas a menudo intentarán ocultar su identidad o sus campañas para evitar ser detectados. Sin embargo, hay una serie de recursos y mejores prácticas disponibles para identificar campañas en curso, que hemos recopilado para usted. También debe considerar estos cinco principios clave al realizar investigaciones sobre la manipulación de información.

<sup>9</sup> Bradshaw, Bailey, y Howard, "Desinformación industrializada: Inventario global 2020 de manipulación organizada de redes sociales".



## Cinco principios clave

1. **El contexto es importante.** Cada país y cada elección ocurrirá en un entorno mediático, cultural, social y económico diferente. Es importante mapear su ecosistema de información y las posibles amenazas para poder enfocarse en las tecnologías y plataformas relevantes que se utilizan de manera prominente en su país.
2. **Conozca sus límites.** Cualquier investigación sobre la manipulación de información tiene limitaciones y los datos que recopilamos sobre este tipo de campañas son siempre imperfectos. Es importante comprender lo que sabe y lo que no sabe acerca de la manipulación de información en función de los datos con los que está trabajando y no sacar conclusiones precipitadas sobre la autenticidad de la información en línea. Puede ser igualmente perjudicial para la legitimidad de una elección si se atribuye mal la manipulación de información.
3. **Comportamiento sobre el contenido.** Al identificar la manipulación de información, es importante observar los patrones de comportamiento de las cuentas, en lugar de mirar una sola pieza de contenido. Las plataformas pueden responder mejor a comportamientos no auténticos coordinados, y la identificación de grandes redes de cuentas en coordinación para manipular el entorno de información en línea proporcionará una base más sólida para eliminar el contenido y las cuentas.
4. **No hacer daño.** La recopilación, el almacenamiento y el uso de datos en línea pueden tener implicaciones para la privacidad y la seguridad personal, y es importante que cualquier información recopilada para monitorear la manipulación de información se lleve a cabo de manera ética. Los datos en línea pueden venir con expectativas de privacidad, y pensar en el consentimiento, la seguridad y la privacidad es una parte importante de su trabajo como investigador. Los datos que se almacenan incorrectamente o se anonimizan pueden tener consecuencias negativas para la privacidad personal o la seguridad de los usuarios que participan en la política en línea. Por lo tanto, es importante tomar las medidas necesarias para no causar daño y para proteger y asegurar los datos con los que está trabajando.
5. **Tolerancia cero con el odio, la represión y la violencia.** El odio o la incitación a la violencia en línea puede tener consecuencias en el mundo real no solo para la integridad de las elecciones, sino también para la seguridad de los ciudadanos. Estas narrativas no siempre provienen de relatos no auténticos coordinados o como parte de operaciones de información formalizadas, sino que pueden ser compartidas por usuarios reales o auténticos. Sin embargo, cualquier información que difunda el odio, intente suprimir la participación política o el discurso, o incite a la violencia, debe informarse de inmediato a las plataformas y otras partes relevantes, independientemente de la fuente. Puede encontrar más información sobre cómo denunciar contenido en la sección Informes del Paso 2: Responder.



### Consejo: Identificar la manipulación de información

Tenga en cuenta que las campañas de manipulación de información pueden ocurrir tanto fuera de línea como a través de plataformas en línea; Los principales medios de comunicación (como la televisión, la radio y los periódicos) son vectores comunes de la difusión de información falsa, y debe tener en cuenta los principios anteriores al consumir información de fuentes fuera de línea. Asegúrese de

verificar la información que escucha o ve antes de compartirla con sus redes de confianza y miembros de su organización. Dado que los medios de comunicación tradicionales a menudo tienen sesgos intencionales, a veces pueden presentar información falsa o "verdades a medias" (consulte Alfabetización digital en la sección Paso 3: Desarrolle la resiliencia, página 49).

## Herramientas de inteligencia de código abierto (OSINT - Open Source Intelligence por sus siglas en inglés) para identificar la manipulación de información

OSINT es la recopilación y análisis de información de fuentes públicas (abiertas). Estos recursos se pueden utilizar para rastrear e identificar la desinformación.



### **Kit de herramientas de investigación en línea de Bellingcat: (Lista de Recursos)**

Esta hoja de cálculo de Google Docs de fácil navegación tiene diferentes pestañas para diferentes herramientas para verificar información, como la verificación de imágenes y videos; contenido y cuentas de redes sociales; números de teléfono y servicios de mensajería cerrados; mapas y servicios basados en la ubicación; rastreadores de transporte; Análisis de IP y sitios web; empresas internacionales; medio ambiente; herramientas para mejorar la seguridad, la privacidad y la visualización de datos en línea; recursos académicos; y guías adicionales.<sup>10</sup>



### **Manual de verificación de periodismo de datos para la desinformación y la manipulación de medios: (Guía)**

Este manual lo ayuda a realizar investigaciones de OSINT sobre cuentas de redes sociales, detección de bots y manipulación de imágenes. También proporciona recursos para realizar investigaciones en la web y entre plataformas, así como algunos consejos y herramientas para la atribución.<sup>11</sup>



### **Manual de monitoreo de medios de Beacon**

**Project: (Guía)** Este manual lo ayuda a realizar análisis basados en datos de las narrativas de desinformación y sus fuentes. El manual es un buen punto de partida para los investigadores interesados en realizar un seguimiento de los medios, pero que no están seguros de por dónde empezar, así como para aquellos que buscan garantizar que se estén aplicando las mejores prácticas metodológica.<sup>12</sup>



### **CrowdTangle: (Herramienta)**

Facebook creó CrowdTangle como una herramienta para identificar y monitorear tendencias en las redes sociales. La herramienta puede rastrear cuentas verificadas, páginas y grupos públicos. La herramienta también se puede usar para monitorear cuentas públicas en Instagram y subprocesos subreddit en la plataforma Reddit.<sup>13</sup>

Debe revisar estos recursos, así como las herramientas adicionales en el Apéndice C en la página 65, para determinar qué herramientas serán más útiles para usted y su organización para identificar la manipulación de información. Cada campaña, organización y contexto de país será diferente y requerirá una combinación de herramientas, habilidades y socios, por lo que desarrollar una comprensión de las herramientas que pueden ayudarlo a identificar y monitorear las campañas en curso lo empoderará para responder y desarrollar resiliencia.

<sup>10</sup> "Kit de herramientas de investigación en línea de Bellingcat" (Bellingcat, 2021), <https://docs.google.com/spreadsheets/d/18rtqh8EG2q1xBo2cLNyhIDuK9jrPGwYr9DI2UncoqJQ/edit#gid=930747607>

<sup>11</sup> Craig Silverman, ed., *Manual de verificación para la desinformación y la manipulación de los medios* (Centro Europeo de Periodismo - sin fecha), <https://datajournalism.com/read/handbook/verification-3/>.

<sup>12</sup> El proyecto Beacon, "Manual de monitoreo de medios" (Instituto Republicano Internacional, agosto de 2021), <https://www.data-iribeaconproject.org/handbook/>.

<sup>13</sup> CrowdTangle (Facebook, sin fecha.), <https://www.crowdtangle.com>.

## Desarrollar un flujo de trabajo

Al realizar un seguimiento de la manipulación de información, deberá desarrollar estrategias de seguimiento tanto a corto como a largo plazo. Al desarrollar un flujo de trabajo, debe considerar:

- **¿Cuáles son sus metas u objetivos principales?** ¿Está tratando de reducir el impacto de la desinformación mediante narrativas de verificación de hechos? ¿O está tratando de generar responsabilidad en torno a los actores malignos que participan en la desinformación? Sus objetivos moldearán directamente el alcance de su monitoreo, así como los tipos de herramientas y socios con los que trabaja.
- **¿Cuál es el alcance de su seguimiento?** Determinar el alcance implica hacer preguntas como:
  - ¿Cuál es la penetración de Internet en su país? ¿Serán las redes sociales una fuente de información durante las elecciones?
  - ¿Qué plataformas están dentro del alcance de la supervisión?
  - ¿Cuáles son las mayores amenazas a la integridad electoral en lo que respecta a la desinformación?
  - ¿Quiénes son los actores potenciales involucrados en la manipulación de información?
  - ¿Qué temas relacionados con las elecciones se consideran dentro del alcance de su monitoreo, en qué idiomas trabajará y qué temas estarán fuera del alcance de sus investigaciones?
- **¿Qué herramientas utilizará** para ayudarlo con la identificación y el seguimiento?
- Al recopilar datos sobre la manipulación de influencia a través de medios digitales, impresos o de transmisión, **¿cómo se recopilarán, etiquetarán y almacenarán los datos para que usted y su organización tengan más acceso al análisis y la clasificación?** El proceso de seguimiento y monitoreo de las campañas de influencia puede llevar semanas o incluso meses, y establecer un sistema que permita la recopilación a lo largo del tiempo será fundamental para su éxito.

- **¿Quién será responsable de monitorear el ecosistema de información?** ¿Cómo trabajarán y cómo serán capacitados para tener un enfoque consistente en la identificación de la manipulación de influencias en línea?
- ¿Hay ciertos períodos de tiempo que requerirán que usted y su **organización incrementen las actividades de monitoreo**, como antes de una elección o un referéndum político importante?

Para obtener más recursos sobre cómo desarrollar su flujo de trabajo y pensar en el alcance de sus procesos de identificación, consulte la [Guía de la Unión Europea para la sociedad civil sobre el seguimiento de las redes sociales durante las elecciones](https://democracy-reporting.org/wp-content/uploads/2019/10/social-media-DEF.pdf).<sup>14</sup>

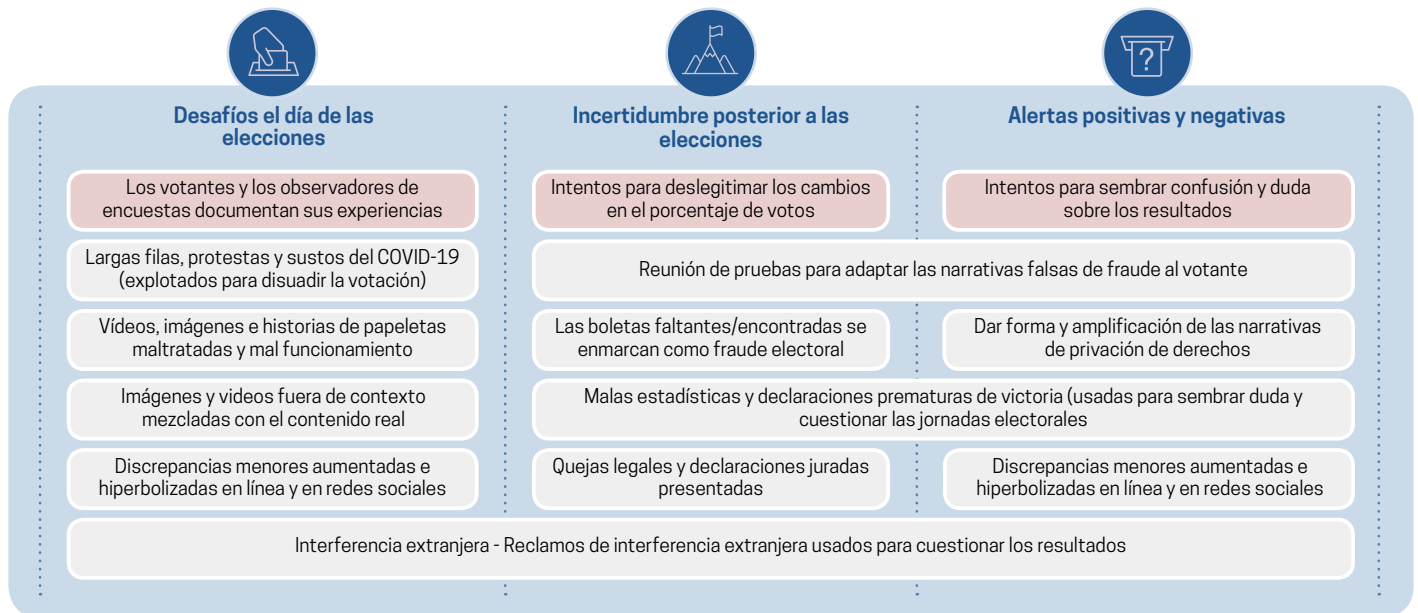
<sup>14</sup> *Guía de la Unión Europea para la sociedad civil sobre el seguimiento de las redes sociales durante las elecciones* (Unión Europea, Agosto 2019), <https://democracy-reporting.org/wp-content/uploads/2019/10/social-media-DEF.pdf>

## Paso 2 Responder

En este manual, responder significa reaccionar rápidamente a la actividad en línea dañina relacionada con las elecciones. No importa cuán fuertes sean sus defensas y el énfasis en la prevención, la realidad es que aquellos que defienden la integridad de la información siempre estarán poniéndose al día. Como tal, es fundamental centrarse adicionalmente en la identificación

y la respuesta para actuar con rapidez y eficacia contra la manipulación de información relacionada con las elecciones una vez que se produce. Este capítulo cubrirá las respuestas, incluida la presentación de informes a los órganos de gestión electoral (OGE), agencias gubernamentales, fuerzas del orden y plataformas de redes sociales; comunicaciones estratégicas; comprobación de hechos; y silencio estratégico.

**Figura 1. Qué esperar: desafíos para el día de las elecciones y más allá**



**Fuente:** Modelo adaptado de "Qué esperar la noche de las elecciones y los días posteriores" de la Alianza para la Integridad Electoral. El gráfico inicial abordó un estudio de caso de EE. UU., que hemos adaptado para aplicar en un contexto global.<sup>15</sup>

## Reportes

La manipulación de información se puede informar a los organismos de gestión de elecciones (OGE), agencias gubernamentales, fuerzas del orden, plataformas de redes sociales, organizaciones internacionales no gubernamentales (ONGI), organizaciones de verificación de datos u organizaciones que representan el área temática o la comunidad objetivo.

Cada entidad tiene roles diferentes, y a veces superpuestos, en la respuesta a la manipulación de información. Las plataformas de redes sociales pueden investigar y tomar medidas para reducir la difusión de información errónea y el discurso de odio; los gobiernos y las comisiones electorales pueden crear marcos

legales que limiten la capacidad de los actores malignos para participar en la manipulación de información, así como lanzar campañas de información para compartir información precisa o desacreditar información inexacta; las organizaciones de verificación de datos pueden investigar la veracidad de una afirmación y desacreditar públicamente la manipulación de información; Las ONG internacionales pueden trabajar con socios locales para garantizar que las preocupaciones se tomen en serio y que exista la capacidad para abordar la situación; y las organizaciones que trabajan en áreas problemáticas o con comunidades objetivo pueden tomar medidas para proteger a sus comunidades y / o contribuir a desacreditar los esfuerzos. Los esfuerzos más efectivos para informar probablemente

<sup>15</sup> Kate Starbird et al., "Incertidumbre y desinformación: qué esperar la noche de las elecciones y los días posteriores" (Election Integrity Partnership / Alianza para la Integridad Electoral, 26 de octubre de 2020), <https://www.eipartnership.net/news/what-to-expect>.

involucrarán la participación de varios socios diferentes sobre la base del contexto local y los detalles de la manipulación de información observada. Tenga en cuenta que responder a la manipulación de información es un desafío para que las OSC, los OGE o los activistas se acerquen solos; Los gobiernos y las empresas de tecnología también deben dar un paso al frente para hacer frente a los desafíos.

Esta sección lo ayudará a comprender quién desempeña qué función, cómo denunciar la manipulación de información de manera más eficaz y qué puede esperar una vez que realice la denuncia. Es importante comprender que la orientación que brindamos puede no funcionar para todos los tipos de actores o entornos de información. Al elegir las mejores tácticas a seguir, debe considerar el contexto de su país, los tipos de relaciones o socios que ya tiene y la misión, las habilidades técnicas y la experiencia de su grupo. Por ejemplo, no todos los grupos tendrán las habilidades para realizar una verificación de datos o podrán informar sobre la manipulación de información a un gobierno que es en sí mismo la fuente de la manipulación.

Después de seguir las sugerencias del Paso 1: Identificar, ahora debe considerar los objetivos que le gustaría lograr al informar sobre la manipulación de información.

- ¿Se ha eliminado el contenido?
- ¿Se han prohibido los usuarios o las páginas?
- ¿Impulsar una investigación sobre el comportamiento no auténtico coordinado u otras violaciones de los términos de servicio de la plataforma?
- ¿Atraer más atención y conciencia sobre un evento, tendencia o actor de amenaza específico?
- ¿Aboga por que el gobierno y las plataformas de redes sociales tomen medidas preventivas?

Una vez que considere las preguntas anteriores, podrá seleccionar mejor qué entidades son las más apropiadas para reportar la manipulación de información observada. Puede informar un problema o una infracción similar a varias entidades a la vez. Hemos agrupado entidades potenciales en tres categorías generales:



### Gobierno

Compruebe si su gobierno, la comisión electoral u otras agencias cibernéticas o de información tienen un sistema de notificación de errores o desinformación. En caso afirmativo, debería considerar informarles sobre el contenido infractor basándose en la consideración de una serie de factores (consulte la página 18).



### Plataformas de redes sociales

Si el contenido o comportamiento infringe las políticas y los términos de la plataforma de redes sociales alojada, puede informar el contenido a la plataforma correspondiente (consulte la página 22).



### Verificadores de hechos

Considere compartir información errónea / desinformación observada con grupos de verificación de hechos en su país o región (consulte la página 36).

## Presentación de informes a los órganos de gestión de las elecciones, las agencias gubernamentales y las fuerzas del orden

La mayoría de los países democráticos tienen un Órgano de Gestión de Elecciones (OGE), una Comisión de Elecciones, un Consejo de Elecciones o una Junta de Elecciones<sup>16</sup> que supervisa la implementación del proceso electoral, así como agencias gubernamentales y fuerzas del orden que ayudan a mantener las regulaciones relacionadas con las elecciones de cualquier país.

<sup>16</sup> Los nombres formales varían según el país y sus modelos electorales pueden ser independientes, mixtos, judiciales o ejecutivos, pero usaremos el término Órgano de Gestión Electoral (OGE) en este manual.

Muchos OGE no cuentan con recursos, estructuras o mecanismos para abordar la manipulación de información relacionada con las elecciones o para protegerse a sí mismos y a las elecciones del país de las narrativas de manipulación de la información electoral. Para aquellos que lo hacen, muy pocos tienen mecanismos de denuncia creados para que los ciudadanos denuncien la manipulación de información relacionada con las elecciones observada en línea.<sup>17</sup> Además, los OGE generalmente no tienen el mandato de desarrollar regulaciones rigurosas en torno a las campañas en línea ni la capacidad de hacer cumplir las regulaciones existentes. Sin embargo, algunos OGE han creado desincentivos para disuadir a los actores malignos de participar en la manipulación de información electoral al establecer códigos de conducta de campaña y colaborar con plataformas de redes sociales para regular el comportamiento de los partidos políticos y los candidatos electorales.

Si desea que su OGE explore soluciones para desincentivar la manipulación de información electoral o cree códigos de conducta, debe abogar directamente ante su OGE. Sin embargo, tenga en cuenta que algunos OGE no son organismos

independientes, por lo que es posible que no sean imparciales en las estructuras y políticas que promulgan o en las acciones que toman contra los infractores.

Además, algunos gobiernos han creado agencias para combatir ciberataques y otras amenazas digitales, algunas de las cuales también funcionan para salvaguardar la infraestructura electoral, por ejemplo, la Agencia de Seguridad de Infraestructura y Ciberseguridad de los Estados Unidos (CISA - *Cybersecurity and Infrastructure Security Agency* por sus siglas en inglés) y la Agencia Nacional de Cifrado Cibernético de Indonesia (BSSN). Verifique si este tipo de agencias existen en su país y si han establecido mecanismos de denuncia ciudadana para la manipulación de información relacionada con las elecciones. Si no es así, considere abogar por sus funcionarios gubernamentales electos para que los implementen. Revise la [sección<sup>20</sup>](#) sobre la incidencia hacia los gobiernos de la Guía de lucha contra la desinformación de la CEPPS para obtener orientación y ejemplos de cómo una OSC podría abogar por que su gobierno actúe. Es importante tener en cuenta que los regímenes autoritarios con frecuencia han tomado medidas enérgicas contra la libertad de



### Recursos disponibles para los OGE

La Fundación Internacional para Sistemas Electorales (IFES - International Foundation for Electoral Systems por sus siglas en inglés) tiene una serie de recursos y programas diseñados para ayudar a las comisiones electorales o los órganos de gestión a prevenir y responder eficazmente a la manipulación de información. Si trabaja para un OGE o le gustaría obtener más información sobre el

papel que pueden desempeñar los OGE en la respuesta a la manipulación de información relacionada con las elecciones, consulte la sección de la Guía de lucha contra la desinformación del Consorcio para el Fortalecimiento de Elecciones y Procesos Políticos (CEPPS<sup>18</sup> - Consortium for Elections and Political Process Strengthening por sus siglas en inglés) en la [sección<sup>19</sup>](#) sobre enfoques de OGE para contrarrestar la desinformación .

<sup>17</sup> Por ejemplo, el sitio web de la Comisión Electoral Central de Israel proporciona números de contacto para las líneas directas de la policía y el Centro Nacional de Incidentes Cibernéticos y Seguridad de la Información para que los ciudadanos denuncien intentos de manipular a los votantes a través de perfiles falsos y similares, en lugar de manejar e investigar las violaciones en sí.

<sup>18</sup> Establecida en 1995, CEPPS reúne la experiencia de tres organizaciones internacionales dedicadas al desarrollo democrático: la Fundación Internacional para Sistemas Electorales (IFES), el Instituto Republicano Internacional (IRI) y el Instituto Nacional Demócrata (NDI). CEPPS tiene un historial de 25 años de colaboración y liderazgo en democracia, derechos humanos y apoyo a la gobernabilidad, aprendiendo de la experiencia y adoptando nuevos enfoques y herramientas basados en el panorama tecnológico en constante evolución. Los grupos operan como un consorcio para brindar a USAID y otros donantes la capacidad de entregar programas complejos de democracia, derechos y gobernabilidad (GRD) a escala en todo el espectro de contextos políticos y regiones geográficas.

<sup>19</sup> USAID y el Instituto Nacional Demócrata, "Enfoques de los órganos de gestión electoral para contrarrestar la desinformación" en la lucha contra la desinformación: una guía para promover la integridad de la información, (Consortio para el fortalecimiento de los procesos electorales y políticos, 2021), <https://counteringdisinformation.org/topics/embs/0-overview-emb-approaches>.

<sup>20</sup> USAID y el instituto nacional democrático, "Construyendo la capacidad de la sociedad civil para mitigar y contrarrestar la desinformación" en la lucha contra la desinformación: una guía para promover la integridad de la información, (Consortio para el Fortalecimiento de los Procesos Electorales y Políticos, 2021), <https://counteringdisinformation.org/topics/csos/5-advocacy-toward-governments>.

expresión a través de agencias y legislación de ciberseguridad recientemente desarrolladas, utilizando leyes que identifican el contenido de la oposición como "noticias falsas o desinformación" dañinas."

