

PONLO A PRUEBA

PREPARACIÓN

Podría ser una buena idea preparar una presentación en PowerPoint/[Prezi](#)/[Canva](#) para esta parte porque gran parte de la sesión se basa en el análisis del contenido visual. Además, se recomienda adaptar los ejemplos sugeridos en esta sección del manual a cuestiones que sean más familiares para tu audiencia. Por ejemplo, si eres un educador esloveno que da clases particulares a alumnos eslovenos, intenta encontrar algunos ejemplos del discurso público esloveno para ilustrar un punto. Cuanto más populares sean los ejemplos, mejor comunicarás el mensaje.

Otra idea de preparación: prepara un breve cuestionario (3 preguntas como máximo) en [Kahoot](#) o preguntas con [Mentimeter](#) para que los alumnos participen en el tema. El cuestionario puede ser una herramienta de motivación, así como una herramienta para comprobar sus conocimientos existentes sobre la desinformación.

Ejemplos de preguntas:

1. ¿Qué es típico de la desinformación?

- A. Siempre es falso
- B. Sólo se encuentra en Internet
- C. Es involuntario
- D. Está creado por diversión.

2. ¿Cuál de las siguientes características se relaciona con la información errónea?

- A. El contenido se manipula a propósito y para causar daño
- B. La información publicada es privada
- C. Los errores son involuntarios (pies de foto inexactos, fechas, traducciones...)
- D. Se crean por interés personal o corporativo

PRESENTACIÓN DEL OBJETIVO DE LA SESIÓN

El objetivo de la sesión es conceptualizar la desinformación como un fenómeno que afecta a nuestras vidas y a la toma de decisiones y reflexionar sobre su naturaleza: ¿qué es? ¿De dónde viene? ¿Quién crea la desinformación y por qué?

Una forma eficaz de que los alumnos participen y de establecer expectativas comunes sobre lo que aprenderán es hacer algunas preguntas preliminares sobre la desinformación y categorizar sus respuestas. Esto puede hacerse mediante el trabajo en grupo pidiendo a los participantes que discutan y recojan ideas, pero también individualmente pidiendo a cada participante que escriba sus ideas en notas post-it. La actividad puede realizarse de la siguiente manera:

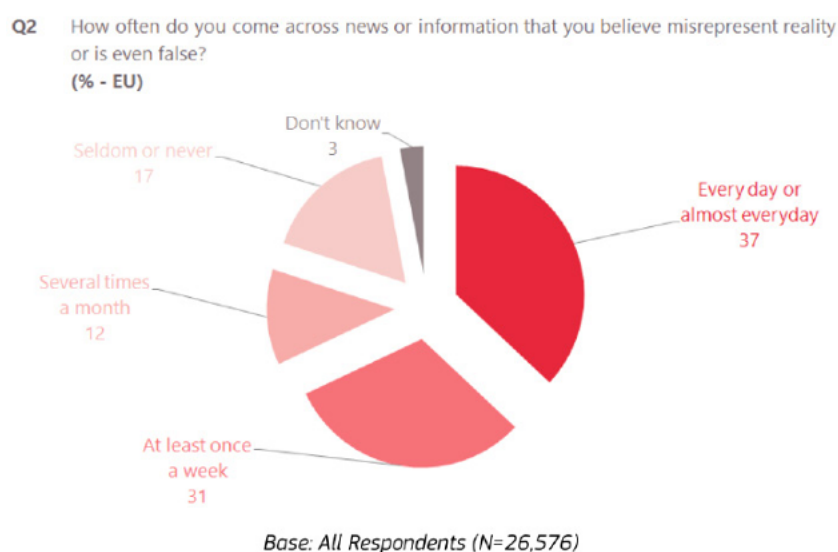
- Pide a los alumnos que den ejemplos de desinformación.
- Invita a los alumnos a categorizar dichos ejemplos según los temas.

Los ejemplos se referirán muy probablemente a temas como la identidad, el dinero, las prestaciones sociales, la salud, la tecnología.

- Pide a los alumnos que respondan a las preguntas "¿Dónde encontramos la desinformación? ¿De qué tipo (videos, artículos, posts, etc.)?"
- Pide a los alumnos que reflexionen sobre la pregunta "¿Por qué la gente difunde desinformación?"

Las respuestas probablemente se relacionarán con el "avance de los intereses": (geo)-políticos, financieros, de negocios, sociales. Asegúrate de que los alumnos sean capaces de distinguir entre la difusión intencional y no intencional de información falsa. Para hacer hincapié en esta distinción, pregúntales: "¿Quién difunde información falsa?". Después de una primera ronda de respuestas, sigue con una segunda pregunta: "¿Quién de aquí ha compartido información falsa y se ha dado cuenta después?" (puede que quieras levantar una mano tú mismo).

- Pregunta a los alumnos con qué frecuencia creen que se encuentran con desinformación. Utiliza el siguiente gráfico (o uno similar) para ilustrar⁷



CONCEPTUALIZANDO LA DESIFORMACIÓN: DEFINICIONES

Antes de dar una definición oficial, pide a los participantes que den su propia definición. Después de este ejercicio preliminar, sugiere la siguiente definición:

‘Se entiende por **desinformación** la información verificablemente falsa o engañosa que se crea, presenta y difunde para obtener un beneficio económico o para engañar intencionadamente y que puede causar un daño público. El daño público comprende las amenazas a los procesos políticos y de elaboración de políticas democráticas, así como a los bienes públicos, como la protección de la salud, el medio ambiente o la seguridad de los ciudadanos de la Unión Europea. La desinformación no incluye los errores de información, la sátira y la parodia, ni las noticias y comentarios partidistas claramente identificados’. (Grupo de expertos de alto nivel de la comisión europea, 2019)⁸

!!! Señalad la diferencia con el concepto más amplio de "fake news". Este término se conoce sobre todo por su uso por parte de los políticos para describir las agencias de noticias con las que no están

⁷ Eurobarometer, 2018

⁸ La Comisión Europea, ‘Tackling Online Disinformation’, 2019, consultado el 19.04.2020, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/tackling-online-disinformation>

de acuerdo. Está vacío de contenido, es despectivo y se considera principalmente como una broma. El uso del término "fake news" "se está convirtiendo en un mecanismo por el cual los poderosos pueden reprimir, restringir, socavar y eludir la prensa libre"⁹. La UE y los estados europeos se refieren principalmente a la "desinformación" como el concepto relevante.

Pensad como grupo en la definición:

- Pregunta recomendada:
 - ¿Cómo consideras el acto de difundir información falsa *sin querer*? Si alguien difunde información falsa sin querer ¿es un delincuente o una víctima?
- Preguntas opcionales:
 - ¿Qué significa *falso verificable*? El debate debe tratar (entre otros) sobre hechos inventados y falsos, selección total o parcial de hechos y afirmaciones que impidan la interpretación, hechos inventados o falsos sobre el contexto.
 - ¿Cómo perjudica la desinformación a la opinión pública? Pide a los alumnos que piensen en ejemplos.
 - ¿Qué tipo de actividad está excluida de la definición de desinformación? ¿Cómo se relaciona el papel de los medios de comunicación con esta definición?

Utiliza esta discusión como introducción para presentar el marco conceptual del "Desorden de Información" (Wardle, 2017; Wardle & Derakhshan, 2017)¹⁰, que identifica tres tipos de información falsa y/o perjudicial:

TIPOS DE ALTERACIONES DE LA INFORMACIÓN



⁹ Claire Wardle and Hossein Derakhshan, 'Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making', Council of Europe, 2017 Strasbourg, p. 5.

¹⁰ Ibid.