Si usted o su organización trabajan en campañas electorales, deben considerar cuidadosamente los marcos legales, la aplicación de la ley, los organismos de supervisión independientes y otras agencias reguladoras que están o podrían estar involucradas en las redes sociales y el espacio de información más amplio. En ciertos casos, las agencias de policía locales o federales tienen equipos dedicados específicamente a hacer cumplir las leyes en línea. Cuando son intermediarios honestos y se puede confiar en ellos, estos cuerpos policiales forman avenidas viables para informar y supervisar campañas dañinas. El sistema judicial también puede desempeñar un papel en la gobernanza del espacio en línea y puede ordenar medidas para detener la difusión de la manipulación de información en línea.

Los órganos de supervisión independientes pueden ser una agencia anticorrupción, un organismo de supervisión del financiamiento político o un organismo de supervisión de los medios de comunicación. En la sección legal y regulatoria<sup>21</sup> antes mencionada de la Guía de lucha contra la desinformación de la CEPPS, se describen con más detalle cuatro tipos de enfoques reglamentarios que abordan tanto las plataformas como los actores nacionales, incluidas las medidas para restringir el contenido y los comportamientos en línea y promover la transparencia, la equidad y la información democrática durante las campañas y elecciones. Todas estas son vías potenciales que pueden presentar focos útiles para la promoción de políticas,

que se exploran con más detalle en la Guía, pero que deben considerarse cuidadosamente para cada contexto nacional dado. En otras circunstancias, particularmente cuando el gobierno no respeta las normas democráticas o se ve comprometido de alguna otra manera, los organismos encargados de hacer cumplir la ley o reguladores a menudo pueden desempeñar un papel activamente dañino, desarrollando y aplicando leyes que limitan el discurso político legítimo en nombre de la lucha contra la manipulación de información. Es más problemático y a menudo contraproducente informar a esos actores.

Los países que en general son libres (consulte el recuadro Herramientas para evaluar la apertura de un gobierno) pueden crear marcos legales para informar y responder a la manipulación de información de manera que protejan y abran el espacio para el discurso democrático, al mismo tiempo que se protegen contra la manipulación de información. Si un país no es libre o parcialmente libre, debe proceder con precaución al interactuar con organizaciones reguladoras, judiciales u otras organizaciones gubernamentales. En todos los niveles de libertad, los órganos de supervisión de un país pueden ser débiles o ineficaces en este ámbito, incluso en democracias fuertes. Debe evaluar estos organismos y las regulaciones de la encuesta con cuidado, y potencialmente involucrar a expertos y revisar los recursos sobre su eficacia, confiabilidad y ambición.

<sup>21</sup> USAID y el instituto nacional democrático, "Construyendo la capacidad de la sociedad civil para mitigar y contrarrestar la desinformación" en la lucha contra la desinformación: una guía para promover la integridad de la información, (Consortio para el Fortalecimiento de los Procesos Electorales y Políticos, 2021), <https://counteringdisinformation.org/topics/csos/5-advocacy-toward-governments/>



### Herramientas para evaluar la apertura de un

Una medida de la postura política de un gobierno es el Índice mundial Freedom del Freedom House,<sup>22</sup> que mide **si un país es libre, parcialmente libre o no libre** en función de factores como los derechos políticos y las libertades civiles. El índice Freedom de la red de Freedom House<sup>23</sup> examina las regulaciones de un gobierno relacionadas con Internet, junto con varios otros factores, ya que evalúa cuán abierta o cerrada es la Internet nacional de un país, así como la estructura de las agencias gubernamentales que la regulan y las leyes pertinentes. Asigna a cada país una puntuación que ayuda a clasificar los países en función de una serie de factores, referencias y detalles

adicionales que deben revisarse como un componente de una evaluación del espacio de información y el marco legal. Estas clasificaciones se actualizan anualmente, pero deben sopesarse con la situación actual en su país, ya que puede cambiar rápidamente. Otra medida es el Varieties of Democracy (V-Dem) Institute,<sup>24</sup> que ha establecido un conjunto de datos sólido y multidimensional que da cuenta de los sistemas complejos de la democracia y permite a los usuarios evaluar cómo le ha ido a una democracia en particular a lo largo del tiempo. Estos representan solo tres métodos para medir la apertura y el respeto del estado de derecho de un país, pero comprender este componente es un paso inicial crítico.

Si el estado de derecho o la transparencia de estos órganos es bajo, se deben considerar otras opciones (detalladas a continuación). Para obtener orientación adicional sobre cómo informar a los organismos encargados de hacer cumplir la ley, consulte la sección de la Guía de lucha contra la desinformación de la CEPPS sobre marcos legales y aplicación - CEPPS Countering Disinformation Guide's section on Legal Frameworks and Enforcement.<sup>25</sup>

Mientras busca denunciar la manipulación de información relacionada con las elecciones a agencias gubernamentales, comisiones electorales y otros organismos encargados de hacer cumplir la ley, algunos factores críticos a considerar son:

- Confía en que estas agencias actuarán **de manera imparcial**?
- ¿Tiene su gobierno la **capacidad y las capacidades** para tomar medidas sobre el contenido informado?
- ¿Su agencia gubernamental **ha tomado alguna medida** al recibir informes de contenido en línea dañino que han llevado a la eliminación de esas publicaciones?

- ¿Su gobierno regula el **discurso en línea** o tiene leyes contra las campañas de difamación, ataques de carácter y campañas de manipulación de información previas a las elecciones? ¿Se utilizarían esas leyes contra las voces de la oposición y los partidos políticos que se postulan para las elecciones?
- ¿Cuál es la **postura política** general del gobierno? ¿Es generalmente abierto y democrático, o tiende a ser autoritario?
- ¿Tiene su gobierno **un historial de reprimir las voces y críticas de la oposición**, especialmente antes de las elecciones?
- ¿Existen agencias gubernamentales que sean ellas mismas **agentes de manipulación de información** (tanto nacionales como extranjeras)?

Para obtener una lista completa de ejemplos de acciones tomadas por gobiernos de todo el mundo para defenderse de la desinformación, incluidos los esfuerzos que van desde los

<sup>22</sup> "Índice de Libertad en el Mundo" (Freedom House, 2021), <https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2021/democracy-under-siege/countries-and-regions>.

<sup>23</sup> "Índice de Libertad en la red" (Freedom House, 2021), <https://freedomhouse.org/countries/freedom-net/scores>.

<sup>24</sup> "V-Dem: estándares globales, conocimiento local" (Variedades de la democracia, s.f.), <https://www.v-dem.net/en/>.

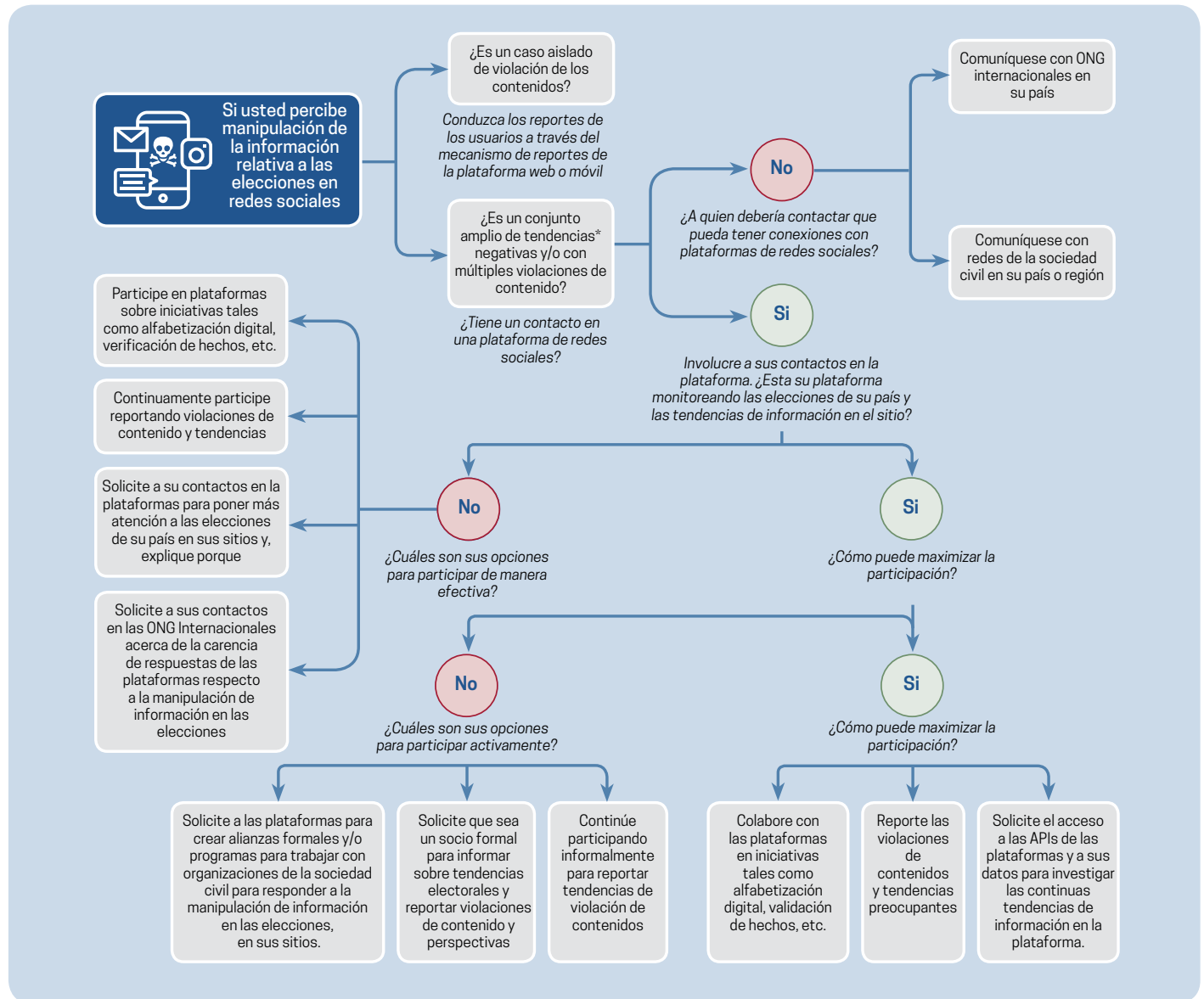
<sup>25</sup> USAID y el Instituto Nacional Demócrata, "Respuestas legales y regulatorias a la desinformación" en la lucha contra la desinformación: una guía para promover la integridad de información. <https://counteringdisinformation.org/topics/legal/6-enforcement#EnforcementMandate>.



intentos legítimos de los gobiernos democráticos para garantizar la integridad de la información, hasta los esfuerzos de los regímenes autoritarios para censurar el discurso que no les gusta,

visite la Guía de Poynter para Acciones contra la desinformación en todo el mundo - [Guide to Anti-Misinformation Actions Around the World](#).<sup>26</sup>

## Reportes a las plataformas de redes sociales



\* Si es un individuo o un grupo que realiza el monitoreo de redes sociales para identificar y reportar tendencias de manipulación de información, consulte la página 16 para obtener instrucciones detalladas sobre estrategias de monitoreo a corto y largo plazo. Para obtener una guía más específica sobre el uso de los datos de CrowdTangle de Facebook para identificar tendencias, consulte el recurso de First Draft [aquí](#).<sup>27</sup>

<sup>26</sup> Daniel Funke and Daniela Flaminio, "Una guía para las acciones contra la desinformación en todo el mundo," (Poynter, April 13, 2021), <https://www.poynter.org/ifcn/anti-misinformation-actions/>.

<sup>27</sup> Carlotta Dotto, "Cómo analizar los datos de Facebook en busca de tendencias y narrativas de información errónea." (Primer borrador, 7 de mayo de 2020), <https://firstdraftnews.org/articles/how-to-analyze-facebook-data-for-misinformation-trends-and-narratives/>.

Las plataformas de redes sociales y los servidores web en línea rastrean y responden a la manipulación de información a través de una variedad de mecanismos: informes de usuarios, asociaciones con la sociedad civil para identificar tendencias y riesgos locales, interacción con expertos, inteligencia de amenazas interna y externa y análisis forense digital, coordinación entre industrias y participación con organizaciones gubernamentales. Dependiendo del tipo de organización que sea y de lo que desee comunicar a las plataformas, algunas de estas opciones serán más relevantes para usted y otras menos.



**Consejo: No considere a los reportes a las plataformas de redes sociales su único enfoque**







Tenga en cuenta que informar sobre la infracción de contenido a las plataformas de redes sociales es un paso necesario pero insuficiente. Es poco probable que las plataformas respondan a los informes de los usuarios de manera oportuna, y pueden tomar días o semanas para responder. Es posible que el contenido que encuentre que amenaza la integridad electoral no esté en contra de la política de una plataforma o los estándares de la comunidad y se puede dejar de lado. A menudo, las plataformas tampoco están preparadas para manejar el entorno de información electoral de un país en sus sitios o no comprenden el espacio de información local y las amenazas. Por lo tanto, informar a las plataformas no debe ser su único paso y debe tomarse junto con nuestras otras acciones recomendadas. Las plataformas de redes sociales están evolucionando rápidamente y requieren que todos aquellos que trabajan para mejorar la integridad de la información electoral monitoreen constantemente y, en algunos casos, aboguen por cambios de productos y políticas y ajusten sus estrategias al interactuar con las plataformas.

Los métodos que adoptan las plataformas para manejar los informes sobre manipulación de información, contrarrestar la desinformación, moderar el contenido y colaborar interna y externamente varían ampliamente y dependen de dónde se fundó la empresa, cuánto tiempo ha estado operando, sus finanzas y sus relaciones con los actores externos y los gobiernos, entre otras consideraciones.

## Reportes de los usuarios

Los reportes de los usuarios son la forma más accesible de plantear inquietudes sobre piezas específicas de contenido que violan las políticas de la plataforma de redes sociales en la que se comparte el contenido. Los reportes de los usuarios suelen ser tan simples como marcar un contenido específico dentro de la plataforma y dar una explicación de por qué es dañino. Tenga en cuenta que los reportes de los usuarios suelen ser revisados por sistemas automatizados, moderadores de contenido humano y, en raras ocasiones, otras unidades dentro de una empresa, en función de si violan las normas o políticas existentes de la empresa. Con frecuencia, esos procesos adolecen de una falta de contexto social o político y de conocimiento de los idiomas locales. Los informes de los usuarios no son una forma eficaz de llamar la atención sobre las tendencias preocupantes o sobre una campaña de manipulación de información a gran escala. Sin embargo, es eficaz para eliminar partes individuales de contenido o cuentas de redes sociales que claramente violan las políticas de la plataforma. Para obtener más detalles sobre las políticas de la comunidad de cada plataforma y las pautas sobre cómo se define el contenido denunciado y otras intervenciones de la plataforma específicas de las elecciones, consulte el Apéndice B en la página 60.

La siguiente tabla proporciona orientación sobre los procesos de presentación de informes de las plataformas clave. Enumeramos las principales plataformas de redes sociales aquí debido a su gran cantidad de usuarios y alcance global.

Plataforma	Cómo reportar
Facebook 	<p>Si identifica contenido y / o cuentas en Facebook que sospecha que están difundiendo contenido dañino antes de las elecciones, siga los enlaces a continuación.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Marcar una publicación de Facebook como noticia falsa<sup>28</sup></li> <li>● Cómo reportar sobre situaciones<sup>29</sup></li> </ul> <p>Las apelaciones pueden remitirse a la Junta de Supervisión. Consulte el recuadro de la Junta de supervisión de Facebook en la página 26.</p>
Instagram 	<p>Para enviar informes de información errónea / desinformación dañina en torno a las elecciones, vaya a la página <a href="#">Reducción de la difusión de información falsa en Instagram - Reducir la difusión de información falsa en Instagram</a>.<sup>30</sup></p>
Google 	<p>Los diferentes productos de Google tienen condiciones de servicio individuales que contienen restricciones sobre el contenido y el comportamiento engañoso y que incita al odio, y los procesos de Google para informar sobre desinformación o información errónea y otro contenido dañino en su plataforma también son específicos del producto. Sin embargo, la Búsqueda de Google es más relevante en el caso de este manual. La herramienta para solicitar la eliminación de información de la Búsqueda de Google se puede encontrar en <a href="#">esta página</a>.<sup>31</sup></p>
Snapchat 	<p>Para presentar un informe de sospecha de información errónea o desinformación relacionada con las elecciones y otro contenido dañino, utilice la <a href="#">función de función de informes en la aplicación</a><sup>32</sup> o complete este <a href="#">formulario</a><sup>33</sup> en su sitio web.</p>
TikTok 	<p>Para denunciar un video, comentario, usuario, hashtag, etc., sospechoso de desinformación / error u otro contenido dañino, consulte las instrucciones detalladas en el sitio <a href="#">Reportar un problema de TikTok</a>.<sup>34</sup></p>
Twitter 	<p>Para denunciar tweets, listas y mensajes directos que sospecha que están difundiendo contenido dañino sobre las elecciones de su país, siga las instrucciones <a href="#">aquí</a>.<sup>35</sup> Twitter define el contenido dañino según sus <a href="#">Reglas Twitter</a><sup>36</sup> que pueden ayudarlo a comprender qué está fuera de los límites y sobre lo que se puede informar según sus definiciones.</p>

<sup>28</sup> Centro de ayuda de Facebook, "¿Cómo puedo marcar una publicación de Facebook como noticia falsa?" (Facebook, sin fecha), <https://www.facebook.com/help/572838089565953>.

<sup>29</sup> Centro de ayuda de Facebook, "Cómo informar cosas" (Facebook, sin fecha), <https://www.facebook.com/help/1380418588640631>.

<sup>30</sup> Centro de ayuda de Instagram, "Reducir la difusión de información falsa en Instagram" (Instagram, sin fecha), <https://help.instagram.com/1735798276553028>.

<sup>31</sup> Soporte de Google, "Eliminación de contenido de Google" (Google, sin fecha), <https://support.google.com/legal/troubleshooter/1114905>.



<sup>32</sup> Soporte de Snapchat, "Informar abuso en Snapchat" (Snapchat, sin fecha), <https://support.snapchat.com/en-US/a/report-abuse-in-app>.

<sup>33</sup> Soporte de Snapchat, "Contáctenos" (Snapchat, sin fecha), <https://support.snapchat.com/en-US/i-need-help>.

<sup>34</sup> Soporte de TikTok, "Reportar un problema" (TikTok, sin fecha), <https://support.tiktok.com/en/safety-hc/report-a-problem>.

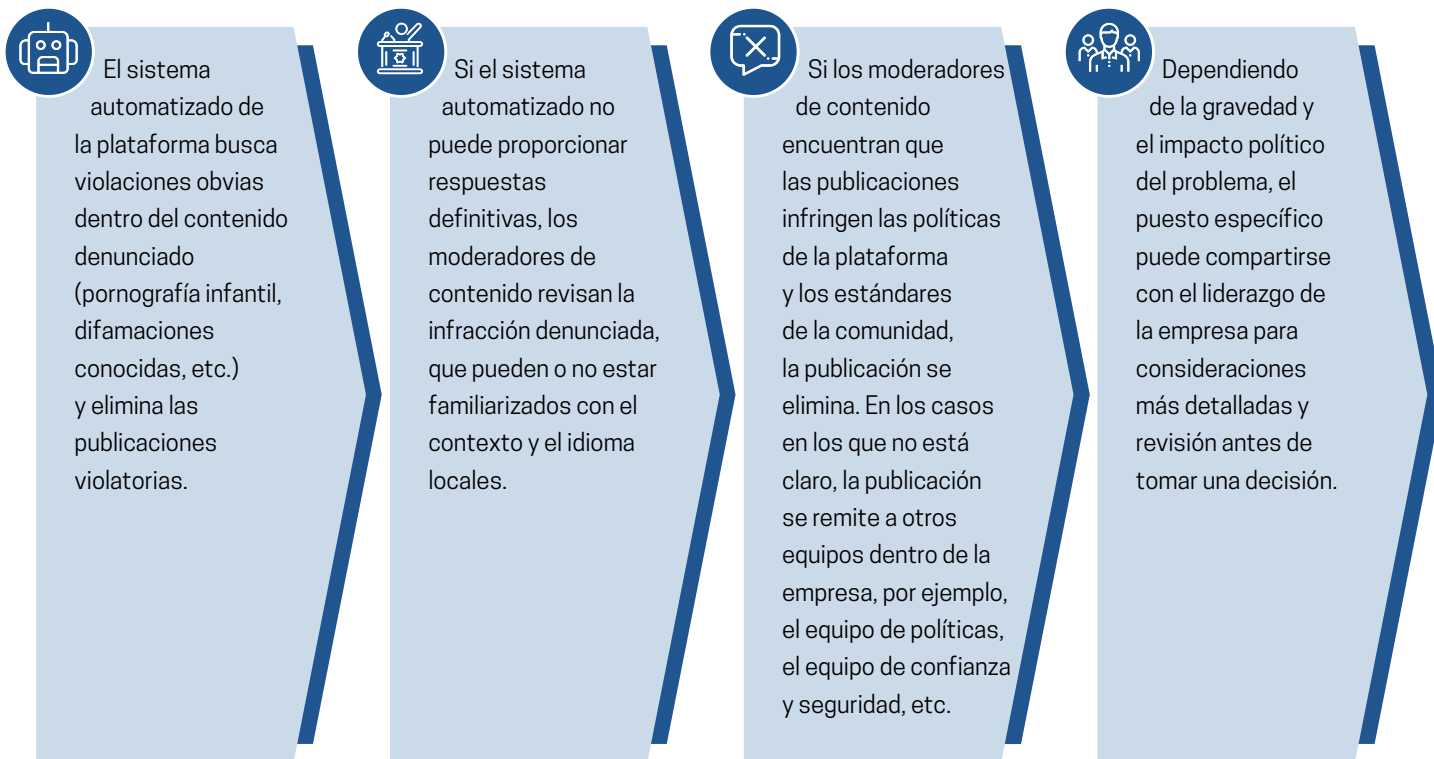
<sup>35</sup> Centro de ayuda de Twitter, "Informar un tweet, lista o mensaje directo" (Twitter, sin fecha), <https://help.twitter.com/en/safety-and-security/report-a-tweet>.

<sup>36</sup> Centro de ayuda de Twitter, "Las reglas de Twitter" (Twitter, sin fecha), <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/twitter-rules>.

Plataforma	Cómo reportar
YouTube 	Para reportar información errónea / desinformación y otro contenido dañino que aparece en YouTube a través de sus videos, lista de reproducción, miniatura, comentario, canal, etc., use su mecanismo en la plataforma que se puede encontrar en la página de reporte de contenido inapropiado - <a href="#">clic aquí</a> . <sup>37</sup> - de reporte de contenido inapropiado.
WhatsApp 	Para informar contenido dañino a WhatsApp, siga las instrucciones <a href="#">aquí</a> <sup>38</sup> Tenga en cuenta que WhatsApp es una aplicación de mensajería cerrada y encriptada, por lo que monitorear el contenido de esta aplicación es diferente de las otras plataformas de redes sociales mencionadas anteriormente.

Además de información presentada en la tabla anterior, también puede encontrar las instrucciones detalladas Mozilla Foundation's - [instrucciones detalladas](#)<sup>39</sup> - sobre informes en la aplicación. Tenga en cuenta que el tiempo de respuesta y los procesos de

investigación difieren según la plataforma. Normalmente, después de que un usuario de la plataforma informa sobre la infracción de contenido a través del sistema en línea de la plataforma, **el proceso de revisión fluye de la siguiente manera:**



<sup>37</sup> Centro de ayuda de YouTube, "Informar contenido inapropiado" (YouTube, sin fecha), <https://support.google.com/youtube/answer/2802027>.

<sup>38</sup> Centro de ayuda de WhatsApp, "Cómo mantenerse seguro en WhatsApp" (WhatsApp, sin fecha), <https://faq.whatsapp.com/general/security-and-privacy/staying-safe-on-whatsapp>.

<sup>39</sup> Audrey Hingle, "Misinfo Monday: como reportar información errónea sobre elecciones" (Mozilla, 12 de octubre de 2020), <https://foundation.mozilla.org/en/blog/misinfo-monday-how-report-election-misinformation/>.



### Junta de supervisión de Facebook

Facebook creó la Junta de Supervisión - Junta de Supervisión para ayudarlo a responder algunas de las preguntas más difíciles sobre la libertad de expresión en línea, qué eliminar, qué dejar y por qué.<sup>40</sup> La Junta de Supervisión también proporciona un proceso de apelación para que las personas cuestionen las decisiones de contenido en Facebook o Instagram. Si ya solicitó que Facebook o Instagram revisen una de sus decisiones de contenido y no está de acuerdo con la decisión final, puede apelar a la junta aquí.<sup>41</sup> No todos los casos presentados serán seleccionados para someterse al proceso de apelaciones, y el cronograma del proceso es bastante largo.

### Una tendencia creciente: manipulación de información en grupos cerrados y aplicaciones de mensajería cifrada

A medida que las plataformas actualizan sus políticas sobre manipulación de información y aumentan y mejoran sus esfuerzos de moderación y eliminación de contenido, los actores malignos están trasladando cada vez más sus esfuerzos de manipulación de información a sitios que son más difíciles de monitorear, específicamente grupos cerrados y aplicaciones de mensajería encriptada como Grupos de Facebook, WhatsApp, Telegram, Signal, LINE y WeChat. Muchas de estas aplicaciones están encriptadas y no existe una forma efectiva de monitorear o eliminar de manera proactiva la propagación de información maligna. Para contrarrestar formas dañinas de contenido como la desinformación, algunas aplicaciones tienen productos y políticas actualizados. Por ejemplo, WhatsApp estableció límites de reenvío de mensajes para ayudar a "frenar la propagación de rumores, mensajes virales y noticias falsas"<sup>42</sup> Los periodistas e investigadores han intentado informar desde aplicaciones de mensajería encriptadas uniéndose a grupos cerrados y estableciendo líneas de información para alentar al público a enviar contenido. Sin embargo, estos métodos también plantean muchos

desafíos para quienes intentan denunciar la infracción de contenido de aplicaciones de mensajería encriptada, en particular desafíos éticos.<sup>43</sup> Otros miembros de la sociedad civil han lanzado campañas de concienciación pública compartiendo información precisa en WhatsApp. El efecto de este tipo de campañas está por verse y los resultados son difíciles de medir. Sin embargo, ha habido algunos esfuerzos exitosos para combatir la manipulación de información en plataformas de mensajería cerradas. En Taiwán, una colaboración entre LINE y Cofacts permite que los voluntarios verifiquen los mensajes virales y los desacrediten en el chat sin intrusiones en la privacidad. En España, la organización de verificación de datos Maldita.es agregó un *chatbot* automatizado a su línea de sugerencias de WhatsApp existente en julio de 2020 para mejorar el tiempo de respuesta y crear una base de datos para rastrear las tendencias de desinformación. Línea de información de WhatsApp en julio de 2020 para mejorar el tiempo de respuesta y crear una base de datos para rastrear las tendencias de desinformación.<sup>44</sup>

<sup>40</sup> Junta de Supervisión, "Garantizar el respeto a la libre expresión, a través del juicio independiente" (Junta de supervisión de Facebook, sin fecha), <https://oversightboard.com>.

<sup>41</sup> Junta de supervisión, "Apelación de decisiones de contenido en Facebook o Instagram" (Junta de supervisión de Facebook, sin fecha), <https://oversightboard.com/appeals-process/>.

<sup>42</sup> Centro de ayuda de WhatsApp, "Acerca de los límites de reenvío" (WhatsApp, sin fecha), <https://faq.whatsapp.com/general/chats/about-forwarding-limits/>.

<sup>43</sup> Connie Moon Sehat, Tarunima Prabhakar y Aleksei Kaminski, Enfoques éticos para la investigación de mensajes cerrados: consideraciones en contextos democráticos (MisinfoCon y The Carter Center, 15 de marzo de 2021), <https://www.dropbox.com/s/rkchyrtdkn5buw9/FINAL-Ethical-Approaches-to%20Closed-Messaging-Research.pdf?dl=0>.

<sup>44</sup> Harrison Mantas, "WhatsApp puede ser una caja negra de información errónea, pero maldita puede haber abierto una ventana" (Poynter, 9 de junio de 2021), <https://www.poynter.org/fact-checking/2021/whatsapp-can-be-a-black-box-of-misinformation-but-maldita-may-have-opened-a-window/>.

If Si desea obtener más información sobre cómo monitorear e informar dentro de grupos cerrados y aplicaciones de mensajería, consulte el Manual de verificación del Centro Europeo de Periodismo - Manual de verificación<sup>45</sup> (específicamente el Capítulo 7), First Draft's Guía esencial sobre anuncios y aplicaciones de mensajería cerrada,<sup>46</sup> y el

resumen de políticas de *Brookings Institution* sobre la lucha contra la desinformación y la protección de la comunicación democrática en aplicaciones de mensajería cifrada en Contrarrestar la desinformación y proteger la comunicación democrática en aplicaciones de mensajería cifrada.<sup>47</sup>

## Otras formas de interactuar con las plataformas

### Interactuar con los equipos de la Plataforma

La mayoría de las plataformas tienen una variedad de equipos que pueden servir como puntos de contacto antes, durante y después de las elecciones. Esos equipos tienen una variedad de estructuras de incentivos, roles e intereses y, a veces, no se conocen entre sí. Algunos pueden tener su sede local, mientras que otros se basan en centros regionales o en la sede de la empresa. La siguiente tabla ofrece una descripción general amplia

de las funciones relacionadas con las elecciones y la manipulación de información que pueden existir en una empresa determinada. Tenga en cuenta que puede resultar difícil identificar al personal adecuado. Algunas de estas funciones pueden estar ocupadas por el mismo equipo o persona, y las plataformas más nuevas, incluso aquellas con una gran base de usuarios o un impacto en el espacio de información, pueden tener una presencia de campo, representantes de país o personal limitado en estas funciones.

Equipos de las plataformas	Roles
<b>Políticas públicas y relaciones gubernamentales</b>	Los equipos de políticas públicas y relaciones gubernamentales suelen ser responsables de colaborar con las agencias reguladoras y otros organismos gubernamentales. Su función predominante es garantizar un entorno regulatorio favorable para la plataforma. Las empresas suelen tener representantes de políticas públicas ubicados en las capitales de países que son mercados importantes. Los equipos de políticas públicas pueden ser buenos puntos de entrada para quienes intentan abordar la manipulación de información, pero debe tener en cuenta que tienen múltiples prioridades e incentivos en competencia, particularmente en los casos en que un gobierno nacional es un mal actor en el espacio de la información, y por lo tanto puede que no Siempre vean el manejo de la manipulación de información como algo consistente con su rol. Algunas empresas tienen equipos de alcance comunitario / asociaciones que se involucran específicamente con la sociedad civil, los grupos de defensa y el mundo académico.

<sup>45</sup> Silverman, *Manual de verificación para desinformación y manipulación de medios*.

<sup>46</sup> Carlotta Dotto, Rory Smith y Claire Wardle, "Grupos cerrados, aplicaciones de mensajería y anuncios en línea" (primer borrador, noviembre de 2019), [https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/11/Messaging\\_Apps\\_Digital\\_AW-1.pdf?x11129](https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/11/Messaging_Apps_Digital_AW-1.pdf?x11129).

<sup>47</sup> Jacob Gursky y Samuel Woolley. *Contrarrestar la desinformación y proteger la comunicación democrática en aplicaciones de mensajería cifrada* (Brookings Institution, junio de 2021), [https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2021/06/FP\\_20210611\\_encryption\\_gursky\\_woolley.pdf](https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2021/06/FP_20210611_encryption_gursky_woolley.pdf).

Equipos de las plataformas	Roles
<b>Política de contenido / Derechos humanos</b>	<p>Las plataformas de redes sociales establecidas que se han enfrentado a problemas importantes relacionados con el daño en línea generalmente tendrán una variedad de equipos trabajando para mitigar ese daño. Esos equipos supervisarán la creación de políticas que determinen qué está y qué no está permitido en la plataforma; desarrollar y rastrear políticas específicas relacionadas con los derechos humanos; y, a menudo, desarrollar asociaciones con la sociedad civil para ayudar a informar el enfoque de la empresa hacia el contenido y el comportamiento de los usuarios.</p> <p>Algunas plataformas tienen equipos dedicados explícitamente encargados de garantizar la integridad de las elecciones. En algunos casos, esos equipos están establecidos de forma permanente, pero en otros casos pueden establecerse de forma temporal para responder a una elección específica de importancia para la plataforma.</p>
<b>Moderadores de contenidos</b>	<p>Los moderadores de contenido, a menudo contratistas, no empleados dentro de la empresa, revisan el contenido informado por los usuarios y deciden si se alinea con las políticas de las plataformas y los estándares de la comunidad. Estos contratistas no tienen el alcance para cambiar los estándares de las plataformas.</p>
<b>Producto</b>	<p>Los equipos de productos son responsables de lanzar los productos de las plataformas y mejorar o cambiar los productos para evitar el abuso de la plataforma y limitar la propagación de desinformación / y los errores (es decir, limitar el reenvío de mensajes en WhatsApp, etc.).</p>
<b>Inteligencia de amenazas</b>	<p>Los investigadores que llevan a cabo investigaciones en profundidad sobre las amenazas que se manifiestan en una plataforma suelen observar comportamientos coordinados no auténticos o de otro tipo.</p>

Si aún no está en contacto con las plataformas relevantes para su espacio de información, la mayoría de las empresas de medios sociales globales han establecido alianzas con las principales ONGI (ONG Internacionales) o coaliciones, como Diseño 4 coalición por la democracia / Design 4 Democracy Coalition,<sup>48</sup> y otras redes de la sociedad civil locales o regionales, que pueden trabajar con usted para asegurarse de que se está comunicando con el mejor punto de contacto dentro de cada empresa.

<sup>48</sup> Diseño para la coalición democrática / Design for Democracy Coalition, <https://d4dcoalition.org>.



### Consejo: Introducción a la Coalición Design 4 Democracy

El Design 4 Democracy Coalition (D4D) liderada por NDI, IRI, IFES e International IDEA, es un grupo internacional de organizaciones de democracia y derechos humanos, de una colección diversa de regiones, ideologías políticas y antecedentes, que se compromete a garantizar que la industria de la tecnología adopta la democracia como un principio básico de diseño. Al desarrollar un foro de coordinación y apoyo dentro de la comunidad democrática en temas de tecnología, y al crear un canal institucional para la comunicación entre la comunidad

democrática, las organizaciones de la sociedad civil y la industria tecnológica, D4D está trabajando para fortalecer la democracia en la era digital. La Coalición podría servirle como un recurso útil; la información de contacto está disponible en el sitio web de D4D. La coalición D4D también desarrolló la herramienta TRACE Tool, un formulario que le permite solicitar acceso a capacitación o herramientas proporcionadas por los socios tecnológicos de D4D, o marcar problemas de contenido o perfil que deben abordarse a través de medios rápidos.<sup>49</sup>

## Participe en esfuerzos colaborativos entre industrias

La mayoría de las principales plataformas en línea han establecido procesos y programas para asociarse con la sociedad civil, los medios independientes y la academia en temas relacionados con la manipulación de información. Entre ellos se incluyen los mecanismos para comprender mejor el contexto local y los problemas lingüísticos; asociaciones formales con verificadores de datos, periodistas y la sociedad civil; y canales de escalada rápida para grupos selectos en situaciones de crisis. Los socios pueden proporcionar de manera preventiva conocimiento contextual y señalar áreas problemáticas y eventos potenciales que podrían estar sujetos a manipulación de información y causar violencia en la vida real. Esta contextualización permite a las plataformas tomar acciones inmediatas, ya sea eliminando

contenido o tomando acciones proactivas para modificar sus productos, políticas y recursos para evitar que la plataforma facilite la violencia o el comportamiento antidemocrático. Esta táctica es particularmente efectiva para las OSC, periodistas o activistas que son víctimas de desinformación y acoso patrocinados por el estado.

Estos mecanismos se adaptan continuamente y pueden estar activos o no en su país. Las ONGI detalladas en la sección anterior en la página xx pueden ayudarlo a navegar para identificar qué programas están activos en su país y cómo puede participar en esos programas. Puede encontrar ejemplos de iniciativas exitosas en el **Paso 3: Desarrolle la resiliencia** en la página 44.

## Cómo las empresas de redes sociales abordan la manipulación de información

Social Las plataformas de redes sociales generalmente prefieren no depender solo de los usuarios que informan sobre la difusión de información errónea o desinformación relacionada con las elecciones en sus plataformas. De acuerdo con la guía CEPPS Contra la desinformación,<sup>50</sup>

las plataformas han promulgado políticas, intervenciones de productos y medidas de cumplimiento para limitar la propagación de desinformación / desinformación. La mayoría de las plataformas también tienen algún tipo de herramientas de moderación de contenido; Puede

<sup>49</sup> Diseño para la coalición democrática / Design for Democracy Coalition, <https://d4dcoalition.org>; Design for Democracy Coalition, "Contáctenos" (D4D, sin fecha), <https://d4dcoalition.org/index.php/contact-us>; Design for Democracy Coalition, "D4D Trace Tool" (D4D, sin fecha.), <https://airtable.com/shrj1FWcXPVilOI5>

<sup>50</sup> USAID and National Democratic Institute, *Countering Disinformation: A Guide to Promoting Information Integrity*.



encontrar un inventario de estas herramientas en el Conjunto de herramientas para la sociedad civil - [Toolkit Kit de herramientas para el inventario de la sociedad civil y la moderación](#)<sup>51</sup> desarrollado por [Meedan](#).<sup>52</sup>

Las plataformas también limitan la propagación de información errónea o desinformativa relacionada con las elecciones a través del diseño y la implementación de características de productos e intervenciones técnicas o humanas. Esto depende en gran medida de la naturaleza y la funcionalidad de plataformas específicas: servicios de redes sociales tradicionales, plataformas para compartir imágenes y videos, aplicaciones de mensajería y motores de búsqueda. Tanto Twitter como Facebook

utilizan la [automatización](#)<sup>53</sup> para detectar ciertos tipos de desinformación o errores y hacer cumplir las políticas de contenido. De manera similar, las empresas emplean herramientas técnicas para ayudar en la detección de actividad no auténtica en sus plataformas y luego divulgan públicamente sus hallazgos en informes periódicos de transparencia que incluyen datos sobre eliminaciones de cuentas. Puede encontrar más detalles sobre los esfuerzos de los diferentes tipos de plataformas para limitar la propagación de información errónea / desinformación a través de las características del producto y la intervención técnica / humana en el Apéndice B en la página 60 o en la sección temática sobre plataformas de la [sección temática en las plataformas](#).<sup>54</sup>

## Comunicaciones estratégicas

Las comunicaciones en respuesta o en preparación para la manipulación de información relacionada con las elecciones generalmente se dividen en dos enfoques: proactivo y receptivo.

- **Comunicación proactiva:** este enfoque tiene como objetivo proporcionar información precisa, confiable, coherente y concisa sobre una elección antes de que surjan narrativas falsas, en un esfuerzo por crear un espacio de información confiable para los ciudadanos.
- **Comunicación receptiva:** este enfoque tiene como objetivo contrarrestar las narrativas falsas una vez que ya han ganado tracción, y con frecuencia implica identificar directamente una narrativa falsa y sus objetivos y responder a esas inexactitudes con la verdad (*consulte la sección Verificación de hechos en la página 36*).

Antes de desarrollar una campaña de comunicación estratégica, y antes de la elección en sí, tómese el tiempo para considerar la desinformación y la información omitida comunes y las narrativas falsas que inevitablemente surgen antes, durante y después de las elecciones, de modo que esté preparado con comunicaciones estratégicas positivas con mucha anticipación. Las campañas comunes de manipulación de información incluyen contenido que difunde confusión sobre los procedimientos de votación o procesos técnicos, como tiempos de votación falsos; contenido que pueda resultar en la supresión directa de votantes, como informar falsamente sobre entornos de votación inseguros o lugares de votación cerrados o ineficientes; y contenido que pueda deslegitimar la elección, como narrativas de fraude electoral generalizado, infraestructura de votación rota o teorías de conspiración a gran escala.<sup>55</sup>

<sup>51</sup> Kat Lo, Kit de herramientas para la sociedad civil y el inventario de moderación (Meedan, November 18, 2020), <https://meedan.com/reports/toolkit-for-civil-society-and-moderation-inventory/>

<sup>52</sup> Meedan, <https://meedan.com>.

<sup>53</sup> @Vijaya y Matt Derella, "Una actualización sobre nuestra estrategia de continuidad durante COVID-19", Twitter Company (blog) (Twitter, 1 de abril de 2020), [https://blog.twitter.com/en\\_us/topics/company/2020/An-update-on-our-continuity-strategy-during-COVID-19](https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2020/An-update-on-our-continuity-strategy-during-COVID-19).

<sup>54</sup> USAID e instituto democrático nacional, "Compromiso específico de la plataforma para la integridad de la información" en la lucha contra la desinformación: una guía para promover la integridad de la información, (Consortio para el fortalecimiento de procesos políticos y elecciones, 2021), <https://counteringdisinformation.org/node/2722/>.

<sup>55</sup> Asociación de integridad electoral, "Manual oficial de elecciones: Preparación para la desinformación del día de las elecciones" (20 de octubre de 2020), <https://www.eipartnership.net/news/how-to-prepare-for-election-day-misinformation#Common%20Narratives>.

Mientras considera las posibles narrativas falsas, comience a planificar y a aceptar narrativas y mensajes listos para usar y bien elaborados que se puedan implementar de manera sostenible y rápida durante las elecciones. Tenga en cuenta las mejores prácticas que se enumeran a continuación al planificar su campaña de comunicación estratégica para asegurarse de que los mensajes sean claros desde el principio y sigan siendo coherentes y fáciles de entender durante las elecciones.

- **Investigue detenidamente** a su audiencia y planifique su campaña.
  - ¿Quién es su (s) público (s)?
  - ¿Cuál es el propósito de su mensaje?
  - ¿Qué resonará con su audiencia? ¿Cómo puede crear mensajes inclusivos?
- **Defina claramente sus objetivos** de mensajería y sea coherente con ellos.
- **Cree contenido.** Concéntrese en mensajes que proporcionen pasos de acción para su audiencia. ¿Qué les estás pidiendo que hagan?
- **Seleccione las plataformas y tácticas** para compartir su contra-narrativa. Considere la accesibilidad y la inclusión en su elección de plataforma; diversificar los canales de comunicación para incluir aquellos que son accesibles en áreas de bajo ancho de banda; y utilizar gráficos, canciones, obras de teatro u otros métodos de comunicación innovadores para aquellos que no saben leer y escribir.
- **Evalúe el impacto.** Continúe investigando y controlando el diálogo mientras mantiene en mente sus objetivos de comunicación originales. Si las condiciones cambian, considere adaptar su mensaje para asegurarse de que se cumplan sus objetivos de comunicación originales.

Si bien no toda manipulación de información requiere una respuesta (*consulte la sección Silencio estratégico en la*

*página 38*), habrá una miríada de narrativas falsas que requieren atención a medida que ganan notoriedad e influencia públicas. Cualquier comunicación pública relacionada con la manipulación de información, ya sea de naturaleza proactiva o receptiva, debe defender la **veracidad, la franqueza, la imparcialidad y la precisión**.<sup>56</sup> Para comunicar sobre la desinformación de manera eficaz, debe abordar:

- **Puntualidad.** La velocidad es fundamental para contrarrestar la manipulación de información de manera eficaz; esto significa desarrollar protocolos para comunicaciones estratégicas que equilibren velocidad y precisión, con pautas claras sobre las aprobaciones necesarias y los pasos de comunicación. Cuanto más tiempo quede sin respuesta la desinformación, más probable será que sea eficaz.
- **Mensajería.** Todas las comunicaciones deben ser precisas, basadas en valores y lo suficientemente convincentes para competir (consulte ¿Por qué la desinformación se vuelve viral?). Su mensaje debe ser comprensivo con las inquietudes y seguir los protocolos de "lectura fácil" que se describen aquí.<sup>57</sup> Puede encontrar orientación adicional sobre el desarrollo de una campaña de mensajería convincente en el Kit de herramientas de Co/Act Toolkit.<sup>58</sup>
- **Evite la amplificación accidental.** Si las comunicaciones están contrarrestando directamente una falsedad, el mensaje debe enmarcarse de una manera que asegure la amplificación de la verdad en lugar de atraer accidentalmente más atención a la falsedad. Enmarcar una afirmación no probada entre dos verdades enfatiza mejor la información precisa en lugar de simplemente afirmarla.
- **Asociaciones / Redes.** A menudo, otros grupos o redes tienen los mismos intereses, y trabajar juntos aumenta la eficiencia y fortalece la credibilidad de la información cuando es compartida por múltiples fuentes. Considere asociarse con redes o personas influyentes existentes, aquellas con un gran número de seguidores que pueden llegar a grupos amplios de la población, para amplificar sus mensajes y construir puentes

<sup>56</sup> James Pamment et al., RESIST: Kit de herramientas de lucha contra la desinformación (Servicio de comunicación gubernamental, 2019), <https://3x7ip91ron4ju9ehf2unqrm1-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2020/03/RESIST-Counter-Disinformation-Toolkit.pdf>.

<sup>57</sup> Las personas primero, "Una guía para facilitar la lectura de la información" (Nueva Zelanda: Oficina de Recursos para Discapacitados, Ministerio de Desarrollo Social, sin fecha), <https://www.odi.govt.nz/guidance-and-resources/a-guide-to-making-easy-read-information/>.

<sup>58</sup> Co / Act, Diseño centrado en el ser humano para activistas (Co / Act, Instituto Nacional Democrático, sin fecha), [https://www.ndi.org/sites/default/files/Co\\_Act%20Toolkit.pdf](https://www.ndi.org/sites/default/files/Co_Act%20Toolkit.pdf).

con audiencias escépticas (vea aquí<sup>59</sup> un ejemplo del uso de personas influyentes en Finlandia para difundir información veraz sobre las elecciones).

### ¿Por qué la desinformación se vuelve viral?

Para comunicar más eficazmente las noticias falsas, es importante comprender cómo y por qué a menudo se difunden con tanta rapidez. En la era de las redes sociales, la medida en que la desinformación o la falta de información gana terreno suele estar vinculada a la respuesta emocional que la narrativa subyacente es capaz de evocar. Evocar emociones como disgusto, sorpresa, ira, miedo y desprecio puede jugar un papel vital en la rapidez con que se comparten las noticias. La desinformación a menudo se elabora de una manera que juega con esas emociones, capitalizando las vulnerabilidades en la forma en que formamos nuestras opiniones y exacerbando las divisiones y prejuicios existentes para alentar la emoción a abrumar la razón o la lógica. Usar humor, empatía, creatividad e imágenes o gráficos interesantes en sus comunicaciones puede ayudar a que los mensajes veraces compitan con la desinformación.