- **Información errónea:** Errores involuntarios como pies de foto inexactos, fechas, estadísticas, traducciones o cuando la sátira se presenta como algo serio.
- **Desinformación:** Contenido audiovisual fabricado o deliberadamente manipulado. Teorías de conspiración o rumores creados intencionalmente.
- **Información maliciosa (en inglés malinformation):** Publicación deliberada de información privada para el interés personal o corporativo más que para el interés público (como la pornografía de venganza). Cambio deliberado de contexto, fecha u hora del contenido.

!!! La falsedad (*información errónea*) y la intención de hacer daño (información maliciosa) como combinación causan *desinformación*.

Reflexiona en conjunto sobre las definiciones pensando en ejemplos. El límite es a veces muy difícil de identificar, por lo que hay que ser flexible sobre qué ejemplo pertenece a cada categoría.

Otra sugerencia para la actividad: proporcionar a los alumnos una noticia de la semana pasada y pedirles que la conviertan en a) información errónea, b) desinformación, c) información maliciosa.

Deja que trabajen en grupos y limita el tiempo. Al final, haz que cada grupo presente sus "noticias" y que reciba feedback del resto de los participantes.

CONCEPTUALIZANDO LA DESIFORMACIÓN: UNA CATEGORIZACIÓN

Propón la siguiente categorización de la información errónea y la desinformación¹¹ y a continuación, reflexiona sobre ella como grupo proporcionando ejemplos:

- **Sátira o parodia:** sin intención de causar daño, pero con el potencial de engañar.



- En los EE. UU. esto fue recogido como veraz por tantas agencias de noticias que el verificador de hechos de EE. UU. Snopes tuvo que implicarse para confirmar que no era

¹¹ Claire Wardle, 'Fake News. It's Complicated', First Draft, 2017, obtenido el 17 de abril de 2020, <https://firstdraftnews.org/latest/fake-news-complicated/>; ejemplos de: Alexandre Alaphilippe, Roman ... 'Entrenamiento Cara a Cara para Educadores': Los antecedentes conceptuales de la desinformación', EU DisinfoLab, 2020, Zalec

cierto¹².

- Llama la atención la URL de la página web (tatersgonnatate.com) y la aclaración de la sátira ("Sátira Pelosi con mayonesa").
 - Incentiva a los alumnos a reflexionar sobre quién es responsable de este caso de desinformación. ¿Podemos culpar a alguien si sólo quería hacer un chiste?
 - Invita a los alumnos a reflexionar sobre esta información quiere hacer sentir a los demás.
- **Contenido engañoso:** uso engañoso de la información para plantear un tema.



- En realidad, el plan es para crear 'un complejo de urbanizaciones de lujo, que de incorporará un centro cultural musulmán y un espacio de oración'¹³.
- ¿Cómo de intencionado fue este intento de engañar a los lectores?
- Invita a los estudiantes a reflexionar sobre cómo el artículo tiene como objetivo hacer sentir a las personas. Haz hincapié en la terminología utilizada por el artículo para enmarcar el proyecto: "proyecto siniestro", "mezquita triunfal", "información oculta".

¹² David Mikkelsen, 'Did Nancy Pelosi Say Trump Must Apologize to Iran 'Or Else'', Snopes, 2020, obtenido el 19.04.2020, <https://www.snopes.com/fact-check/trump-apologize-to-iran/>.

¹³ Bethania Palma, 'Is the 'Ground Zero Mosque' Project Back?', Snopes, 2019, obtenido el 19.04.2020, <https://snopes.com/fact-check/muslim-community-center/>.

- **Contenido impulsor:** cuando las fuentes reales se personifican.

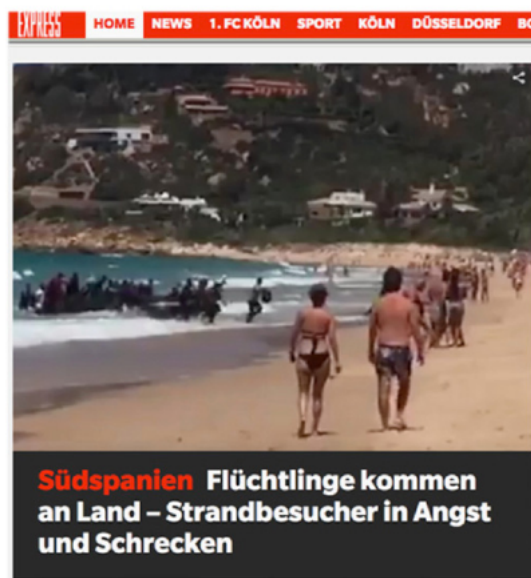


- Este artículo, en el que se afirmaba falsamente que "Emmanuel Macron fue apoyado por Arabia Saudita durante las elecciones presidenciales francesas de 2017", se publicó en "LeSoir.info", una página web falsa que se hacía pasar por el periódico belga Le Soir. El URL correcto de Le Soir es "LeSoir.be".
- Propón a los estudiantes que reflexionen sobre cómo esta información tiene como objetivo hacer sentir a las personas.
- ¿Qué se podría hacer para comprobar la autenticidad de la página web?
- **Contenido fabricado:** contenido de noticias que es 100% falso, diseñado para engañar y hacer daño.



- Este artículo afirma que el Papa Francisco apoyó la candidatura de Donald Trump durante las elecciones de EE. UU. en 2016, lo cual es completamente falso.
- Invita a los estudiantes a reflexionar sobre cómo esta información tiene como objetivo hacer sentir a la gente.
- ¿Cuáles podrían ser los motivos de este contenido?

- **Falsa conexión:** cuando los titulares, las imágenes o los pies de foto no apoyan el contenido.



- Este artículo se titula: "Sur de España: Los refugiados llegan a tierra - los bañistas tiene miedo". Sin embargo, el contenido del artículo no apoya la afirmación de "turistas con miedo" e incluye un video que muestra que los turistas no se asustaron en absoluto por los refugiados.
- Pregunta a los alumnos cómo les hizo sentir la imagen que aparece en el artículo.
- Invita a los alumnos a reflexionar sobre cómo el artículo pretende hacer sentir a la gente.
- **Contexto falso:** cuando el contenido genuino se comparte con información contextual falsa.



- Este tweet sugiere falsamente que se trata de una foto de "un niño detenido por las autoridades de EE. UU. porque es un migrante ilegal". En realidad, la foto fue tomada durante una manifestación contra las políticas de inmigración de la administración Trump y el niño no está detenido en absoluto.
- Invita a los alumnos a reflexionar sobre cómo esta información tiene como objetivo hacer sentir a la gente.
- ¿Qué temas se abordan en esta información y con qué emociones se juega?
- **Contenido manipulado:** cuando la información o las imágenes reales se manipulan para engañar.



- La foto original de un encuentro entre Greta Thunberg y Al Gore fue editada para afirmar falsamente que la joven activista sueca conocía a George Soros.
- Invita a los alumnos a reflexionar sobre cómo la información tiene como objetivo hacer sentir a la gente.

Después de presentar las siete categorías mencionadas anteriormente, invita a los estudiantes a reflexionar sobre:

- Otros ejemplos de información errónea y desinformación que asociarían con cada una de las siete categorías.
- Qué tipos de emociones pensaban que los ejemplos anteriores trataban de evocar. Las respuestas probablemente girarán en torno al miedo, la ira, la tristeza, la repulsión, la preocupación, etc. Subraya que las emociones fuertes como las que acaban de mencionarse tienden a provocar una reacción igualmente fuerte.
- Qué tipo de reacción creen que es más natural. Los alumnos probablemente mencionarán el impulso de hablar de ello, de compartir con la gente, de comentar, etc., esencialmente, para *contribuir a la difusión de la desinformación*.