Muchos estudios han indicado que el mejor predictor de si las personas creerán un rumor es la cantidad de veces que se exponen a él.<sup>60</sup> Usando este mismo principio para promover noticias precisas, las campañas de comunicación deben enfatizar la repetición de un mensaje claro y enfocado para difundir la verdad de la manera más efectiva.<sup>61</sup> Enfocar las comunicaciones en compartir lo que el gobierno está haciendo para organizar y prepararse para las elecciones, refutando la desinformación / error, promoviendo la verdad y buscando desarrollar relaciones con audiencias y distritos electorales clave.

Dado el volumen típicamente alto de narrativas de desinformación que rodean las elecciones, y la capacidad frecuentemente limitada de los actores de la democracia, incluidos los OGEs, las OSCs e incluso los sitios de los medios de comunicación masiva, para dedicar recursos para abordar este desafío, concéntrese en contrarrestar los objetivos de las campañas de manipulación de información, que a menudo tienen como objetivo explotar las divisiones existentes o cambiar la opinión pública sobre un candidato o partido político, en lugar de contrarrestar las narrativas individuales. Los OGEs, las OSCs y otros actores de la democracia deben centrarse en estrategias de comunicación proactivas, dedicando recursos a promover la verdad en lugar de contrarrestar las falsedades.

En general, considere estos pasos al planificar sus comunicaciones:

1. Identifique **los hechos** clave relacionados con la elección que son más importantes para reafirmarlos continuamente como verdaderos — considere el quién, qué, dónde, cuándo y cómo de las elecciones — y use su mensaje para establecer hechos reales de base tanto como sea posible.
2. Decida sobre los **canales de información y los socios más confiables** para ayudar a transmitir el mensaje; Bríndeles mensajes claros junto con orientación para comunicar el mensaje.
3. A medida que comparte su mensaje con regularidad, continúe **monitoreando la cobertura de los medios**, incluidas las redes sociales, y establezca un ciclo de retroalimentación sobre cómo se recogen y responden sus mensajes.
4. **Modifique su mensaje** si las condiciones cambian (como un turno el día de las elecciones o estallidos de violencia) para demostrar capacidad de respuesta, pero asegúrese de mantener claros los objetivos de comunicación y la coherencia del mensaje.

<sup>59</sup> Jon Henley, "Finlandia alista a los influyentes sociales en la lucha contra el Covid-19", The Guardian, 1 de abril de 2020, <https://www.theguardian.com/world/2020/apr/01/finland-enlists-social-influencers-in-fight-against-covid-19>.

<sup>60</sup> Lisa Fazio, David Rand y Gordon Pennycook, "La repetición aumenta la verdad percibida igualmente para declaraciones plausibles e inverosímiles", *Psychonomic Bulletin & Review* 26, no.5 (octubre de 2019): 1705-1710, <https://doi.org/10.3758/s13423-019-01651-4>.

<sup>61</sup> Norbert Schwarz y Madeline Jalbert, "Cuando las Noticias (Falsas) se Sienten Verdaderas: Intuiciones de la Verdad y la Aceptación y Corrección de la Información Errónea", *la Psicología de las Noticias Falsas: Aceptar, Compartir y Corregir la Información Errónea*, ed. Rainer Greifeneder, Mariela E. Jaffé, Eryn Newman, and Norbert Schwarz (Routledge: August 14, 2020), <https://library.oapen.org/viewer/web/viewer.html?file=/bitstream/handle/20.500.12657/46921/9781000179033.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

## Factores clave que alimentan la infodemia

Ciudadanos que buscan información clara y definitiva en circunstancias cambiantes e inciertas

La información falsa y engañosa se difunde dentro de redes cerradas (aunque esta información no es necesariamente confiable)

La desinformación está cada vez más bien disfrazada y cada vez menos desafiada por audiencias con pocas habilidades de alfabetización mediática.

Los ciudadanos deben navegar y evaluar una sobrecarga de información a menudo contradictoria



## Implicaciones para el seguimiento de la infodemia a través de iniciativas de comunicación pública

Proporcionar información más clara y definitiva a través de canales oficiales y medios de comunicación establecidos.

Garantizar la coherencia, incluso si la información es provisional, y la disciplina de los mensajes entre las autoridades públicas para hablar con una sola voz y reducir la sobrecarga de información.

Mantener una comunicación transparente sobre la situación, la acción del gobierno y los riesgos para restaurar la confianza en las instituciones públicas y en la información y orientación que transmiten.

Previsualice o advierta sobre una posible desinformación antes de que ocurra, como parte de las campañas de comunicación e información pública.

**Fuente:** Imagen adaptada del informe de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) *Transparencia, comunicación y confianza: el papel de la comunicación pública en la respuesta a la ola de desinformación sobre el nuevo coronavirus*.<sup>62</sup>

Para obtener una guía más completa sobre las comunicaciones destinadas a contrarrestar la manipulación de información, consulte los recursos a continuación.



The RESIST Counter Disinformation Toolkit El Anexo E: Comunicación estratégica (Herramienta) del conjunto de herramientas de RESIST Counter desinformation (herramienta) es una guía paso a paso para implementar los modelos FACT y OASIS para una comunicación estratégica eficaz.<sup>63</sup>



Contrarrestar las actividades de influencia de la información: Un manual para comunicadores. (Guía) publicado por la agencia sueca - Contingencias civiles

suecas - Agency, incluye una amplia guía sobre cómo elegir la mejor respuesta de comunicación de acuerdo con la manipulación de información que se está produciendo.<sup>64</sup>



Manipulación de la información: un desafío para nuestras democracias (Guía) ofrece casos prácticos útiles y sugerencias basadas en campañas de comunicación estratégica anteriores.<sup>65</sup>

## Comunicaciones inclusivas

Es importante adaptar su mensaje a diferentes contextos y trabajar intencionalmente para llegar a audiencias diversas.

<sup>62</sup> Lisa Fazio, David Rand y Gordon Pennycook, "La repetición aumenta la verdad percibida igualmente para declaraciones plausibles e inverosímiles", *Psychonomic Bulletin & Review* 26, no.5 (octubre de 2019): 1705-1710, <https://doi.org/10.3758/s13423-019-01651-4>.

<sup>63</sup> Norbert Schwarz y Madeline Jalbert, "Cuando las noticias (falsas) se sienten verdaderas: intuiciones de la verdad y aceptación y corrección de información errónea," *The Psychology of Fake News: Accepting, Sharing, and Correcting Misinformation*, ed. Rainer Greifeneder, Mariela E. Jaffé, Eryn Newman, y Norbert Schwarz (Routledge: agosto 14, 2020), <https://library.oapen.org/viewer/web/viewer.html?file=/bitstream/handle/20.500.12657/46921/9781000179033.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

<sup>64</sup> Contrarrestar las actividades de influencia de información: un manual para comunicadores (Agencia Sueca de Contingencias Civiles, marzo de 2019), <https://www.msb.se/RibData/Filer/pdf/28698.pdf>

<sup>65</sup> Jean-Baptiste Jeangène Vilmer et al., Manipulación de información: Un reto para nuestras democracias, informe del personal de planificación de políticas (CAPS) del Ministerio para Europa y Asuntos Exteriores y el Instituto de Investigación Estratégica (IRSEM) del Ministerio de las Armadas. Fuerzas (agosto de 2018), [https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/information\\_manipulation\\_rvb\\_cle838736.pdf](https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/information_manipulation_rvb_cle838736.pdf)

Los grupos sociales marginados y centrados en problemas, incluidas las mujeres, los inmigrantes y las minorías, entre otros, son a menudo los principales objetivos de los ataques de desinformación / desinformación. Las campañas de manipulación de información a menudo funcionan para explotar las divisiones socioeconómicas existentes; la supresión de votantes a menudo se dirige a comunidades específicas y vulnerables; y los prejuicios y prejuicios a menudo se amplifican para sembrar discordia, confusión y privación de derechos. Puede encontrar más información sobre cómo comprender las dimensiones de género de la desinformación, en particular, en el capítulo Género y desinformación de la guía CEPPS Contrarrestar la desinformación. - Capítulo de género y desinformación.<sup>66</sup>

Dado el objetivo a menudo explícitamente divisivo de las campañas de manipulación de información, es absolutamente fundamental que las campañas de comunicación den prioridad a llegar a los grupos marginados y específicos y proporcionen información precisa que empodere a esos grupos para mitigar los impactos potenciales. Como tal, recomendamos que los actores de la democracia implementen una amplia gama de estrategias de comunicación antes, durante y después de las elecciones. Considere la posibilidad de diversificar su enfoque asociándose

con redes de confianza y líderes comunitarios, y adapte su mensaje para atraer a audiencias únicas; al hacerlo, llegará a una proporción más amplia de la población y a grupos más vulnerables, lo que aumentará las posibilidades de superar información inexacta en los espacios donde más se promueve.

Independientemente de los diversos canales o mensajes que utilice, la inclusión, la accesibilidad y la transparencia deben estar a la vanguardia de su estrategia. Los mensajes de texto, la radio y los medios de comunicación tradicionales pueden llegar a una parte más amplia de la población en espacios donde la accesibilidad a Internet es cara o baja. Seguir los principios de Easy Read para llegar a las poblaciones con menor nivel de alfabetización, así como crear contenido en varios idiomas, incluidos los idiomas indígenas, es clave para una comunicación accesible y de gran alcance.<sup>67</sup> La diversificación de las comunicaciones en plataformas como Facebook, Twitter, Instagram y WhatsApp, entre otras, aumentará los segmentos de la población a los que puede llegar. Por último, intente producir contenido que se pueda compartir fácilmente para una comunicación de máxima eficiencia, como el uso de gráficos fáciles de entender, siempre que sea posible.



### **Estudio de caso: Apoyar el acceso a medios independientes para poblaciones de bajos ingresos en América Latina**

Durante la última década, el IRI ha llevado a cabo programas en toda América Latina para apoyar a los medios independientes a medida que producen y difunden contenido de noticias independientes y confiables en contextos sociopolíticos de ritmo rápido y cambiante, a menudo dirigidos a sectores de bajos ingresos que tienen menos probabilidades de recibir esta información en cualquier lugar. A través de su trabajo, IRI ha descubierto que los enfoques de base y el establecimiento de alianzas entre la sociedad civil y los medios de comunicación, así como la consideración cuidadosa de las preocupaciones de seguridad, han

sido fundamentales para interactuar con éxito con una amplia gama de partes interesadas para mejorar la difusión de noticias veraces. Si su organización busca compartir información veraz de una manera accesible a los sectores de bajos ingresos, considere apoyar una amplia gama de medios de comunicación independientes a través de una red de contenido en línea, impreso, radio, televisión y redes sociales, y establezca una red de difusión utilizando herramientas como transmisiones de radio, mensajería masiva y anuncios digitales dirigidos, o métodos alternativos como proyecciones públicas, teatros callejeros o programas de humor.

<sup>66</sup> USAID y el Instituto Nacional Demócrata, "Comprender las dimensiones de género de la desinformación" en la lucha contra la desinformación: una guía para promover la integridad de la información (Consortio para el Fortalecimiento de los Procesos Electorales y Políticos, 2021), <https://counteringdisinformation.org/topics/gender/0-overview-gender-disinformation>

<sup>67</sup> Una guía para facilitar la lectura de la información ". (Oficina para Asuntos de Discapacidad). <https://www.odi.govt.nz/guidance-and-resources/a-guide-to-making-easy-read-information/>



### Consejo: Evite amplificar información falsa

Repetir información falsa para corregirla a veces puede resultar en una mayor creencia en la información falsa. Como tal, sus campañas de comunicación deben enfocarse en repetir información precisa sin hacer referencia a la información que está

tratando de desacreditar. Por ejemplo, una campaña eficaz diría "El día de las elecciones es XXX. Confíe únicamente en la información de fuentes oficiales "y no en" El día de las elecciones no es XXX. No confíes en la información de XXX ".



### Estudios de caso de tácticas de comunicación

#### Estudio de caso: Comunicaciones de la Comisión Electoral Nacional Independiente de Nigeria

Durante los períodos electorales, el INEC de Nigeria ofrece sesiones informativas televisadas a diario, participa en entrevistas televisivas en directo y emite comunicados de prensa con regularidad para explicar las políticas y acciones de la comisión.<sup>68</sup> Esta comunicación periódica y proactiva no solo informa al público en general sobre las actividades de la Comisión, sino que también genera transparencia y confianza en torno al proceso electoral. Las actividades del INEC también continúan más allá de los períodos electorales, con la creación de recursos educativos para votantes

accesibles que explican los detalles de cómo y dónde votar, cómo registrarse y los derechos y responsabilidades de los votantes. El INEC también genera periódicamente un boletín y comunicados de prensa que contienen de forma transparente actualizaciones de los procesos electorales. Estos esfuerzos han ampliado activamente los hechos sobre los procesos electorales en Nigeria, ayudando a contrarrestar de manera proactiva cualquier manipulación de información en torno a las elecciones nigerianas.

<sup>68</sup> Comisión Electoral Nacional Independiente Nigeria, <https://www.inecnigeria.org>



### Estudio de caso: Campaña Fast Fair Fun de Taiwán

La clave del éxito de Taiwán en la gestión de la Pandemia de COVID-19 fue una estrategia de comunicación única y, en última instancia, extremadamente eficaz que puede emularse en contextos relacionados con las elecciones. En lugar de contrarrestar o verificar de manera receptiva las narrativas falsas sobre el virus, el gobierno taiwanés lanzó una campaña de comunicación centrada en tres elementos: justa, rápida y divertida.

- **Rápida:** Tan pronto como los ciudadanos comenzaron a informar sobre brotes e inquietudes, el gobierno taiwanés promulgó de inmediato políticas para suspender los viajes hacia y desde China, lo que indica confianza y transparencia entre el estado y sus ciudadanos. Además, los hechos, a menudo compartidos a través de memes, se desplegaron rápidamente para promover la verdad antes de que se extendiera la desinformación.

- **Justa:** para maximizar la transparencia y la información completa, el estado tomó medidas para hacer públicos los datos relacionados con la salud, incluidos los datos sobre el suministro de mascarillas. Esto equipó a todos los ciudadanos con acceso a información crítica y aseguró un acceso justo para todos.
- **Divertida:** Con una mentalidad de "humor sobre rumor", el estado creó campañas de comunicación utilizando el humor para disipar los rumores sobre el suministro de máscaras, cómo se propaga el COVID-19, etc., incluido un "perro vocero" para entregar pautas de seguridad al público en un forma accesible y entretenida. Esta campaña demostró cómo el humor fáctico se difunde más rápido que el rumor.

## Comprobación de hechos

La verificación de hechos es un proceso que busca verificar la información y proporcionar un análisis preciso e imparcial de un reclamo. Aunque la verificación de hechos por sí sola puede ser ineficaz para proteger la integridad del entorno de información que rodea una elección (el impacto directo de las correcciones suele ser muy limitado) puede resultar útil para corregir piezas clave de manipulación de información relacionada con las elecciones.

Si su organización busca desarrollar habilidades más allá de informar inquietudes a los verificadores de hechos y le gustaría desarrollar la capacidad para realizar verificaciones de hechos de manera regular y sostenible, considere la guía a continuación. Como se describe en la [guía completa desarrollada por Poynter](#), la información de verificación de hechos relacionada con las elecciones se guía por una pregunta principal:

"¿Cómo sabemos eso?"<sup>69</sup>

<sup>69</sup> Alexios Mantzarlis, "Módulo 5: Verificación de factores 101", en Periodismo, "Noticias falsas" y desinformación (UNESCO, 2018), [https://en.unesco.org/sites/default/files/module\\_5.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/module_5.pdf)

En términos generales, la verificación de datos se compone de tres pasos:<sup>70</sup>



### 1 Encuentre afirmaciones verificables

mediante el seguimiento de las redes sociales, los principales medios de comunicación y las declaraciones políticas que discuten información relacionada con las elecciones para identificar una afirmación dudosa o incorrecta que pueda verificarse objetivamente. Al seleccionar un reclamo, considere:

- ¿Qué tan viral es la afirmación (cuál es su alcance, alcance y difusión)?
- ¿Cuál es el origen del reclamo? (¿Quién lo compartió?)
- ¿Cuál es la naturaleza del reclamo? (¿Puede conducir a la violencia? ¿Es provocador?)



### 2 Una vez que seleccione un reclamo, encuentre los hechos

reuniendo la mejor evidencia disponible con respecto al reclamo, asegurándose de evaluar la confiabilidad de sus fuentes. Las herramientas disponibles para este paso incluyen:

- Búsqueda de imágenes en Google** Búsqueda de imágenes de Google para determinar el origen de fotos o videos.<sup>71</sup>
- TinEye – búsqueda inversa de imágenes** para determinar cuánto tiempo y con qué frecuencia ha estado disponible una imagen y cómo se ha editado.<sup>72</sup>
- Explorador de verificación de datos de Google** para encontrar resultados de verificación de datos existentes relacionados con una persona, tema o problema.<sup>73</sup>
- Visualizador de datos de YouTube de Amnistía Internacional** para determinar si un video o partes de un video se han subido previamente en línea.<sup>74</sup>
- Índice global de desinformación** para encontrar la probabilidad de desinformación en un medio de comunicación específico.<sup>75</sup>

Puede encontrar una lista completa de recursos adicionales [aquí](#).<sup>76</sup>



### 3 Corrija el registro

evaluando la afirmación a la luz de la mejor evidencia disponible, generalmente en una escala de veracidad: verdadero, mayormente verdadero, medio verdadero, mayormente falso, falso y mentiroso.

<sup>70</sup> "Cómo verificar los hechos como un profesional" (Biblioteca Pública de Albuquerque y el condado de Bernalillo, sin fecha), <https://abqlibrary.org/FakeNews/FactCheck>

<sup>71</sup> Imágenes Google (Google, sin fecha), <https://images.google.com>

<sup>72</sup> TinEye Búsqueda inversa de imágenes (TinEye, sin fecha), <https://tineye.com>

<sup>73</sup> Explorador de verificación de datos de Google (Google, n.d.), <https://toolbox.google.com/factcheck/explorer>

<sup>74</sup> Visor de datos de YouTube (Amnistía Internacional, sin fecha), <https://citizenevidence.amnestyusa.org>

<sup>75</sup> Global Disinformation Index (GDI, n.d.), <https://disinformationindex.org>

<sup>76</sup> "Herramientas que luchan contra la desinformación en línea" (Corporación RAND, sin fecha), <https://www.rand.org/research/projects/truth-decay/fighting-disinformation/search.html>



Para obtener orientación y contenido de capacitación más sólidos para desarrollar habilidades para identificar, evaluar y verificar afirmaciones de manera efectiva, y para capacitar a otros en cómo verificar también, considere hacer referencia a los siguientes recursos:

- [Biblioteca gratuita de contenido de capacitación de First Draft](#), que incluye cursos, kits de herramientas y recursos en línea.<sup>77</sup>
- [Plan de estudios y juego en línea de Learn to Discern \(Aprender a discernir\) \(L2D\)](#) para fortalecer las habilidades de alfabetización mediática e informacional.<sup>78</sup>
- [Confianza y Verificación / Trust and Verification](#), un curso en línea gratuito, enseña cómo generar confianza como periodista o creador de contenido en una era de manipulación de información.<sup>79</sup>

La verificación de hechos en sí misma es una estrategia imperfecta. A medida que su organización considere evaluar la veracidad de los hechos con la esperanza de contrarrestar o desacreditar información falsa, tenga en cuenta los sesgos, no solo de su audiencia sino también de usted mismo, que podrían influir en las percepciones de la verdad. Además, si sospecha que los verificadores de hechos falsos pueden estar nublando el espacio de información, consulte el código de principios del verificador de hechos de la Red Internacional - [Código de principios del verificador de hechos de la International Fact-Checking Network](#) para determinar si el comportamiento del verificador de hechos posiblemente falso no es digno de confianza.<sup>80</sup>

### Asociarse con los medios

Es importante para cualquier esfuerzo de protección electoral trabajar con los medios de comunicación locales para proporcionar contenido autorizado antes y durante las elecciones y asegurarse de que formen parte de su equipo de asociación para contrarrestar, premeditar y desacreditar las narrativas y el contenido falsos. Como tal, garantizar que los medios independientes estén equipados con las mejores prácticas para identificar, responder y exponer narrativas falsas y que puedan proporcionar contenido autorizado rápidamente respaldará la misión general de contrarrestar la manipulación de información durante las elecciones. Hay una serie de recursos para los medios, incluidos cursos de formación gratuitos disponibles en el [Sitio web de First Draft](#).<sup>81</sup>

<sup>77</sup> Entrenamiento de First Draft (First Draft, sin fecha), <https://disinformationindex.org>.

<sup>78</sup> "Aprenda a discernir, "Capacitación en alfabetización mediática" (IREX, sin fecha), <https://www.rand.org/research/projects/truth-decay/fighting-disinformation/search.html>.

<sup>79</sup> Craig Silverman, Instructor, "Confianza y verificación en una era de desinformación", curso en línea (Centro Knight para el Periodismo en las Américas) <https://journalismcourses.org/es/course/trustandverification/>.

<sup>80</sup> Learn to Discern, "Media Literacy Training" (IREX, n.d.), <https://www.irex.org/project/learn-discern-l2d-media-literacy-training>.

<sup>81</sup> First Draft Training (First Draft, n.d.), <https://firstdraftnews.org/training/>.

## Cesfuerzos colaborativos de verificación de hechos

Si bien los periodistas son a menudo los actores principales en los esfuerzos de verificación de datos, muchas de las iniciativas de verificación de datos más exitosas han sido el resultado de la colaboración entre los grupos de partes interesadas; Las OSCs, las ONGs e incluso los OGEs pueden complementar los esfuerzos de los periodistas actuando como fuentes confiables de información y ofreciendo experiencia adicional. A continuación, se muestran ejemplos de colaboraciones de verificación de datos que involucran a múltiples actores democráticos.

- **StopFake** es una organización de verificación de hechos fundada por profesores y estudiantes ucranianos para identificar e investigar información falsa sobre eventos en Ucrania.<sup>82</sup>
- **Africa Check** es la primera organización independiente sin fines de lucro de África que cubre Kenia, Nigeria, Senegal y Sudáfrica, analiza declaraciones públicas importantes y publica informes de verificación de hechos para guiar el debate público.<sup>83</sup>
- **Chequeado** es una organización no partidista y sin fines de lucro dedicada a la verificación del discurso público y a contrarrestar la desinformación o el error. Chequeado convoca a todos los grupos de interés en sus esfuerzos por combatir la desinformación / falta de información.<sup>84</sup>
- **La Red Internacional de Verificación de Datos (IFCN - International Fact-Checking Network por**

**sus siglas en inglés)** es una unidad del Instituto Poynter que convoca verificadores de hechos en todo el mundo y que promueve activamente las mejores prácticas e intercambios en este campo, además de brindar capacitación y becas.<sup>85</sup>

- **Verificado** es una plataforma colaborativa de verificación de datos que tiene como objetivo combatir la desinformación y las noticias falsas en torno a las elecciones mexicanas, así como verificar informes sobre el proceso electoral (consulte el Estudio de caso de México en el Apéndice A en la página 54 para obtener detalles adicionales).<sup>86</sup>
- **Los verificadores de datos de terceros** se han asociado con Facebook para revisar y calificar la precisión de los artículos y publicaciones de Facebook. En países como Colombia, Indonesia y Ucrania, así como a varios miembros de la Unión Europea, Facebook ha comisionado grupos — a través de lo que se describe como “un proceso de solicitud minucioso y riguroso” establecido por la IFCN — para convertirse en verificadores confiables que examinan el contenido, brindan información sobre los algoritmos que definen la sección de noticias y degradan y marcan el contenido que se identifica como falso.<sup>87</sup>

Los recursos globales de verificación de datos también pueden ser útiles, como Claim Buster y AP Fact Check, entre otros.<sup>88</sup>

<sup>82</sup> International Fact-Checking Network, "Código de principios de los verificadores de hechos" (Poynter, 15 de septiembre de 2016), <https://www.poynter.org/ifcn-fact-checkers-code-of-principles/>.