CONCEPTUALIZANDO LA DESIFORMACIÓN: ¿CÓMO FUNCIONA LA DESINFORMACIÓN?

Este es un buen momento para centrarse en la importancia del atractivo emocional para el éxito de la desinformación. Antes de mencionar estas emociones, pregunta a los participantes qué piensan (lluvia de ideas).

La desinformación siempre trata de jugar con tus emociones: tiene como objetivo hacerte llorar, gritar, enfadarte, tener miedo, sentir repulsión. Por esta razón, tiende a jugar con los temas que más preocupan a la gente: los niños, la salud, el dinero o las finanzas públicas.

Otro tema frecuentemente explotado es el de la identidad. La desinformación relacionada con la identidad puede relacionarse con:

- Identidad nacional (por ejemplo, la UE prohíbe algo que es típicamente nacional);
- Identidad religiosa (por ejemplo, un artículo en el que se comparan los derechos de los musulmanes con los de los cristianos);
- Identidad social (por ejemplo, una presentación distorsionada de un evento o actividad relacionada con los derechos de los homosexuales, lesbianas, bisexuales y transexuales).

Algunos ejemplos:

- "Tribunal Europeo de Derechos Humanos: A partir de marzo de 2016, el bautismo de niños estará prohibido en los estados miembros de la Unión Europea' (Italia, Libero Quotidiano, 2016).
- Las autoridades búlgaras están siguiendo el ejemplo de Noruega al robar niños de sus familias" (carteles y anuncios en los medios de comunicación social; parte de una campaña de desinformación contra la reforma de los servicios infantiles en Bulgaria; noviembre de 2019).
- El Covid-19 es un engaño o un virus desarrollado a propósito por el ser humano (marzo de 2020).
- Los avances sociales y las nuevas libertades son impulsados por una agenda feminista u homosexual destinada a corromper la moral pública (los conceptos de propaganda feminista y homosexual son eficaces artimañas de desinformación)¹⁴.

Una estrategia particularmente efectiva para contrarrestar la propagación de la desinformación es detenerse siempre a pensar cuando te encuentras con un artículo que te provoca emocionalmente. Cuando te encuentres con algo que te haga sentir enfadado o asustado, tómate siempre un momento para reflexionar: "¡Espera! ¿Por qué me hace sentir así?". Recuerda siempre verificar con otras fuentes para asegurarte de que ese artículo es confiable.

!!! Aquí es donde empieza la parte más teórica de la sesión. Recuerda preguntar frecuentemente a la audiencia lo que piensa, si se les ocurren ejemplos o si piensan que pueden haber visto/experimentado algo en primera persona.

¹⁴ EU vs Disinformation, 'DISINFO: Europe Brings Totalitarian Feminism to Belarus to Destroy Social Values', 2019, obtenido el 19.04.2020, <https://euvsdisinfo.eu/report/europe-brings-totalitarian-feminism-to-belarus-which-destroys-societys-values/>.

Amplificadores originales

Hay una serie de factores relacionados con el comportamiento humano universal que sirven como auténticos amplificadores de la desinformación. Estos incluyen:

- **Sesgo de confirmación:** la gente suele preferir leer y participar en un contenido que refleje sus propios puntos de vista. Esto hace que sea más probable que lo compartan, aunque no sea veraz¹⁵.
- **Homofilia:** el comportamiento de las personas online (incluyendo compartir contenido y hacer comentarios) está influenciado por el comportamiento de sus conexiones sociales online, ya que tienden a ser generalmente personas con ideas afines¹⁶.
- **Cámaras de eco:** el sesgo de confirmación y la homofilia, en conjunto, conducen a la creación de espacios virtuales (cámaras de eco) donde las personas se exponen y comparten con sus conexiones predominantemente información conforme a sus creencias preexistentes. Esto suele hacerse a expensas de las diversas opiniones y sin tener en cuenta la veracidad del contenido o las fuentes. Los algoritmos de las plataformas de redes sociales contribuyen al desarrollo de esas cámaras de eco¹⁷.