<sup>83</sup> Entrenamiento de First Draft. <https://firstdraftnews.org/training/>.

<sup>84</sup> StopFake (Media Reforms Center, sin fecha), <https://www.stopfake.org/en/main/>.

<sup>85</sup> Africa Check, (Africa Check, n.d.), <https://africacheck.org>.

<sup>86</sup> Verificado, (Verificado, sin fecha), <https://chequeado.com>.

<sup>87</sup> Centro de ayuda empresarial de Facebook, "Verificación de hechos en Facebook" (Facebook, sin fecha) <https://www.facebook.com/business/help/2593586717571940>; Tessa Lyons, "Preguntas difíciles: ¿Cómo funciona el programa de verificación de datos de Facebook?" Preguntas difíciles (blog), Facebook, 14 de junio de 2018, <https://about.fb.com/news/2018/06/hard-questions-fact-checking/>; La Red Internacional de Verificación de Datos (Poynter, sin fecha) <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/know-more/the-commitments-of-the-code-of-principles>.

<sup>88</sup> ClaimBuster (Laboratorio IDIR, Universidad de Texas en Austin, sin fecha) <https://idir.uta.edu/claimbuster/>; Verificación de datos de AP (AP, sin fecha), <https://apnews.com/hub/ap-fact-check>.

Mientras su organización monitorea el espacio de información para reclamos relacionados con la elección, esté atento específicamente a los hechos clave, que se describen a continuación, que pueden manipularse para confundir o disuadir a los votantes.

Key Facts During an Election Process:	
<b>¿Quién?</b>	Las entidades y personas que hacen que las elecciones sucedan.
<b>¿Qué?</b>	Las máquinas, los sistemas y las formas en que votamos.
<b>¿Cuándo?</b>	El (los) día (s), las horas y las fechas límite que guían los cronogramas de inscripción y votación.
<b>¿Dónde?</b>	Los lugares que nos reunimos para votar.
<b>¿Cómo?</b>	Cómo ocurre la votación.

Si su organización detecta información engañosa relacionada con el quién, qué, cuándo, dónde y cómo de una elección, tómese el tiempo para informar el reclamo.

## Iniciativas de la plataforma de redes sociales para aumentar el acceso a información creíble

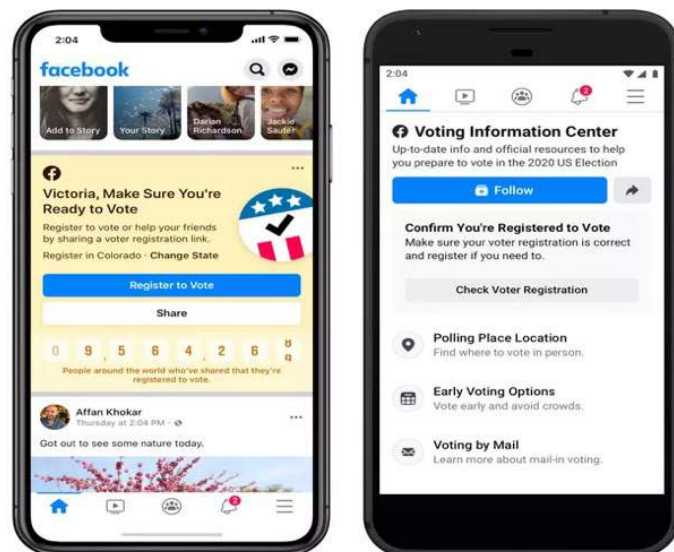
Una pieza clave de la verificación de hechos es tener acceso a información creíble, confiable y sin restricciones dentro y fuera de línea. En respuesta a los esfuerzos de promoción y las quejas sobre la complicidad de las plataformas de redes sociales, algunas plataformas han lanzado iniciativas para aumentar el acceso a información creíble, que van desde redirigir a los usuarios a fuentes confiables de noticias relacionadas con las elecciones, hasta ampliar el acceso a la Interfaz de programación de aplicaciones (API - *Application Programming Interface* por sus siglas en inglés) para permitir la investigación y mejorar el producto. características para desalentar el intercambio de información falsa. A medida que su organización busca verificar la información en torno a una elección, tenga en cuenta estos esfuerzos para capitalizar las iniciativas existentes o para abogar por iniciativas similares si aún no existen en su país.

### Facebook

Facebook ha implementado una serie de iniciativas para mejorar

el acceso a los datos y la información autorizada, tanto para los verificadores de datos como para los investigadores. Una característica coloca etiquetas o botones de información en publicaciones que hacen referencia a ciertos temas vulnerables a la manipulación de información, como COVID-19, vacunas y elecciones. Por ejemplo, la empresa etiqueta contenido que hace referencia a "boletas" o "votación" (independientemente de la veracidad del contenido) durante una elección, dirigiendo a los usuarios de Facebook a la información oficial de la votación. Estas etiquetas se utilizaron ampliamente durante las elecciones presidenciales de EE. UU. De 2020 y también se han utilizado durante las elecciones en otros países, incluidos Colombia, Reino Unido y Alemania, entre otros.<sup>89</sup>

Por ejemplo, en preparación para las elecciones locales de 2019 en Colombia, Facebook se asoció con el Consejo Nacional Electoral de Colombia (CNE) para proporcionar a los ciudadanos información creíble sobre la votación mediante la creación de recordatorios del día de las elecciones y un botón de votante informado, que redirigía al usuario a las elecciones locales. autoridad para obtener información de los votantes sobre dónde y cuándo pueden votar. Estas funciones se han utilizado en otras elecciones en todo el mundo. A continuación, se muestran ejemplos de las funciones de información para votantes de Facebook:



Facebook también ha comenzado a etiquetar ciertos medios controlados por el estado para brindar una mayor transparencia sobre las fuentes de información en la plataforma. Actualmente,

<sup>89</sup> Hannes Grassegger, "Facebook dice que su" botón de votante "es bueno para la participación. Pero, ¿debería el gigante tecnológico darnos un empujón?" *The Guardian*, 15 de abril de 2018, <https://www.theguardian.com/technology/2018/apr/15/facebook-says-it-voter-button-is-good-for-turn-but-should-the-tech-giant-be-nudging-us-at-all>.

estas etiquetas aparecen en las páginas y en las bibliotecas de anuncios de la plataforma; con el tiempo se ampliarán para que sean más visibles. Las etiquetas se basan en funciones de transparencia que ya están en funcionamiento en las páginas de Facebook, que incluyen paneles que brindan un contexto sobre cómo se administra la página (incluida información sobre los usuarios que administran la página y los países desde los que operan), así como información sobre si la página está controlada por el estado.<sup>90</sup>

## Twitter

Twitter ha desarrollado una serie de políticas, campañas y características de productos para proporcionar a los usuarios acceso a información fidedigna y fidedigna. En 2019, antes de las elecciones de la India, Twitter realizó esfuerzos sustanciales para brindar a los usuarios acceso a información creíble sobre las elecciones, al mismo tiempo que evolucionó su producto, actualizó las reglas y se ocupó de la manipulación de información en su servicio que afecta a la India en general.<sup>91</sup> Estos esfuerzos también incluyeron características y mejoras adicionales del producto para evitar que los usuarios compartan información engañosa sobre la votación. Más recientemente, Twitter anunció una asociación con Associated Press (AP) y Reuters para expandir sus esfuerzos para resaltar mejor las noticias confiables, así como para agregar más contexto a las noticias y tendencias que circulan en su plataforma.<sup>92</sup>

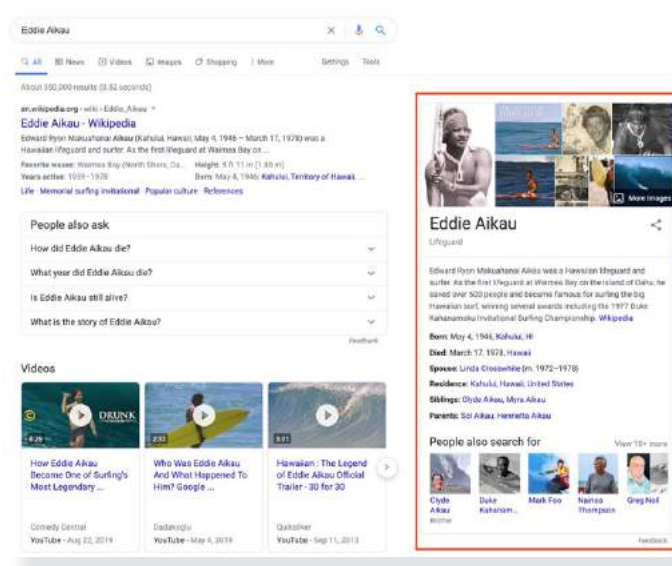
## WhatsApp

Como plataforma de mensajería encriptada, WhatsApp tiene información limitada disponible para usuarios e investigadores sobre las actividades en sus servicios. Sin embargo, WhatsApp ha proporcionado acceso a su API para respaldar determinadas iniciativas de investigación. La empresa ha ampliado el acceso a la API a través del sistema Zendesk, especialmente para los

grupos conectados a First Draft Coalition, como Comprova en Brasil y CrossCheck en Nigeria.<sup>93</sup> Este enfoque se ha utilizado para recopilar datos sobre eventos políticos, la difusión de información falsa y discursos de odio y otros objetivos de la investigación. La International Fact-Checking Network también ha desarrollado una colaboración con WhatsApp que incluye acceso a la API para ciertos tipos de investigación.

## Google

Los paneles de conocimiento de Google son cuadros de información que aparecen cuando los usuarios buscan personas, lugares, cosas y organizaciones que se encuentran en el Gráfico de conocimiento, la base de datos de datos de Google.<sup>94</sup> Estos cuadros de información / conocimiento generados automáticamente, que se muestran a continuación, brindan una instantánea de la información sobre un tema en particular. Si bien los paneles de conocimiento se crearon para proporcionar información y abordar la manipulación de información, han sido la causa de magnificar cierta desinformación.<sup>95</sup>



<sup>90/91</sup> Colin Crowell y @misskaul, "Protegando la Integridad de la Conversación Electoral en India" (Twitter, February 21, 2019), [https://blog.twitter.com/en\\_in/topics/events/2019/election-integrity](https://blog.twitter.com/en_in/topics/events/2019/election-integrity).

<sup>92</sup> Sarah Perez, "Twitter se asocia con AP y Reuters para abordar la desinformación en su plataforma", TechCrunch, 2 de agosto de 2021, <https://techcrunch.com/2021/08/02/twitter-partners-with-ap-and-reuters-to-address-misinformation-on-its-platform/>.

<sup>93</sup> "Zendesk introduce WhatsApp para Zendesk" (Zendesk, Agosto 16, 2019), <https://www.zendesk.com/company/press/zendesk-introduces-whatsapp-zendesk/>; First Draft, "Presentación del primer borrador de la Coalición" (Primer borrador, 18 de junio de 2015), <https://medium.com/1st-draft/introducing-the-first-draft-coalition-e557fdacd1a6>; First Draft, "Comprova" (First Draft, sin fecha), <https://firstdraftnews.org/tackling/comprova/>; First Draft, "CrossCheck Nigeria" (First Draft, sin fecha), <https://firstdraftnews.org/tackling/crosscheck-nigeria/>.

<sup>94</sup> Ayuda del panel de conocimiento, "Acerca de los paneles de conocimiento" (Google, sin fecha), <https://support.google.com/knowledgepanel/answer/9163198?hl=en>; Ayuda del panel de conocimiento, "Cómo funciona el gráfico de conocimiento de Google" (Google, sin fecha), <https://support.google.com/knowledgepanel/answer/9787176?hl=en>.

<sup>95</sup> Barry Schwartz, "Google agrega un nuevo panel de conocimientos para proporcionar información sobre los editores de noticias", Search Engine Lab (7 de noviembre de 2017), <https://searchengineland.com/google-adds-new-knowledge-graph-learn-news-publishers-286394>; Lora Kelley, "La función de Google que magnifica la desinformación", Atlantic (23 de septiembre de 2019), <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2019/09/googles-knowledge-panels-are-magnifying-disinformation/598474/>.

## YouTube

Con el fin de proporcionar a los usuarios información precisa, YouTube ofrece las funciones de Noticias de última hora y Noticias destacadas, que elevan la información de fuentes de noticias verificadas.<sup>96</sup> Como parte de los esfuerzos continuos de la empresa, YouTube ha indicado que está ampliando el uso de paneles de información para proporcionar a los usuarios un contexto adicional de los verificadores de datos.<sup>97</sup>

## Silencio estratégico

Como se mencionó anteriormente en este manual, no toda manipulación de información requiere una respuesta. Incluso a medida que mejoran las habilidades relacionadas con la detección de información falsa, es fundamental, al decidir desacreditar una falsedad, evitar amplificar el mensaje que está tratando de corregir. Decidir activamente no desacreditar una afirmación falsa es un silencio estratégico. Al considerar si una falsedad amerita una respuesta, evalúe lo siguiente:

- ¿Cuál es el **nivel de riesgo** asociado con la reclamación? ¿Podría provocar violencia o daño físico? ¿Amenaza con socavar significativamente las elecciones y / o la confianza de los votantes en el proceso o los resultados?
- ¿Cuáles son los **niveles de participación**?
- ¿Qué tan extendida está la **atención**?
- ¿Quién **creó** la falsedad? ¿Son una voz establecida que puede considerarse creíble? ¿Cuánta influencia tienen?
- ¿La falsedad ya ha tenido un **efecto demostrado**?

Si los niveles de participación con el reclamo son bajos, la atención no es generalizada, no hay un efecto demostrado, o el reclamo no ha tenido o es poco probable que tenga un impacto en el comportamiento y las creencias de los votantes, es poco probable que la falsedad requiera una intervención. En una situación en la que el reclamo aún no alcanza el nivel

de requerir una respuesta, le recomendamos que registre el incidente y lo agregue a cualquier rutina de monitoreo existente en caso de una mayor relevancia o participación. Si bien puede parecer contradictorio permitir que una falsedad no se controle, contrarrestar una afirmación que no ha atraído mucha atención ni logrado mucha influencia puede tener el impacto no intencionado de amplificar o reforzar una falsedad simplemente como resultado de repetirla.



### Pensando en los plazos

Si bien no existe un cronograma exacto de cuánto tiempo usted o su organización deben permanecer en silencio, el monitoreo continuo de las narrativas falsas identificadas o la información manipulada ayudará a determinar cuándo se necesita la comunicación. Si una narrativa o contenido falso o engañoso comienza a ganar tracción, ya sea rápidamente en unos pocos días o en el transcurso de unas pocas semanas, ajustar su estrategia para abordar la narrativa falsa puede volverse prudente o incluso necesario.

<sup>96</sup> Centro de ayuda de YouTube, "Últimas noticias y noticias destacadas en YouTube" (YouTube, n.d.), <https://support.google.com/youtube/answer/9057101?hl=en>.

<sup>97</sup> PTI, "Lucha contra las noticias falsas: YouTube para mostrar paneles de información sobre videos relacionados con noticias", The Economic Times (7 de marzo de 2019), <https://economictimes.indiatimes.com/magazines/panache/fighting-fake-news-youtube-to-show-information-panels-on-news-related-videos/articleshow/68302365.cms>.



## Recursos para responder a la desinformación

Una vez que haya identificado la desinformación, estas herramientas y recursos que se enumeran a continuación pueden ayudarlo a contrarrestar o responder a la desinformación.

- **Demtech/Comprop Navigator (*Lista de recursos*):** como parte del proyecto sobre propaganda computacional, el Oxford Internet Institute desarrolló Demtech Navigator como una guía en línea para organizaciones de la sociedad civil que proporciona herramientas, información y recursos de una variedad de fuentes con estrategias para lidiar con la desinformación, las noticias falsas, la ciberseguridad y el acoso en línea.<sup>98</sup>
- **Base de datos de herramientas que luchan contra la desinformación de la Corporación RAND (*Lista de recursos*):** La Corporación RAND compiló una base de datos de herramientas desarrolladas por organizaciones sin fines de lucro en los EE. UU. Para combatir la desinformación, especialmente en las redes sociales. Se trata de herramientas relacionadas con productos o recursos, en lugar de recursos que proporcionan información general. La base de datos incluye herramientas para verificación de hechos, rastreadores de bots y verificación de imágenes.<sup>99</sup>

- **Guía de lucha contra la desinformación de CEPPS (*Guía*):** Encargado por USAID, el Consorcio para el Fortalecimiento de Elecciones y Procesos Políticos (CEPPS) —compuesto por el Instituto Nacional Demócrata, el Instituto Republicano Internacional y la Fundación Internacional para Sistemas Electorales— desarrolló la Guía de Desinformación de CEPPS como un recurso para organizaciones de la sociedad civil, gobiernos y órganos de gestión electoral. La guía proporciona investigaciones sobre la lucha contra la desinformación y una base de datos con capacidad de búsqueda de iniciativas de organizaciones de la sociedad civil y otras partes interesadas de todo el mundo para combatir la desinformación.<sup>100</sup>
- **Digital Sherlocks (*red*):** El Atlantic Council lanzó Digital Sherlocks como un programa para capacitar a una red de personas en herramientas de código abierto para contrarrestar la desinformación. Hasta la fecha, el Atlantic Council ha capacitado a más de 1.500 personas a través de 50 talleres en seis continentes para apoyar la resiliencia digital en todo el mundo.<sup>101</sup>

<sup>98</sup> emTech Navigator (Programa sobre democracia e Internet, Instituto de la Universidad de Oxford, sin fecha), <https://navigator.oii.ox.ac.uk>.

<sup>99</sup> “Herramientas que luchan contra la desinformación en línea” (RAND Corporation, sin fecha), <https://www.rand.org/research/projects/truth-decay/fighting-disinformation/search.html>.

<sup>100</sup> Fundación Internacional de Sistemas Electorales, Instituto Republicano Internacional, Instituto Nacional Demócrata. “Base de datos de intervenciones informativas” (Consorcio para el Fortalecimiento de los Procesos Electorales y Políticos, 2021). <https://counteringdisinformation.org/index.php/interventions>.

<sup>101</sup> 360/Digital Sherlocks (Atlantic Council, Digital Forensic Research Lab, sin fecha), <https://www.digitalsherlocks.org>.



## Paso 3 **Desarrolle la resiliencia**

Para construir un entorno de información vibrante y sólido, las democracias existentes y emergentes deben priorizar la construcción de procesos democráticos que sean resistentes a los trastornos de la información, incluida la manipulación de información. En este manual, lo que entendemos por resiliencia es la capacidad de los ciudadanos para participar y contribuir a procesos democráticos como las elecciones. Los ciudadanos deben tener las habilidades para encontrar, identificar, pensar críticamente y evaluar la información relacionada con las elecciones que consumen en línea y fuera de línea, mientras que las instituciones públicas, privadas y de la sociedad civil deben garantizar que los ciudadanos tengan acceso a recursos e información creíbles. En este capítulo, destacamos los enfoques para desarrollar la resiliencia, como las campañas de

concienciación pública, la promoción de la sociedad civil, la alfabetización digital y la higiene cibernética.


### Un enfoque de resiliencia de toda la Sociedad

La construcción de una sociedad resiliente requiere una comprensión de las respuestas e intervenciones de la sociedad en su conjunto a nivel mundial, regional y específico de cada país para contrarrestar la manipulación de información, como las que se muestran en los ejemplos a continuación. Si bien los gobiernos, las plataformas digitales, el sector privado, el mundo académico y la sociedad civil tienen sus propios enfoques de mitigación, ningún sector puede abordar estos desafíos por sí solo.

<p><b>Global</b></p> 	<p><b>Llamado de París para la confianza y la seguridad en el ciberespacio</b></p>	<p><u>The Paris Call</u> – El Llamado de París - está formado por un grupo de 79 países, 35 autoridades públicas, 391 organizaciones y 705 empresas que se han unido para alinearse en torno a un conjunto de nueve principios para crear un ciberespacio abierto, seguro y pacífico. El Llamado de París reafirma el compromiso de estos países con el derecho internacional humanitario y el derecho internacional consuetudinario de brindar a los ciudadanos en línea las mismas protecciones que estas leyes brindan fuera de línea. Al crear esta convocatoria, los gobiernos, la sociedad civil y el sector privado, incluidas las empresas de redes sociales, se adhieren a brindar seguridad, estabilidad y seguridad en el ciberespacio, así como una mayor confianza y transparencia para los ciudadanos. La convocatoria ha creado un proceso de foro de múltiples partes interesadas para que las organizaciones y los países se reúnan para aumentar el intercambio de información y la colaboración.<sup>102</sup></p>
<p><b>Regional (Europa)</b></p> 	<p><b>El Código de prácticas de la Unión Europea sobre desinformación</b></p>	<p><u>El Código de prácticas de la UE sobre desinformación</u><sup>103</sup> es una de las iniciativas regionales más multinacionales y con mejores recursos, ya que cuenta con el apoyo de todo el bloque europeo e incluye signatarios de Facebook, Google, Twitter y Mozilla, así como anunciantes y partes de la industria de la publicidad. El Código se centra en cinco pilares: mejorar la transparencia de las noticias en línea; promover la alfabetización mediática e informacional para contrarrestar la desinformación; desarrollar herramientas para empoderar a los usuarios y periodistas para hacer frente a la desinformación; salvaguardar la diversidad y la sostenibilidad del ecosistema de los medios de comunicación europeos; y promover la investigación continua sobre el impacto de la desinformación en Europa para evaluar y ajustar las medidas de respuesta.</p>

<sup>102</sup> Llamado de París para la confianza y la seguridad en el ciberespacio (12 de noviembre de 2018), <https://pariscall.international/en/>.

<sup>103</sup> Shaping Europe's digital future, "Código de prácticas sobre desinformación" (Comisión Europea, sin fecha) <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation>.

<p><b>Regional (Latinoamérica)</b></p> 	<p><b>Fundamedios</b></p>	<p>Fundado en el 2007, <u>Fundamedios</u> es una organización dedicada a promover la libertad de expresión, defender los derechos humanos y monitorear las agresiones y riesgos que enfrentan los periodistas en América Latina. Fundamedios ha trabajado activamente para establecer una red, que abarca Ecuador, Bolivia, Argentina, Honduras y los EE. UU., De la sociedad civil, los medios de comunicación y las organizaciones internacionales para monitorear y capacitar a los periodistas y otras partes interesadas de la sociedad civil para identificar, comprender y combatir mejor la desinformación / desinformación. Las colaboraciones regionales adicionales incluyen la promoción ante los gobiernos para promover el acceso a la información, así como la generación de medios de comunicación para difundir contenido veraz.<sup>104</sup></p>
<p><b>País específico (Nigeria)</b></p> 	<p><b>Acuerdo de Abuja</b></p>	<p>Antes de las elecciones generales de 2015 en Nigeria, varias partes interesadas afirmaron su compromiso con un proceso electoral pacífico mediante la firma de un acuerdo de cinco puntos, el <u>Acuerdo de Abuja</u>. Los signatarios, incluidos los candidatos presidenciales, los representantes del OGE y las agencias de seguridad, se comprometieron a aumentar la seguridad de las elecciones de Nigeria, incluido el acuerdo de tomar medidas proactivas para prevenir la violencia electoral, comprometiéndose a cumplir plenamente las regulaciones determinadas por el marco legal para las elecciones. en Nigeria, y poniendo el interés nacional por encima de la preocupación partidista, entre otros.<sup>105</sup></p>
<p><b>País específico (Argentina)</b></p> 	<p><b>Compromiso ético digital</b></p>	<p>En 2019, el Consejo Nacional Electoral (CNE: Cámara Nacional Electoral) de Argentina lanzó una iniciativa para involucrar a actores de todo tipo, incluidos partidos políticos y representantes de empresas de tecnología y redes sociales, para firmar un <u>Compromiso Ético Digital</u>. El compromiso tenía como objetivo evitar la difusión de noticias falsas y cualquier otro mecanismo de manipulación de la información que pueda afectar negativamente a las elecciones. El compromiso incluyó la colaboración entre sectores de la sociedad, ya que los signatarios incluyeron personas de varios partidos políticos; representantes de Google, Facebook, Twitter y WhatsApp; y directores de la Asociación de Periodismo Digital (ADEPA), entre otros.<sup>106</sup></p>

<sup>104</sup> Fundamedios (Fundamedios, n.d.), <https://www.fundamedios.org>.

<sup>105</sup> “Acuerdo de Abuja sobre la prevención de la violencia y la aceptación de los resultados de las elecciones por los candidatos presidenciales y los presidentes de los partidos políticos que participan en las elecciones generales de 2015” (Nigeria, 2015), <https://www.idea.int/sites/default/files/codesof-conduct/Abuja%20Accord%20January%202015.pdf>.

<sup>106</sup> “Compromiso ético digital” (Argentina: Consejo Nacional Electoral, 30 de mayo de 2019), <https://www.electoral.gob.ar/nuevo/paginas/pdf/CompromisoEticoDigital.pdf>.



## Campañas de sensibilización pública

Si bien las comunicaciones estratégicas son necesarias en el período previo a las elecciones y durante ellas, para la resiliencia a largo plazo, los esfuerzos continuos entre los períodos electorales también son fundamentales. Las campañas de concienciación pública ayudan a los ciudadanos a comprender que el entorno de la información se manipula de formas que podrían socavar su capacidad para ejercer sus derechos democráticos. Es importante permitir y empoderar a su audiencia objetivo para que piense críticamente sobre la información que consumen y tener el conjunto de herramientas necesario para comunicarse e interactuar con sus redes de confianza de amigos, familiares y colegas, de modo que ellos a su vez puedan compartir este entendimiento. En sus esfuerzos por crear conciencia sobre la amenaza de manipulación de información, considere los pasos a continuación.

Antes de su campaña:

- Identifique el segmento de la población y la audiencia a la que desea atraer a nivel nacional, subnacional y local.
- Identifique otros socios de la sociedad civil y organizaciones para incluir activamente en su campaña de concientización o aquellos que puedan ayudarlo a amplificar sus mensajes.
- Determine cómo ejecutará su campaña de concientización y qué canales utilizará para disipar falsedades e información manipulada. Los ejemplos incluyen anuncios de servicio público, comunicados de prensa, redes sociales, televisión, radio y canales de boca en boca.

Durante su campaña:

- Utilice la comunicación proactiva para identificar los riesgos potenciales de manipulación de la información y sus consecuencias tanto durante los ciclos electorales como entre ellos.
- Sensibilice a sus electores y socios sobre los tipos de manipulación de información que pueden experimentar y ver en línea y fuera de línea (falsedades, "medias verdades", discursos de incitación al odio, propaganda patrocinada por el estado, etc.).
- Comparta con su población objetivo y electores dónde buscar habilidades, recursos y programación sobre alfabetización digital, higiene cibernética y formas de responder a la manipulación de información.
- Comparta información sobre cuándo permanecer en silencio para evitar difundir información manipulada.

Después de su campaña:

- Reúnase con su equipo para determinar las lecciones aprendidas y los pasos para mejorar las iteraciones de seguimiento.
- Repita las campañas exitosas de concienciación pública para segmentos de la población destinatarios dispares (poblaciones de edad avanzada, comunidades marginadas, etc.).

La siguiente tabla incluye ejemplos de campañas de concienciación pública que aumentaron con éxito el conocimiento de sus ciudadanos objetivo. Si bien algunos de estos ejemplos se centran en crear conciencia sobre COVID-19, las tácticas utilizadas también son transferibles a contextos electorales.

Actor democrático	Ejemplos
Gobierno	<p><b>“Stop the Spread”</b> Detenga la propagación - es una campaña global destinada a crear conciencia sobre los riesgos de desinformación en torno al COVID-19, alentando al público a verificar la información con fuentes confiables como la OMS y las autoridades nacionales de salud.<sup>107</sup></p>

<sup>107</sup> Organización Mundial de la Salud, "Contrarrestar la desinformación sobre COVID-1: una campaña conjunta con el gobierno del Reino Unido" (actualizado el 13 de mayo de 2020), <https://www.who.int/news-room/feature-stories/detail/countering-misinformation-about-covid-19>.

Actor democrático	Ejemplos
Gobierno	En Timor-Leste, los funcionarios del gobierno se asociaron con IRI para conectar a ciudadanos y miembros del parlamento a través de un programa de entrevistas llamado " <b>Koalia Ba Hau / Talk to Me!</b> " Los funcionarios gubernamentales pueden compartir de manera proactiva información veraz sobre temas como COVID-19, y los ciudadanos pueden participar haciendo preguntas y comentarios. Koalia Ba Hau se transmite en la televisión nacional con un alcance de 9.500 espectadores, así como en estaciones de radio de todo el país. Esta forma de comunicación proactiva ha demostrado tener un mayor alcance que los ayuntamientos y las mesas redondas tradicionales.
OGE	En 2020, el Tribunal Superior Electoral de Brasil (TSE) aumentó sus estrategias tradicionales de divulgación pública mediante la creación de " <b>e-Título</b> ", una aplicación móvil que ayuda a los votantes a identificar sus centros de votación y facilita la comunicación directa entre los votantes y el TSE. <sup>108</sup>
OGE	La Junta Electoral Nacional de Etiopía (NEBE - <i>National Election Board por sus siglas en inglés</i> ) creó una <b>campaña #AskNebe</b> <sup>109</sup> en Twitter para que los votantes se comuniquen directamente con la junta y hagan preguntas sobre el proceso electoral y cómo obtener información creíble.
OSC	<b>Matsda2sh</b> ("no creer") es una OSC egipcia de verificación de hechos que ha utilizado Facebook para llegar a más de 500 mil seguidores con videos de concientización sobre los peligros de la desinformación. <sup>110</sup>

<sup>108</sup> Tribunal Superior Electoral de Brasil, "e-Título" (aplicación), <https://apps.apple.com/us/app/e-t%C3%ADtulo/id1320338088>.

<sup>109</sup> #AskNebe campaign (Twitter Campaign), <https://twitter.com/nebethiopia/status/1357311115257143298?lang=en>.

<sup>110</sup> Matsda2sh (Página de Facebook), <https://www.facebook.com/matsda2sh/>.

### La importancia de la promoción de la transparencia

Las organizaciones de la sociedad civil pueden ser una voz fuerte y abogar por una mayor transparencia de los gobiernos locales, los partidos políticos y los OGE a fin de impulsar cambios regulatorios y legales para proteger mejor las elecciones futuras y garantizar compromisos más sólidos, auditabilidad y medidas de rendición de cuentas de las redes sociales y otras empresas de tecnología. Tales llamamientos a la transparencia, la rendición de cuentas y la reforma a menudo requerirán que las OSC diseñen una campaña de promoción proactiva.

Al desarrollar una campaña de promoción centrada en el gobierno, tenga en cuenta las mejores prácticas que se enumeran a continuación.

- Llevar a cabo un **análisis de la situación y el entorno** sobre por qué se puede justificar una campaña de promoción: ¿Cuáles son las leyes y regulaciones actuales sobre manipulación de información, odio en línea, acoso y libertad de expresión dentro de la sociedad?
- Mapear las partes interesadas y **formar una coalición**: ¿Quiénes son las partes interesadas con las que necesita involucrarse de los gobiernos locales, sus socios y expertos legales y técnicos para construir una coalición de incidencia y una campaña

de incidencia exitosa? Dado que la manipulación de información, el odio en línea y el acoso a menudo incluyen comunidades marginadas, asegúrese de incluir la diversidad de estas voces y perspectivas.

- Considere el **tema central** o el conjunto de temas en torno a los cuales construir su campaña de promoción de políticas y asegure la alineación del tema en todo su ecosistema de partes interesadas.
- Cree **estrategias de comunicación y mensajería**. Esto puede incluir el desarrollo de contenido, un sitio web y redes sociales y presencia en los medios tradicionales. Identifique a sus validadores que pueden amplificar el mensaje de su campaña.
- Identifique las **partes interesadas del gobierno** con las que desea abogar y las mejores tácticas para la promoción del gobierno. Esto puede incluir involucrarse directamente con los gobiernos, escribir cartas, presentar recomendaciones y asociarse con aliados internos que puedan llevar a cabo el mensaje.

Se puede encontrar información adicional en el Libro de estrategias de promoción de la Internet abierta para la democracia - [Open Internet for Democracy Advocacy Playbook](https://openinternet.global/sites/default/files/2020-10/Open%20Internet%20for%20Democracy%20Playbook%20%283April2019%20Release%29.pdf).<sup>111</sup>

<sup>111</sup> Internet abierto para la democracia, Libro de estrategias de defensa: estrategias para construir coaliciones y tácticas (OID, sin fecha), <https://openinternet.global/sites/default/files/2020-10/Open%20Internet%20for%20Democracy%20Playbook%20%283April2019%20Release%29.pdf>.

## Alfabetización digital

Las iniciativas de alfabetización digital se centran en desarrollar la capacidad de los ciudadanos para operar en un mundo altamente digitalizado. Si bien los programas de alfabetización digital deben adaptarse a su audiencia, generalmente incluyen ayudar a las personas a aprender a distinguir rápidamente los hechos de la ficción y desarrollar una comprensión de cómo se difunde la información en línea. En una iniciativa de alfabetización digital, sus socios, empleados y ciudadanos pueden aprender estas lecciones fundamentales:

- Cómo pensar críticamente sobre la información que consumen tanto en las redes sociales como a través de los medios tradicionales.
- Las funciones de los medios de comunicación social y general, incluida la forma en que se selecciona y difunde la información.
- Cómo identificar contenido creíble (es decir, ¿puede ser verificado por múltiples fuentes creíbles? ¿ha sido verificado por organizaciones de verificación de hechos creíbles? ¿es el titular sensacionalista?, etc.).
- Cómo verificar imágenes y videos a través de programas como la búsqueda de imágenes de Google, la búsqueda inversa de imágenes y el desmentido de noticias de videos falsos. Búsqueda de imágenes en Google, Búsqueda inversa de imágenes, y desacreditador de noticias de video falso - debunker.<sup>112</sup>
- Cómo evitar contribuir a la desinformación al no compartir ni comentar contenido no verificado.<sup>113</sup>
- Cómo denunciar contenido falso o dañino en redes abiertas y cerradas a plataformas de redes sociales.

- Reconocer cómo los prejuicios, el "pensamiento grupal" y las normas culturales, religiosas y sociales afectan la capacidad de uno para identificar y evaluar contenido creíble.

Cualquier iniciativa de alfabetización digital para ciudadanos, socios y su propia organización también debe incluir lecciones sobre higiene cibernética.

- Utilice contraseñas seguras y autenticación de dos factores.
- Utilice mensajería encriptada para comunicar información confidencial.
- Utilice una red privada virtual (VPN - Virtual Private Network por sus siglas en inglés) para establecer conexiones de red privada para comunicarse y realizar los negocios de su organización de manera segura.<sup>114</sup>
- Revise la configuración de privacidad y seguridad en sus cuentas de redes sociales.

El programa integral Learn to Discern (L2D) de IREX (L2D) tiene amplios recursos para crear un programa de alfabetización digital en su sitio web Resources for Learning & Impact.<sup>115</sup> La página de recursos de alfabetización mediática e informacional de la UNESCO también enumera varios recursos útiles.<sup>116</sup>



**Consejo: Adaptar los programas de alfabetización digital para los grupos marginados** es particularmente importante, ya que la manipulación de información a menudo se extiende en esas comunidades, y con frecuencia se dirige a mujeres y niñas.

<sup>112</sup> Imágenes Google (Google, sin fecha), <https://www.google.com/imghp?hl=en>; Squobble.com, Squobble.com, "Búsqueda inversa de imágenes de RevEye" (aplicación), <https://chrome.google.com/webstore/detail/reveye-reverse-image-sear/keaaccljehbbapnphnmpiklalfhelgf?hl=en>; InVID y WeVerifyFake, "News Debunker" (aplicación), <https://chrome.google.com/webstore/detail/fake-news-debunker-by-inv/mhccpoafgdbhjhfkcmgkndkeenfhe?hl=en>.

<sup>113</sup> ReFrame y PEN America, *Kit de herramientas de defensa de Disinfo para organizadores y defensores (ReFrame y PEN America, sin fecha)*, <https://pen.org/wp-content/uploads/2020/12/disinfo-defense-toolkit-v2-compressed.pdf>.

<sup>114</sup> Techopedia, "¿Qué es una red privada virtual (VPN)?" (Techopedia, actualizado el 14 de noviembre de 2016), <https://www.techopedia.com/definition/4806/virtual-private-network-vpn>.

<sup>115</sup> Learn to Discern, "Capacitación en alfabetización mediática" (IREX, sin fecha), <https://www.irex.org/project/learn-discern-l2d-media-literacy-training>.

<sup>116</sup> "Alfabetización mediática e informacional - Recursos" (UNESCO, sin fecha), <https://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy/resources>.



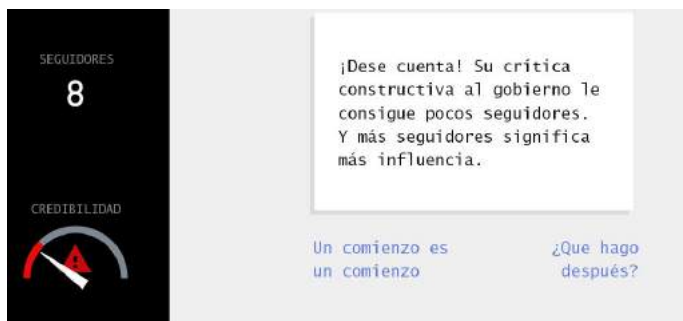
### Consejo: no olvide las fuentes de medios tradicionales

Recuerde que la alfabetización digital también debe incluir la comprensión de cómo la información se difunde fuera de línea a través de fuentes de información más tradicionales (periódicos, radio, etc.). Asegúrese de recordar a sus participantes que las mismas habilidades de alfabetización digital se aplican al identificar información creíble en periódicos y en la radio y que la información puede viajar entre los medios tradicionales fuera de línea y las redes confiables en línea.

## “Juegos para discernir”

Su iniciativa de alfabetización digital puede incorporar enfoques de aprendizaje únicos. Los juegos pueden enseñar cómo se difunden las noticias falsas y cómo identificar y discernir información creíble y desacreditar narrativas falsas o falsedades. Por ejemplo, psicólogos de la Universidad de Cambridge se asociaron con el colectivo de medios holandeses DROG para crear el juego *Bad News Game*, que busca desarrollar la resiliencia psicológica a la desinformación.<sup>117</sup> El juego incorpora aprendizaje experiencial activo al pedir a los jugadores que creen una personalidad falsa, atraigan seguidores y creen credibilidad como un sitio de noticias falso. En otras palabras, el juego permite a los jugadores familiarizarse con la mentalidad de los actores de amenazas que buscan difundir desinformación. Los jugadores desarrollan resistencia a la desinformación al comprender mejor a los actores de amenazas y sus tácticas, incluida la suplantación,

la emoción, la polarización, el tráfico de teorías de la conspiración, la desacreditación de hechos y el *trolling*. La siguiente captura de pantalla muestra la experiencia del jugador.



Existen juegos similares para audiencias globales, regionales y específicas de cada país. Los juegos que podrían usarse globalmente incluyen *PolitiTruth*, *Be Internet Awesome*, *Factitious* y *Fakey*.<sup>118</sup> Otros juegos, como *Harmony Square* y *Fake It to Make It*, se han creado específicamente para contextos de países como los EE. UU. y los Países Bajos, respectivamente.<sup>119</sup> Revise estas herramientas existentes para ver si alguna podría ser útil en sus esfuerzos de alfabetización digital. Muchos de estos juegos pueden servir como puntos de partida útiles para concebir un juego que se ajuste al contexto de su propio país. El uso de juegos existentes probablemente requerirá traducción, contextualización y otros ajustes para que sean relevantes al contexto de su país.

<sup>117</sup> DROG, “Bad News Game” (juego en línea), <https://www.getbadnews.com/#intro>.

<sup>118</sup> PolitiFact, “PolitiTruth” (aplicación) <https://www.cinqmarsmedia.com/politifact/index.html>; Be Internet Awesome, “Interland” (juego en línea), [https://beinternetawesome.withgoogle.com/en\\_us/interland/landing/tower-of-treasure](https://beinternetawesome.withgoogle.com/en_us/interland/landing/tower-of-treasure); AU Game Lab and JoLT, “Factitious 2020” (juego en línea), <http://factitious-pandemic.augamestudio.com/#/>; Observatorio de redes sociales, “Fakey” (juego en línea), <https://fakey.osome.iu.edu>.

<sup>119</sup> Global Engagement Center (GEC), Cybersecurity and Infrastructure Security Agency (CISA), DROG y University of Cambridge, “Harmony Square” (juego en línea), <https://harmonysquare.game/en/>; Amanda Warner, “Fake It to Make It” (juego en línea), <https://www.fakeittomakeitgame.com>.

## Iniciativas de alfabetización digital de las plataformas de redes sociales

Las plataformas de redes sociales y otros socios del sector privado han invertido en la construcción de esfuerzos de resiliencia a nivel mundial a través de asociaciones cívicas, públicas y privadas. Muchos de los programas resultantes, que se detallan a continuación, están disponibles en varios idiomas y podrían ser recursos útiles mientras trabaja para desarrollar la alfabetización digital de su organización y comunidades.

- **Expertos de Facebook y Asia-Pacífico** colaboraron en el programa We Think Digital, que fomenta la alfabetización digital en la región a través de la creación de guías públicas de acciones de los usuarios, módulos de aprendizaje digital, videos y otros recursos pedagógicos.<sup>120</sup>
- **Twitter** se asoció con la UNESCO para crear el manual Enseñando y aprendiendo con Twitter, que ayuda a los educadores de todo el mundo a permitir que los jóvenes piensen críticamente sobre la información que consumen.<sup>121</sup>
- **Google y YouTube** han invertido significativamente en responsabilidad digital y alfabetización mediática – alfabetización mediática – para desarrollar la resiliencia de los ciudadanos y los jóvenes.<sup>122</sup> Más recientemente, Google invirtió 25 millones de euros para ayudar a poner en marcha el Fondo Europeo de Medios e Información - European Media and Information Fund.<sup>123</sup> Este esfuerzo está destinado a educar, capacitar y apoyar a los ciudadanos en el fortalecimiento de las habilidades de alfabetización mediática; apoyar y escalar el trabajo de los verificadores de hechos; y fortalecer la experiencia y la investigación en torno a la manipulación de información en sus diversas formas.

- **Microsoft** también se ha asociado con instituciones de investigación y OSC a nivel mundial, incluida la Universidad de Washington, Sensity y USA Today, en su programa Defendiendo a la Democracia, para construir resiliencia y promover la alfabetización mediática y digital, para ayudar al público a descifrar las falsedades de las medias verdades y los hechos.<sup>124</sup> El objetivo final de esta iniciativa ha llevado a una ciudadanía más comprometida - engaged citizenry.<sup>125</sup>

<sup>120</sup> Facebook, "Pensamos Digital" (Facebook, sin fecha), <https://wethinkdigital.fb.com>.

<sup>121</sup> Twitter, "Enseñando y Aprendiendo con Twitter" (Twitter, sin fecha), <https://about.twitter.com/content/dam/about-twitter/en/tfg/download/teaching-learning-with-twitter-unesco.pdf>.

<sup>122</sup> Jacqueline Fuller, "Llevando la educación en alfabetización digital y mediática a más escuelas en Corea" (Google.org, 28 de marzo de 2019), <https://www.blog.google/outreach-initiatives/google-org/digital-and-media-literacy-education-korea/>.

<sup>123</sup> Matt Briton, "Contribución de 25 millones de euros de Google a la alfabetización mediática", The Keyword (blog de Google), 21 de marzo de 2021, <https://blog.google/around-the-globe/google-europe/googles-25-million-contribution-to-media-literacy/>; "European Media and Information Fun," Calouste Gulbenkian Foundation, <https://gulbenkian.pt/en/european-media-and-information-fund/>.

<sup>124</sup> Sensity, <https://sensity.ai>; Tom Burt, "Anunciando el programa de defensa de la democracia", Microsoft on the Issues (blog), 13 de abril de 2018, <https://blogs.microsoft.com/on-the-issues/2018/04/13/announcing-the-defending-democracy-program/>.

<sup>125</sup> Tom Burt, "Nuevos pasos para combatir la desinformación" *Microsoft on the Issues* (blog), Septiembre 1, 2020, <https://blogs.microsoft.com/on-the-issues/2020/09/01/disinformation-deepfakes-newsguard-video-authenticator/>.

## Consejos clave para combatir la manipulación de información

Los siguientes son consejos clave para que su organización identifique, responda y desarrolle resiliencia a la manipulación de información.



### Tenga un plan en marcha

No espere hasta haber experimentado o presenciado narrativas de manipulación de información electoral en su ecosistema local de información en línea para comenzar a identificar los mejores enfoques y estrategias para contrarrestarlos. Prepárese de forma proactiva.

### No todos los gobiernos tienen buenas intenciones

Proceda con precaución si decide denunciar a los gobiernos la manipulación de información relacionada con las elecciones, ya que muchos no respetan las normas democráticas o no son imparciales. Revise los recursos y las acciones pasadas que los gobiernos han tomado para evitar hacer más daño.

### Asóciase para producir mejores resultados

Involucrarse y colaborar con un conjunto diverso de entidades que trabajan en las elecciones, como los OGEs y las OSCs que trabajan en la educación de los votantes; líderes comunitarios y religiosos que son fuentes confiables de información en sus comunidades; plataformas de redes sociales; periodistas; y verificadores de hechos, etc.

### Ajuste sus expectativas sobre el comportamiento y las acciones de las plataformas de redes sociales

La manipulación de información electoral es desenfrenada en las plataformas de redes sociales. Familiarícese con las políticas de las plataformas y los estándares comunitarios y comprenda que muchas plataformas no responden de inmediato a los informes de los usuarios ni están preparadas para abordar el entorno de información electoral de un país en sus sitios.