La propagación de la desinformación

El siguiente gráfico¹⁸ es un buen instrumento para conceptualizar la propagación de la desinformación:



¹⁵ Wardle and Derakhshan, 2017, p. 50.

¹⁶ Alaphilippe, Gizikis et al., 2019, p. 21.

¹⁷ Wardle and Derakhshan, 2017, p. 50.

¹⁸ Alexandre Alaphilippe, Alexis Gizikis, Clara Hanot, Kalina Bontcheva, 'Automated Tackling of Disinformation', European Parliamentary Research Service, 2019, Brussels, p. 10.

El gráfico ilustra el ciclo de vida de una pieza de desinformación. El área naranja indica el período de aumento, propagación y pico de la desinformación. El área azul representa la disminución de la desinformación a través de la verificación, la difusión de la verdad y el análisis del impacto. A veces vemos respuestas a la desinformación dirigidas a proporcionar una solución a largo plazo; entre ellas se incluyen iniciativas legislativas, movimientos sociales o un cambio de las plataformas online para identificar la desinformación.

El gráfico destaca:

- Los temas en los que la desinformación juega un papel más relevante, como las ideas políticas, sociales y religiosas.
- Las formas de desinformación: generalmente digitales, como memes, videos, artículos, publicaciones en redes sociales.
- Los instrumentos de amplificación: propagación artificial (robots automatizados que comparten el contenido de cada uno para amplificar el efecto), propagación a través de herramientas (por ejemplo, publicidad pagada) o propagación genuina (propagación no intencional por usuarios de internet).
- La importancia de verificar tanto el contenido como la fuente.
- La importancia de difundir las conclusiones sobre la desinformación y de sensibilizar a la población al respecto.

La desinformación no siempre sigue todas las etapas de este ciclo de vida. A veces la desinformación se identifica como tal en una etapa muy temprana y se previene a tiempo el posible daño público. En otras ocasiones, la desinformación nunca se detecta y continúa propagándose durante mucho tiempo antes de extinguirse.

Amplificación y redes sociales

Uno de los lugares de la red donde la desinformación puede propagarse más fácilmente y amplificar los efectos del daño público son las plataformas de redes sociales como Facebook y Twitter. Hay muchas razones para esto ¹⁹:

- Las redes sociales proporcionan una forma muy fácil de llegar a mucha gente. En esencia, puedes escribir un artículo emocionalmente provocativo o hacer un video y puedes estar seguro de que un amplio grupo de personas no tendrá otra opción que verlo.
- Los algoritmos de estas plataformas están diseñados para promocionar el contenido que está de moda. Esto significa que mientras más usuarios se involucren con una pieza de desinformación, más usuarios llegarán a ella - un efecto de bola de nieve.
- La desinformación normalmente funciona a través de una red de canales que están involucrados en su difusión. Esto podría incluir perfiles y grupos falsos que comparten el contenido para que sea reconocido como tendencia por las plataformas. Otra opción es la publicidad de pago: las páginas web de noticias basura crean contenido falso y lo anuncian en la red; los usuarios se comprometen con él y los creadores de contenido obtienen ingresos por la exhibición de anuncios.
- Las redes sociales ofrecen muchos instrumentos publicitarios de micro-objetivo. Esto significa que se puede diseñar un anuncio de manera que se dirija a un público específico

¹⁹ Alexandre Alaphilippe, Roman ... 'Face to Face Training for Educators: The Conceptual Background of Disinformation', EU DisinfoLab, 2020, Zalec.

que es más probable que se comprometa con la desinformación. Los objetivos se identifican en función de los títulos de los puestos de trabajo, la pertenencia a grupos, la residencia, etc.

Concluye la sesión pidiendo la opinión de los alumnos. ¿Son más conscientes de la desinformación ahora? ¿Cuál es el punto más importante que se llevan a casa de esta sesión?