### Mezcle, combine y adapte sus enfoques

Responder a la manipulación de información electoral requiere una combinación de enfoques para asegurar resultados exitosos, y la efectividad de estos enfoques variará según los contextos de los países.

### La respuesta rápida y la resiliencia a largo plazo van de la mano

Las respuestas a corto plazo a la manipulación de información electoral deben complementarse con el desarrollo de la resiliencia a largo plazo en áreas como la alfabetización digital, las campañas de concienciación pública y un enfoque de toda la sociedad para fomentar un público bien informado.

### Ver u oír algo, decir algo

Si ve o escucha información manipulada dirigida a su organización, organizaciones asociadas y / o segmentos de la población con la que trabaja, infórmelo a las autoridades gubernamentales, las plataformas de redes sociales y los medios de comunicación para que se investiguen cuando corresponda.

### La alfabetización digital aumenta el pensamiento crítico

Eduque a sus ciudadanos, organizaciones, socios y redes de confianza sobre la identificación de narrativas y contenido falsos. Anímelos a permanecer atentos y a pensar críticamente sobre la información consumida en línea y fuera de línea.

# Apéndices



## Apéndice A: Casos de estudio



### Caso de estudio de México

#### Antecedentes y contexto político

En México, la manipulación de información ocurre en un entorno con tasas de penetración de Internet relativamente altas, con aproximadamente dos tercios del país en línea y altos niveles de uso de las redes sociales. La mayoría de las personas (86 por ciento) obtienen sus noticias de fuentes en línea, con Facebook (70 %), YouTube (44 %) y WhatsApp (39 %) como las tres plataformas más grandes de noticias en línea. A pesar de las altas tasas de uso de los medios sociales y en línea, 60% de las personas en México están preocupadas por el ecosistema de información en línea y la difusión de información falsa en línea.<sup>126</sup>

Para agravar aún más esta tendencia está el hecho de que el entorno en línea de México es solo “parcialmente libre”; esto, combinado con una creciente polarización y políticas de identidad, ha creado las condiciones propicias para la difusión de información falsa en línea. El gobierno también ha realizado esfuerzos para impedir la libertad de expresión, la libertad de prensa, las prácticas democráticas y otros derechos humanos fundamentales mediante la vigilancia, leyes restrictivas y manipulación de la información.<sup>127</sup>

#### Manipulación de información en México

Dentro de este contexto político y en línea, México ha tenido una larga historia de manipulación de información por parte de una variedad de actores malignos, incluidos candidatos

políticos, la industria de influencia y otros actores locales que han utilizado las redes sociales para difundir desinformación sobre política. Estas campañas se caracterizan a menudo por cuentas altamente automatizadas, a veces llamadas bots políticos, que han desempeñado un papel importante en la amplificación de la desinformación en línea. El uso de bots llamó la atención del público por primera vez durante las elecciones presidenciales de 2012 en México, donde los investigadores identificaron el uso de “Peñabots” por parte del Partido Revolucionario Institucional (PRI)<sup>128</sup> para apoyar la campaña del entonces candidato Enrique Peña Nieto. Desde entonces, estudios académicos e investigaciones periodísticas han identificado el uso continuo de bots para interrumpir la comunicación en línea, el discurso político y las actividades de protesta en México.<sup>129</sup>

Las elecciones generales de 2018 marcaron desafíos sin precedentes para el ecosistema de información en línea. Como la elección más grande en la historia de México, con más de 3,400 escaños abiertos a nivel local, estatal y federal, las redes sociales se convirtieron en uno de los principales frentes para la manipulación de información. Aunque existía la preocupación de que las operaciones de información rusas contaminen el ecosistema de información, la mayor parte de la desinformación se originó en México. En el período previo a la votación, las cuentas de bot generaron *hashtags* virales para exacerbar las divisiones políticas y amplificar las conspiraciones en torno al fraude y la corrupción.<sup>130</sup> Los distribuidores de noticias falsas y los encuestadores falsos mezclaron hechos con ficción para socavar la credibilidad de las organizaciones de noticias profesionales y obstaculizar la capacidad de los ciudadanos para acceder a

<sup>126</sup> Nic Newman, et al., *Reuters Institute Digital News Report 2020* (Reuters Institute for the Study of Journalism, 2020), [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR\\_2020\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf).

<sup>127</sup> Freedom House, “México: Informe de país 2020 - Libertad en la Red”, Freedom House (2020), <https://freedomhouse.org/country/mexico/freedom-net/2020>.

<sup>128</sup> Luis Daniel, “Rise of the Peñabots,” *Data and Society: Points* (blog), Data and Society Research Institute (February 24, 2016), <https://points.datasociety.net/rise-of-the-peñabots-d35f9fe12d67>.

<sup>129</sup> Luiza Bandeira et al., *Desinformación en las democracias: Fortalecimiento de la resiliencia digital en América Latina* (Laboratorio de investigación forense digital del Atlantic Council, marzo de 2019), <https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/report/desinformation-democracies-strengthening-digital-resilience-latin-america/>; Samantha Bradshaw, Hannah Bailey y Philip Howard, *Desinformación industrializada: Inventario global 2020 de manipulación de redes sociales organizadas*, Proyecto de investigación de propaganda computacional (Oxford Internet Institute, 13 de enero de 2021), <https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/127/2021/01/CyberTroop-Report-2020-v.2.pdf>; Pablo Suárez-Serrato et al., “Sobre la influencia de los bots sociales en las protestas online. Hallazgos preliminares de un estudio de caso mexicano”, en E. Spiro y YY Ahn (eds) “*Informática social. SocInfo 2016*”, *Apuntes de conferencias en Ciencias de la Computación*, vol. 10047 (Springer, Cham), [https://doi.org/10.1007/978-3-319-47874-6\\_19](https://doi.org/10.1007/978-3-319-47874-6_19).

<sup>130</sup> Luiza Bandeira et al., *Desinformación en las democracias: Fortalecimiento de la resiliencia digital en América Latina*; Monika Glowacki et al., “Consumo de noticias e información política en México: mapeo de las elecciones presidenciales mexicanas de 2018 en Twitter y Facebook” (Computational Propaganda Project, 2018), <http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2018/06/Mexico2018.pdf>.

información precisa sobre las elecciones, los candidatos y sus campañas.<sup>131</sup> Los investigadores encontraron que muchas de estas actividades fueron impulsadas por empresas comerciales que fueron contratadas por políticos y empresas para distorsionar el ecosistema de información a su favor.<sup>132</sup>

Las elecciones generales de 2018 en México también se caracterizaron por altos niveles de violencia política, con más de 100 políticos asesinados en el período previo a la votación.<sup>133</sup> Si bien muchos de estos asesinatos se han asociado con el crimen organizado y la guerra contra las drogas, que se libra durante mucho tiempo, la violencia política también se ha visto agravada por la manipulación de información. Durante una polémica contienda por la gobernación en la provincia de Puebla, el *Atlantic Council* encontró cuentas automatizadas que amplificaban *hashtags* competidores que afirmaban prematuramente la victoria de los candidatos opuestos.<sup>134</sup> La provincia de Puebla reportó altos niveles de violencia, con ciudadanos asesinados y boletas robadas o incendiadas.

La manipulación de información no solo ocurre durante las elecciones en México. En 2019, una investigación de *Signa\_Lab* identificó una red de cuentas de Twitter que atacaban a periodistas y medios de comunicación que criticaban al nuevo presidente.<sup>135</sup> La manipulación de información crea muchos desafíos para la libertad de expresión y la libertad de prensa en México: los periodistas, activistas y opositores políticos sufren de manera desproporcionada hostigamiento, amenazas, rumores y calumnias en las redes sociales.<sup>136</sup> Como muchos otros países, las mujeres son particularmente vulnerables a las campañas de difamación en línea, donde cuentas falsas han compartido videos e imágenes manipulados para sexualizar, cuestionar y degradar la

credibilidad y legitimidad de las mujeres profesionales.<sup>137</sup> Aunque México tiene reglas de paridad de género para los partidos políticos, las mujeres políticas aún enfrentan una cantidad desproporcionada de acoso en línea.

## Intervenciones

Con el fin de identificar, responder y desarrollar resiliencia a la manipulación de información durante las elecciones presidenciales de 2018, el Instituto Nacional Electoral (INE) federal de México colaboró con plataformas de redes sociales y OSCs para mejorar la integridad de la información en todo el país.

Las tres principales empresas de redes sociales (Facebook, Twitter y Google) trabajaron directamente con el INE para facilitar el acceso de los ciudadanos a la información sobre las elecciones.<sup>138</sup> Dado que más de 60 millones de ciudadanos en México usan Internet, muchos de los cuales lo usan para el descubrimiento y la conservación de noticias, las tres plataformas transmitieron en vivo los debates presidenciales mexicanos y los anuncios electorales oficiales por primera vez. Twitter estableció discusiones formales con *hashtags* en torno a los debates presidenciales, lo que creó un foro para comentarios profesionales y periodísticos en tiempo real sobre los temas en debate. Facebook y Google también trabajaron con el INE para implementar botones interactivos que dirigirían a los usuarios al centro electoral del INE, ayudarían a los usuarios a encontrar los colegios electorales y difundir mensajes para promover el voto. En general, estas colaboraciones de plataformas ayudaron a los ciudadanos a encontrar y acceder a información precisa sobre los candidatos, así como a los procedimientos e información electorales.<sup>139</sup>

<sup>131</sup> Jorge Buendía, Encuestas falsas como noticias falsas: el desafío para las elecciones en México (Wilson Center, 2018), <https://www.wilsoncenter.org/publication/fake-polls-fake-news-the-challenge-for-mexicos-elections>.

<sup>132</sup> Ben Nimmo et al., "#ElectionWatch: Tendencias más allá de las fronteras en México", Medium, 28 de junio de 2018, <https://medium.com/dfrlab/electionwatch-trending-beyond-borders-in-mexico-2a195ecc78f4>.

<sup>133</sup> Natasha Turak, "Más de 100 políticos han sido asesinados en México antes de las elecciones del domingo", CNBC, 26 de junio de 2018, <https://www.cnbc.com/2018/06/26/more-than-100-politicians-murdered-in-mexico-ahead-of-election.html>.

<sup>134</sup> Bandeira et al., *Desinformación en las democracias: Fortalecimiento de la resiliencia digital en América Latina*.

<sup>135</sup> *Signa\_Lab*, "Democracia, Libertad de Expresión y Esfera Digital. Análisis de Tendencias y Topologías En Twitter. El Caso de La #RedAMLOVE" (2019), [https://signalab.iteso.mx/informes/informe\\_redamlove.html](https://signalab.iteso.mx/informes/informe_redamlove.html).

<sup>136</sup> ARTÍCULO 19, "México: Informe muestra silenciamiento de periodistas y libertad de prensa" (ARTÍCULO 19: 17 de abril de 2019), <https://www.article19.org/resources/mexico-report-shows-silencing-of-journalists-and-media-freedom/>.

<sup>137</sup> Freedom House, "México: Libertad en la Red 2020 Reporte País." <https://freedomhouse.org/country/mexico/freedom-net/2020>

<sup>138</sup> Comisión Kofi Annan sobre Elecciones y Democracia, "Protección de la integridad electoral en la era digital" (enero de 2020), <https://www.kofiannan-foundation.org/our-work/kofi-annan-commission/the-kacedda-94nfyd3mjgo9phewncbtf5tcgitolhz/>.

<sup>139</sup> Comisión Kofi Annan sobre Elecciones y Democracia, "Protección de la integridad electoral en la era digital". [https://www.kofiannanfoundation.org/app/uploads/2020/05/85ef4e5d-kaf-kacedda-report\\_2020\\_english.pdf](https://www.kofiannanfoundation.org/app/uploads/2020/05/85ef4e5d-kaf-kacedda-report_2020_english.pdf).

Además de trabajar con plataformas, las organizaciones de la sociedad civil también se coordinaron con el INE para ayudar a identificar, responder y generar resiliencia frente a la manipulación de información durante las elecciones de 2018. Una de las intervenciones más destacadas fue Verificado 2018, que reunió a más de 80 socios para identificar y responder a la manipulación de información en tiempo real.<sup>140</sup> Verificado creó un eje central de recursos electorales y produjo videos informativos— que registró 5,4 millones de visitas, para ayudar a los ciudadanos a comprender el proceso electoral.<sup>141</sup> También establecieron una serie de procesos para que los usuarios indaguen sobre la veracidad del contenido en las plataformas de redes sociales y reciban respuestas confiables y oportunas de los verificadores de hechos. En Twitter y Facebook, las cuentas de Verificado tenían más de doscientos mil seguidores. Verificado también operaba un grupo de WhatsApp donde los usuarios podían enviar solicitudes de verificación de hechos. En la primera semana de funcionamiento, el grupo recibió más de 18.000 mensajes, 13.800 de los cuales fueron respondidos por cuatro empleados de Verificado. En total, el grupo de Verificado tenía más de 9,600 suscripciones y más de 60,000 interacciones.

## Lecciones de México para la respuesta de la sociedad civil a la manipulación de información

### Establecer relaciones de colaboración con empresas de plataformas y actores de la sociedad civil.

Las redes sociales son cada vez más una fuente de noticias e información, y trabajar con socios de la plataforma para ayudar a agilizar el acceso a la información electoral oficial puede ayudar a generar confianza en una elección. Mediante la transmisión en vivo de debates que tradicionalmente solo se transmitían por televisión, el INE y las empresas de redes sociales ayudaron a los usuarios a encontrar y ver los debates a través de los medios de comunicación utilizados por millones de ciudadanos. Las discusiones formales de *hashtags* que promovían el comentario periodístico y profesional ayudaron a exponer a los ciudadanos a información y opiniones adicionales sobre los debates, para que pudieran formular sus propias ideas y opiniones. Los centros de votación y la información sobre cómo y dónde votar ayudaron a alentar a los ciudadanos a salir y votar el día de las elecciones. Al proporcionar información precisa sobre los procesos de votación y los candidatos, estas relaciones de colaboración con las plataformas pueden ayudar a desarrollar la resistencia a las

campañas de manipulación de la información.

### El tiempo es importante: aumente la velocidad y la escala de la verificación de datos.

Ser capaz de abordar la manipulación de información en tiempo real y antes de que las narrativas se vuelvan virales es increíblemente importante para combatir la propagación de desinformación / falta de información dañina. Verificado tuvo tanto éxito en gran parte debido a la velocidad y escala a la que operaba. Al trabajar con múltiples socios de confianza, el personal podría identificar la manipulación de información a medida que surgió en las redes sociales y responder a las consultas de los usuarios sobre la veracidad del contenido de forma rápida y sencilla. También operaron en plataformas en línea donde se estaba extendiendo la desinformación / error para llegar a las audiencias con información corregida y contra-mensajes. En el período previo a las elecciones, el grupo de Twitter, Facebook y WhatsApp de Verificado llegó a cientos de miles de votantes con respuestas a consultas individuales sobre la veracidad del contenido. El desarrollo de estos canales confiables que podían responder con rapidez y precisión y en plataformas donde los usuarios encontraban información errónea ayudó a Verificado a desacreditar los rumores y generar confianza entre los ciudadanos y los votantes, lo que contribuyó al éxito general de la iniciativa.

### Cree una marca clara y coherente para obtener información profesional comprobada.

Lo que ayudó a que Verificado fuera una intervención exitosa no fue solo su enfoque en tiempo real de las narrativas de desinformación / falta de información a medida que surgieron, sino la forma en que estableció una marca clara y central para el contenido periodístico preciso, confiable y profesional sobre la elección. A pesar de trabajar con más de 80 socios de confianza, Verificado permitió que diferentes organizaciones prestaran recursos y experiencia bajo una única marca de confianza que ganó reconocimiento entre usuarios y ciudadanos. Las verificaciones de hechos y la información de Verificado también se recopilaron y transmitieron en estaciones de televisión locales y medios impresos, además de su trabajo en línea. La marca de confianza también ayudó a Verificado a establecerse como una fuente neutral y profesional de información fáctica en un entorno caracterizado por una desinformación doméstica altamente polarizante.

<sup>140</sup> Bandeira et al., "Desinformación en las democracias: Fortalecimiento de la resiliencia digital en América Latina". <https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/report/disinformation-democracies-strengthening-digital-resilience-latin-america/>.

<sup>141</sup> Bandeira et al., "Desinformación en las democracias: Fortalecimiento de la resiliencia digital en América Latina".



## Estudio de caso de Taiwán







### Antecedentes y contexto político

Taiwán fue tomado por sorpresa por la desinformación durante sus elecciones locales y referendos de 2018. Durante los siguientes dos años, el país desarrolló una respuesta de toda la sociedad para construir la cohesión social, contrarrestar la desinformación y garantizar una elección presidencial exitosa de 2020. En 2018, el gobierno de Taiwán respondió principalmente a las campañas de desinformación de manera unilateral, sin ninguna coordinación con verificadores de datos de terceros o empresas de redes sociales. En ese momento, aún no existían relaciones con empresas de redes sociales y verificadores de datos externos que pudieran colaborar con el gobierno para amplificar aún más las historias creíbles.<sup>142</sup> Sin embargo, en menos de dos años, Taiwán

estableció relaciones, canales de comunicación y coordinación entre el gobierno, la sociedad civil, plataformas de redes sociales y verificadores de datos independientes. Esta coordinación permitió a Taiwán identificar y responder a la desinformación con rapidez y eficacia durante las elecciones de 2020 y sentar las bases para la resiliencia a largo plazo a la desinformación. (ver [este reporte](#)).<sup>143</sup>

### Respuesta de toda la sociedad de Taiwán a las campañas de desinformación

A continuación, se muestran los aspectos más destacados de las intervenciones clave que Taiwán implementó para establecer una respuesta de toda la sociedad a la manipulación de información en torno a las elecciones presidenciales de 2020.

 Gobierno	 Plataformas de redes sociales	 Organizaciones de la sociedad civil
 <b>Respuesta:</b> La Oficina de Guerra Política del Ministerio de Defensa Nacional estableció un “ <a href="#">equipo de manejo rápido</a> ” para identificar y responder rápidamente a la desinformación de China y los medios e individuos nacionales pro-China, utilizar macrodatos para analizar las campañas de desinformación del PCCh y ampliar el contenido legible en las redes sociales, medios de comunicación y conferencias de prensa. <sup>144</sup>	 <b>Alianza:</b> LINE estableció una asociación cívica-pública-privada con el Yuan Ejecutivo de Taiwán y FactCheck Center, Cofacts, MyGoPen, Doublethink Lab y otros en el Proyecto de Responsabilidad Digital (DAP - <a href="#">Digital Accountability Project</a> – por sus siglas en inglés). <sup>145</sup> A través de esta asociación, LINE incorporó la verificación de hechos en su servicio y desarrolló un chatbot para informar a los usuarios de las campañas de desinformación, permitir a los usuarios enviar contenido para ser analizado por organizaciones de verificación de hechos reconocidas y proporcionar contenido de fuentes de noticias confiables a la usuarios.	 <b>Activismo de base:</b> las organizaciones de la sociedad civil desarrollaron redes confiables con verificadores de hechos independientes como Cofacts, el FactCheck Center de Taiwán y otros, así como con plataformas de redes sociales para identificar, responder y desarrollar resiliencia a las campañas de desinformación previas a las elecciones de 2020. mediante el uso de chats grupales cerrados y grupos vecinales y religiosos en persona. Este enfoque fue particularmente efectivo, ya que los representantes de las OSC pudieron colaborar y compartir información con redes confiables para facilitar la confianza. <sup>146</sup>






<sup>142</sup> Representante del Consejo Nacional Electoral (CNE) de Ecuador en discusión con el autor, marzo de 2020.

<sup>143</sup> Aaron Huang, *Combatir y defender la propaganda y la desinformación chinas: un estudio de caso de las elecciones de 2020 en Taiwán* (Centro Belfer de Ciencia y Asuntos Internacionales, 2020), <https://www.belfercenter.org/sites/default/files/files/publication/Combating%20Chinese%20Propaganda%20and%20Disinformation%20-%20Huang.pdf>.

<sup>144</sup> Jude Blanchett, et al., *Protección de la democracia en una era de desinformación: lecciones de Taiwán* (Centro de Estudios Estratégicos e Internacionales, enero de 2021), [https://csis-website-prod.s3.amazonaws.com/s3fs-public/publication/210127\\_Blanchette\\_Age\\_Disinformation.pdf](https://csis-website-prod.s3.amazonaws.com/s3fs-public/publication/210127_Blanchette_Age_Disinformation.pdf).

<sup>145</sup> Elizabeth Lange y Doowan Lee, “Cómo una aplicación de redes sociales supera la desinformación”, *Política exterior* (23 de noviembre de 2020), <https://foreignpolicy.com/2020/11/23/line-taiwan-disinformation-social-media-public-private-united-states/>.

<sup>146</sup> Colaborador de la comunidad g0v en discusión con el autor, diciembre de 2020.

 Gobierno	 Plataformas de redes sociales	 Organizaciones de la sociedad civil
 <b>Amplificación:</b> El gobierno creó equipos de “ingeniería de memes” dentro de cada agencia gubernamental para usar campañas de humor para responder a la desinformación de una manera atractiva. <sup>147</sup>	 <b>Respuesta:</b> Como resultado de la promoción y el compromiso persistente del gobierno y las OSC, Facebook lanzó su “sala de guerra en tiempo real” para prepararse para las elecciones de 2020 en Taiwán, lo que permite a su familia de aplicaciones eliminar el comportamiento no auténtico y el contenido falso en tiempo real, y de manera significativa fortalecer el entorno de información en comparación con las elecciones de 2018. <sup>148</sup>	 <b>Resiliencia:</b> Las OSCs lanzaron campañas de alfabetización digital, conciencia pública y educación para fortalecer las habilidades de pensamiento crítico y empoderar a los ciudadanos con información creíble, evitando al mismo tiempo el hiperpartidismo y la politización del contenido. <sup>149</sup> Incluyendo: <ul style="list-style-type: none"> <li>● Romper las cámaras de eco mediante el fomento de diálogos intergeneracionales con <u>adultos mayores</u>.</li> <li>● La iniciativa de “<u>Take back the TV remote</u>”, en la que los estudiantes se negaron a ver la televisión que cubría de manera desproporcionada historias a favor de China.<sup>150</sup></li> </ul>
 <b>Resiliencia:</b> TeEl gobierno estableció un <u>currículum de alfabetización digital</u> para los estudiantes y pidió al <u>comité de alfabetización mediática</u> garantizar que el plan de estudios de alfabetización digital se implemente de manera adecuada. <sup>151</sup>	 <b>Resiliencia:</b> Resiliencia: Facebook llevó a cabo eventos de alfabetización digital en asociación con organizaciones de verificación de datos de terceros como Taiwán FactCheck Center, Cofacts, MyGoPen y Doublethink Lab para educar a los ciudadanos sobre cómo descifrar información creíble a partir de contenido falso.	

<sup>147</sup> Anne Quito, “Taiwán está utilizando el humor como herramienta contra los engaños del coronavirus”, Quartz (5 de junio de 2020), <https://qz.com/1863931/taiwan-is-using-humor-to-quash-coronavirus-fake-news/>.

<sup>148</sup> Tzu-ti Huang, “Facebook publica un informe sobre la lucha contra la desinformación en el período previo a las elecciones de Taiwán”, *Noticias de Taiwán* (6 de octubre de 2020), <https://www.taiwannews.com.tw/en/news/4024275>.

<sup>149</sup> Colaborador de la comunidad g0v en discusión con el autor, diciembre de 2020.

<sup>150</sup> Olivia Yang, “Defender la democracia a través de la alfabetización mediática”, *Boletín de democracia de Taiwán* 3, no. 6 (9 de octubre de 2019), <https://bulletin.tfd.org.tw/tag/fake-news-cleaner/>.

<sup>151</sup> Nicola Smith, “A los escolares de Taiwán ahora se les enseñará cómo identificar noticias falsas”, TIME (7 de abril de 2017) <https://time.com/4730440/taiwan-fake-news-education/>; Sam Robbins, “Taiwan’s Push for Media Literacy - Is it All Fake News?” *Taiwan Insight* (March 27, 2020), <https://taiwaninsight.org/2020/03/27/taiwans-push-for-media-literacy-is-it-all-fake-news/>.



Gobierno



Plataformas de redes sociales



Organizaciones de la sociedad civil



**Legal:** El gobierno promulgó regulaciones, incluidas sanciones por difundir desinformación o rumores e interferir en las elecciones locales, como enmendar la Ley de Elección y destitución presidencial y vicepresidencial<sup>152</sup> en Mayo del 2020 y aprobar la ley de Anti-Infiltración.<sup>153</sup>

## Lecciones de Taiwán para una respuesta de toda la sociedad a la manipulación de información

Mientras otras organizaciones de la sociedad civil, gobiernos y ciudadanos piensan en cómo contrarrestar la manipulación de información durante las elecciones y los disturbios civiles, el enfoque de toda la sociedad de Taiwán proporciona las mejores prácticas que pueden replicarse en otros países y contextos regionales.

### La colaboración y las asociaciones entre el sector público y el privado son fundamentales.

El enfoque de Taiwán se centró en la construcción de asociaciones cívicas, públicas y privadas sólidas en un período corto de tiempo para permitir la identificación, respuesta y resistencia rápidas a la manipulación de información. Si bien el lanzamiento de iniciativas como la alfabetización digital puede llevar tiempo, otras, como la formación de asociaciones con organizaciones de verificación de datos y empresas de redes sociales, pueden suceder con rapidez para interrumpir la manipulación de información externa e interna y desacreditar el contenido y las narrativas falsas.

### Conozca su audiencia y comuníquese empáticamente.

Taiwán ha demostrado que un enfoque único para todos no funciona para combatir la manipulación de información y fortalecer la resiliencia. La sociedad civil y el gobierno de Taiwán crearon campañas de concienciación pública y esfuerzos de resiliencia para educar a diferentes segmentos de la población a lo largo de generaciones. La clave de estos esfuerzos fue la empatía, la compasión y la ruptura de las barreras sociales que a menudo disminuyen la cohesión interna.

### La creatividad y la innovación son fundamentales para el éxito.

Taiwán ha demostrado que la creatividad y la innovación son fundamentales para identificar, responder y desarrollar resiliencia a la manipulación de información. El uso de memes indicó que el humor es una herramienta creativa y poderosa para desacreditar las narrativas falsas y amplificar el contenido creíble. Los memes son económicos y altamente efectivos, y pueden ser replicados por otros actores de la sociedad civil y gobiernos.


<sup>152</sup> Ley de Elección y Revocación Presidencial y Vicepresidencial, modificada el 6 de mayo de 2020, Ministerio del Interior de la República de China (Taiwán), <https://law.moj.gov.tw/Eng/LawClass/LawAll.aspx?PCode=D0020053>.

<sup>153</sup> Consejo de Asuntos del Continente, República de China (Taiwán), "El Yuan Legislativo aprueba un proyecto de ley contra la infiltración para fortalecer la defensa de la democracia y preservar los intercambios estables y ordenados a través del Estrecho" (comunicado de prensa), 31 de diciembre de 2019, [https://www.mac.gov.tw/en/News\\_Content.aspx?n=2BA0753CBE348412&s=88E5E1EF1343B1B8](https://www.mac.gov.tw/en/News_Content.aspx?n=2BA0753CBE348412&s=88E5E1EF1343B1B8). Es importante tener en cuenta que, si bien Taiwán aprobó una serie de leyes y regulaciones para contrarrestar la desinformación y prevenir la interferencia electoral extranjera, las rutas legales deben revisarse cuidadosamente para garantizar que estén de acuerdo con los principios democráticos y los derechos humanos.

## Apéndice B: Información adicional sobre plataformas de redes sociales

### Descripción general de las políticas de las plataformas de redes sociales

La siguiente tabla proporciona enlaces y aspectos destacados de las políticas clave de las plataformas de redes sociales relevantes para sus esfuerzos por limitar la propagación de información errónea o desinformativa relacionada con las elecciones.


Plataforma	Puntos clave
<p><b>Facebook</b> <b>Estándares comunitarios</b><sup>154</sup></p> 	<p>Actualmente, los Estándares de la comunidad de Facebook no prohíben la desinformación o el error en general, pero prohíben el contenido que tergiversa información sobre votaciones o elecciones, incita a la violencia y promueve el discurso de odio. Además, los Estándares de la comunidad prohíben el “Comportamiento no auténtico coordinado”, que se define para prohibir generalmente las actividades que son características de las operaciones de información a gran escala en la plataforma.<sup>155</sup></p> <p>La empresa también tiene la responsabilidad de reducir la difusión de “noticias falsas.” Para operacionalizar esto, Facebook se compromete a reducir algorítmicamente (o rebajar) la distribución de dicho contenido, además de tomar otras medidas para mitigar su impacto y desincentivar su difusión. La compañía también ha desarrollado una política para eliminar categorías particulares de <u>medios manipulados</u> que pueden engañar a los usuarios; sin embargo, la política tiene un alcance limitado. Se extiende solo a los medios que son producto de la inteligencia artificial o el aprendizaje automático e incluye una concesión para cualquier medio que se considere sátira o contenido que edite, omita o cambie el orden de las palabras que realmente se dijeron.<sup>156</sup></p> <p>En mayo de 2021, Facebook lanzó un nuevo <u>Centro de Transparencia</u> que contiene recursos sobre sus esfuerzos de integridad y transparencia para los usuarios. Este nuevo esfuerzo muestra cómo Facebook detecta violaciones mediante el uso de tecnología y equipos de revisión, y explica el enfoque de tres partes de Facebook para la aplicación de contenido: eliminar, reducir e informar.<sup>157</sup></p>

<sup>154</sup> Facebook, “Estándares comunitarios” (Facebook, sin fecha), <https://www.facebook.com/communitystandards/>.

<sup>155</sup> Facebook, “Estándares comunitarios: coordinación de daños y publicidad del crimen” (Facebook, sin fecha), [https://www.facebook.com/communitystandards/COORDINATING\\_HARM\\_PUBLICIZING\\_CRIME](https://www.facebook.com/communitystandards/COORDINATING_HARM_PUBLICIZING_CRIME); Facebook, “Estándares comunitarios: violencia e incitación” (Facebook, sin fecha), [https://www.facebook.com/communitystandards/CREDIBLE\\_VIOLENCE](https://www.facebook.com/communitystandards/CREDIBLE_VIOLENCE); Facebook, “Normas de la comunidad: discurso de odio” (Facebook, sin fecha), [https://www.facebook.com/communitystandards/HATE\\_SPEECH](https://www.facebook.com/communitystandards/HATE_SPEECH); Facebook, “Normas de la comunidad: comportamiento poco auténtico”, [https://www.facebook.com/communitystandards/INAUTHENTIC\\_BEHAVIOR/](https://www.facebook.com/communitystandards/INAUTHENTIC_BEHAVIOR/).

<sup>156</sup> Facebook, “Normas de la comunidad: noticias falsas” (Facebook, sin fecha), [https://www.facebook.com/communitystandards/False\\_News](https://www.facebook.com/communitystandards/False_News); Facebook, Facebook, “Normas de la comunidad: medios manipulados” (Facebook, sin fecha), [https://www.facebook.com/communitystandards/manipulated\\_media](https://www.facebook.com/communitystandards/manipulated_media).

<sup>157</sup> Centro de Transparencia de Facebook (Facebook, sin fecha), <https://transparency.fb.com/>; Centro de transparencia de Facebook, “Cómo hacemos cumplir nuestras políticas” (Facebook, sin fecha), <https://transparency.fb.com/enforcement/>.



Plataforma	Puntos clave
<p><b>Twitter</b> <b>Reglas</b> <sup>158</sup></p> 	<p>Si bien no existe una política general sobre desinformación, las Reglas de Twitter incluyen varias disposiciones para abordar el contenido y el comportamiento falso <u>engañoso</u> en contextos específicos. Las políticas de Twitter prohíben la desinformación y otros contenidos que puedan suprimir la participación o inducir a error a las personas sobre cuándo, dónde o cómo participar en un <u>proceso cívico</u> y contenido que incluya discursos de odio o incite a la violencia o al acoso. Twitter también prohíbe <u>el comportamiento no auténtico y el spam</u>. En relación con la desinformación, Twitter ha actualizado su política de conducta de odio para prohibir el lenguaje que deshumaniza a las personas por motivos de raza, etnia y origen nacional.<sup>159</sup></p> <p>Las políticas de Twitter sobre las elecciones prohíben explícitamente la información engañosa sobre el proceso de votación. Sin embargo, las declaraciones inexactas sobre un funcionario, candidato o partido político electo o designado están excluidas de esta política.<sup>160</sup> Según estas reglas, Twitter ha eliminado las publicaciones que presentan desinformación sobre los procesos electorales, como la promoción del día de votación incorrecto o información falsa sobre los lugares de votación, contenido que los observadores electorales del OGE y otros están trabajando cada vez más para monitorear e informar.</p>

<sup>158</sup> Twitter, "Las reglas de Twitter" (Twitter, sin fecha), <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/twitter-rules>.

<sup>159</sup> Centro de ayuda de Twitter, "Política de integridad cívica" (Twitter, sin fecha), <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/election-integrity-policy>; Centro de ayuda de Twitter, "Política de manipulación y correo no deseado de la plataforma" (Twitter, sin fecha), <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/platform-manipulation>.

<sup>160</sup> Ayuda de Twitter, "Política de integridad cívica".



Plataforma	Puntos clave
<p><b>YouTube</b> <u>Lineamientos comunitarios</u><sup>161</sup></p> 	<p>YouTube sigue una política de tres strikes que resulta en la suspensión o terminación de cuentas ofensivas relacionadas con la desinformación. Los Lineamientos de la comunidad de YouTube incluyen varias disposiciones relevantes para la desinformación en contextos particulares, incluido contenido que tiene como objetivo engañar a los votantes sobre el tiempo, el lugar, los medios o los requisitos de elegibilidad para votar o participar en un <u>censo</u>; que presenta reclamos falsos relacionados con los <u>requisitos de elegibilidad</u> para que los <u>candidatos políticos</u> se postulen para cargos públicos y los <u>funcionarios gubernamentales electos</u> para desempeñarse en el cargo; o que promueva la violencia, el odio o el acoso de personas o grupos basados en <u>atributos intrínsecos</u>. Además, YouTube también ha ampliado su política contra el acoso que prohíbe a los creadores de videos usar discursos de odio e insultos por motivos de género, orientación sexual o raza.<sup>162</sup></p> <p>YouTube también ha desarrollado una política con respecto a los <u>medios manipulados</u>, que prohíbe el contenido que ha sido manipulado o manipulado técnicamente de una manera que induce a error a los usuarios (más allá de los clips sacados de contexto) y puede suponer un riesgo grave de daño atroz. Para mitigar aún más los riesgos de las campañas de manipulación o desinformación, YouTube también tiene políticas que prohíben <u>suplantación de identidad</u>, <u>tergiversar el país de origen</u> de uno u ocultar la asociación con un actor del gobierno. Estas políticas también prohíben <u>umentar artificialmente las métricas de participación</u>, ya sea mediante el uso de sistemas automáticos o mediante la presentación de videos a espectadores desprevénidos.<sup>163</sup></p>
<p><b>TikTok</b> <u>Lineamientos comunitarios</u><sup>164</sup></p> 	<p>En agosto de 2020 <u>actualizó</u> sus Directrices comunitarias prohíben el contenido que "induce a error a las personas sobre las elecciones u otros procesos cívicos, el contenido distribuido mediante campañas de desinformación y la desinformación sobre la salud".<sup>165</sup> TikTok agregó una política que "prohíbe el contenido sintético o manipulado que engañe a los usuarios al distorsionar la verdad de los eventos de una manera que podría causar daño". Esto incluye <u>prohibir las falsificaciones profundas</u> para evitar la propagación de desinformación. TikTok también aumentó la transparencia de su política en torno al <u>comportamiento no auténtico coordinado</u>.<sup>166</sup></p>

<sup>161</sup> Ayuda de YouTube, "Normas de la comunidad de YouTube" (YouTube, sin fecha), <https://support.google.com/youtube/answer/9288567>.


<sup>162</sup> Ayuda de YouTube, "Políticas de spam, prácticas engañosas y estafas" (YouTube, sin fecha), <https://support.google.com/youtube/answer/2801973?hl=en>; Ayuda de YouTube, "Política de incitación al odio" (YouTube, sin fecha), [https://support.google.com/youtube/answer/2801939?hl=en&ref\\_topic=9282436](https://support.google.com/youtube/answer/2801939?hl=en&ref_topic=9282436).

<sup>163</sup> Ayuda de YouTube, "Políticas de spam, prácticas engañosas y estafas"; Ayuda de YouTube, "Política de suplantación de identidad" (YouTube, sin fecha), <https://support.google.com/youtube/answer/2801947?hl=en>; Ayuda de YouTube, "Política de participación falsa" (YouTube, sin fecha), <https://support.google.com/youtube/answer/3399767?hl=en>.

<sup>164</sup> "Lineamientos de la comunidad de TikTok" (TikTok, sin fecha), <https://www.tiktok.com/community-guidelines?lang=en#37>.

<sup>165</sup> Vanessa Pappas, "Combatiendo la desinformación y la interferencia electoral en TikTok", (TikTok, 5 de agosto de 2020), <https://newsroom.tiktok.com/en-us/combating-misinformation-and-election-interference-on-tiktok>.

<sup>166</sup> Nick Statt, "TikTok está prohibiendo los deepfakes para protegerse mejor contra la información errónea", The Verge, (5 de agosto de 2020), <https://www.theverge.com/2020/8/5/21354829/tiktok-deepfakes-ban-misinformation-us-2020-election-interference>; Vanessa Pappas, "Combatiendo la desinformación y la interferencia electoral en TikTok".

Plataforma	Puntos clave
<p><b>Snapchat</b>  <u>Lineamientos</u>  <u>comunitarios</u><sup>167</sup></p> 	<p>En enero de 2017, Snapchat creó políticas para combatir la propagación de desinformación por primera vez. Snapchat implementó políticas para sus proveedores de noticias en la página Discover de la plataforma con el fin de combatir la desinformación y regular la información que se considera inapropiada para menores. Estas nuevas pautas requieren que los medios de comunicación verifiquen <u>los hechos</u> de sus artículos antes de que puedan mostrarse en la página Descubrir de la plataforma.<sup>168</sup></p> <p>En un artículo de opinión, el CEO de Snapchat, Evan Spiegel, describió la plataforma como una <u>diferente</u> de otros tipos de redes sociales y muchas otras plataformas, diciendo que "el contenido diseñado para ser compartido por amigos no es necesariamente contenido diseñado para brindar información precisa". No hay una fuente de información de los usuarios en Snapchat como ocurre con muchas otras plataformas de redes sociales, una distinción que hace que Snapchat sea más comparable a una <u>aplicación de mensajería</u>. Con las actualizaciones de Snapchat, la plataforma utiliza <u>editores humanos</u> que monitorean y regulan lo que se promociona en la página Descubrir, evitando la propagación de información falsa.<sup>169</sup></p>

## Descripción general de las funciones e intervenciones de los productos de las plataformas de redes sociales

Tipo de plataforma	Ejemplo clave de los esfuerzos de la plataforma a través de las características del producto y la intervención técnica / humana
<p><b>Empresas</b>  <b>tradicionales de</b>  <b>redes sociales</b></p>	<p><b>Facebook</b> utiliza estrategias algorítmicas para minimizar la información falsa o en disputa, lo que reduce la visibilidad del contenido en la sección de noticias; aplica límites de distribución contra páginas y sitios web de infractores reincidentes; y emplea notificaciones para los usuarios que se han involucrado con información errónea o desinformada.</p>

<sup>167</sup> Snap Inc., "Normas de la comunidad de Snapchat" (Snap Inc., sin fecha), <https://www.snap.com/en-US/community-guidelines>.

<sup>168</sup> Zameena Mejia, "Snapchat quiere hacer desaparecer también su plataforma", Quartz (23 de enero de 2017), <https://qz.com/892774/snapchat-quietly-updates-its-guidelines-to-prevent-fake-news-on-its-discover-platform/>.

<sup>169</sup> Evan Spiegel, "Cómo Snapchat está separando las redes sociales de los medios", Axios, (29 de noviembre de 2017), <https://www.axios.com/how-snapchat-is-separating-social-from-media-2513315946.html>; Jamie Condliffe, "Snapchat tiene un plan para combatir las noticias falsas: arrancando lo social "de los" medios", MIT Technology Review (29 de noviembre de 2017), <https://www.technologyreview.com/2017/11/29/147413/snapchat-has-a-plan-to-fight-fake-news-ripping-the-social-from-the-media/>; Daniel Funke, "He aquí por qué la última actualización de Snapchat lo aísla aún más de las noticias falsas" (Poynter, 1 de diciembre de 2017), <https://www.poynter.org/fact-checking/2017/heres-why-snapchats-latest-update-further-insulates-it-from-fake-news/>.

Tipo de plataforma	Ejemplo clave de los esfuerzos de la plataforma a través de las características del producto y la intervención técnica / humana
<b>Empresas tradicionales de redes sociales</b>	<p><b>Twitter</b> utiliza mensajes automáticos que advierten a los usuarios que no compartan enlaces que no han abierto, con la intención de "promover una discusión informada" y alentar a los usuarios a evaluar la información antes de compartirla. Esto sigue a la introducción de etiquetas de contenido y advertencias, que la plataforma ha colocado en los tweets que no están sujetos a eliminación bajo las políticas de la plataforma (o bajo la excepción de "interés público" de la empresa) pero que, no obstante, pueden incluir información errónea o <u>medios manipulados</u>.<sup>170</sup></p> <p><b>Instagram</b> elimina el contenido identificado como información errónea de los hashtags y de su página Explorar y hace que las cuentas que publican información errónea repetidamente sean más difíciles de encontrar al filtrar el contenido de esa cuenta desde las páginas de búsqueda <u>páginas de búsqueda</u>.<sup>171</sup></p> <p><b>TikTok</b> utiliza la tecnología para aumentar sus prácticas de moderación de contenido, en particular para ayudar a identificar comportamientos, patrones y cuentas no auténticas dedicadas a difundir contenido engañoso o spam. La empresa señala que sus herramientas hacen cumplir sus reglas y dificultan la búsqueda de contenido dañino, como información errónea y teorías de conspiración, en las recomendaciones de la plataforma o en las funciones de búsqueda.</p> <p><b>YouTube</b> de manera similar, emplea tecnología, en particular aprendizaje automático, para aumentar sus esfuerzos.<sup>172</sup> Como señala la empresa en sus políticas, "el aprendizaje automático es adecuado para detectar patrones, lo que nos ayuda a encontrar contenido similar a otro contenido que ya hemos eliminado, incluso antes de que se vea."</p>
<b>Aplicaciones de mensajería</b>	<p><b>WhatsApp</b> introdujo límites en el reenvío de mensajes en 2018, que impiden que los usuarios reenvíen un mensaje a más de cinco personas, así como indicadores visuales para garantizar que los usuarios puedan distinguir entre mensajes reenviados y contenido original. En el contexto de la pandemia de COVID-19, WhatsApp limitó aún más el reenvío al anunciar que los mensajes que se han reenviado más de cinco veces solo se pueden compartir posteriormente con un usuario a la vez. WhatsApp también desarrolló sistemas para identificar y eliminar cuentas automatizadas que envían grandes volúmenes de mensajes. WhatsApp está experimentando actualmente con métodos para detectar patrones en <u>mensajes</u> a través de prácticas de evaluación de cifrado homomórfico.<sup>173</sup> Estas estrategias pueden ayudar a informar el análisis y las intervenciones técnicas relacionadas con las campañas de desinformación en el futuro.</p>

<sup>170</sup> Yoel Roth y Nick Pickles, "Actualización de nuestro enfoque a la información engañosa", *producto de Twitter* (blog), 11 de mayo de 2020, [https://blog.twitter.com/en\\_us/topics/product/2020/updating-our-approach-to-misleading-information](https://blog.twitter.com/en_us/topics/product/2020/updating-our-approach-to-misleading-information).

<sup>171</sup> Guy Rosen et al., "Ayudando a proteger las elecciones estadounidenses de 2020", (Facebook, actualizado el 27 de enero de 2020), <https://about.fb.com/news/2019/10/update-on-election-integrity-efforts/>.

<sup>172</sup> Ayuda de YouTube, "Normas de la comunidad de YouTube".

<sup>173</sup> Himanshu Gupta y Harsh Taneja, "WhatsApp tiene un problema de noticias falsas, que se puede solucionar sin romper el cifrado", *Columbia Journalism Review*, 23 de agosto de 2018, [https://www.cjr.org/tow\\_center/whatsapp-doesnt-have-to-break-encryption-to-beat-fake-news.php](https://www.cjr.org/tow_center/whatsapp-doesnt-have-to-break-encryption-to-beat-fake-news.php).

Tipo de plataforma	Ejemplo clave de los esfuerzos de la plataforma a través de las características del producto y la intervención técnica / humana
<b>Motores de búsqueda</b>	<p>Google cambió su algoritmo de búsqueda para combatir la difusión de noticias falsas y las teorías de la conspiración. En una publicación de blog, el vicepresidente de ingeniería de Google, Ben Gomes, escribió que la empresa "ayudará a que aparezcan más páginas autorizadas y a degradar el contenido de baja calidad" en las <a href="#">búsquedas</a>.<sup>174</sup> En un esfuerzo a mejorar pautas de búsqueda mejoradas, Google está agregando personas reales para que actúen como evaluadores para "evaluar la calidad de resultados de búsqueda en Google: envíenos sus comentarios sobre nuestros."<sup>175</sup> Google también proporcionará "herramientas de retroalimentación directa" para permitir a los usuarios marcar el contenido inútil, sensible o inapropiado que aparece en sus búsquedas.</p>

## Apéndice C: Recursos adicionales

Hay muchos recursos disponibles para ayudar en la identificación, respuesta y construcción de resiliencia a la desinformación.

Consulte esta hoja de cálculo, que se actualizará continuamente, para obtener una lista cada vez mayor de herramientas y recursos:

### Anexo de recursos de manipulación de información

<sup>174</sup> The Keyword, "Nuestras últimas mejoras de calidad para la búsqueda" (Google, April 25, 2017) <https://blog.google/products/search/our-latest-quality-improvements-search/>.

<sup>175</sup> Ben Gomes, "Nuestras últimas mejoras de calidad para la búsqueda", The Keyword (blog), Google (25 de abril de 2017), <https://blog.google/products/search/our-latest-quality-improvements-search/>.



**Stanford** | Internet Observatory  
Cyber Policy Center