
Apoyando la integridad de la información y el discurso político civil



2018

CONTENIDO

- Resumen 3**
- Términos 3**
- Una amenaza mundial proliferante a la democracia 4**
- Explicación de términos comunes..... 5**
- Tipos comunes de información errónea y desinformación 6**
 - Información errónea6
 - Desinformación.....7
- Perpetradores y motivos 7**
- Difusión de la información..... 7**
- Instrumentos comunes de desinformación..... 8**
- Contramedidas para disuadir la desinformación 9**
- Factores que influyen en la prevalencia de la desinformación 10**
- Ejemplos de países..... 10**
 - Francia10
 - Kenia.....11
 - México11
 - Myanmar.....11
 - Nigeria.....12
 - Serbia12
 - Siria12
 - Ucrania13
 - Reino Unido13
- Agradecimientos 14**
- Notas marginales..... 15**

Resumen

El propósito de este recurso es crear conciencia sobre la amenaza de la desinformación y cómo se utiliza para socavar el funcionamiento de las instituciones y procesos democráticos. El recurso está destinado a ayudar a los activistas cívicos y políticos con interés en proteger el espacio para el diálogo informado y la deliberación pública. Esto incluye asegurar el flujo de información precisa y apoyar la práctica del discurso político civil.

Términos

Desinformación

Información falsa o inexacta que se crea o difunde deliberadamente con la intención explícita de engañar y causar daño.

Información errónea

Información falsa o inexacta, pero que no pretende causar daño.

Información malintencionada

Información genuina que se comparte para causar daño, a menudo divulgando a la esfera pública información que fue diseñada para mantenerse en privado.

Algoritmo

Serie fija de pasos que realiza una computadora para resolver un problema o realizar una tarea. Por ejemplo, las plataformas de redes sociales usan algoritmos para compilar el contenido que los usuarios ven. Estos algoritmos en particular están diseñados para mostrar a los usuarios material que les podría interesar, en función del historial de participación de cada usuario en esa plataforma..

Automatización

El proceso de diseñar una “máquina” para realizar una tarea con poca o ninguna dirección humana. Toma las tareas que a los humanos les quitaría mucho tiempo completar y las convierte en tareas que se realizan de manera rápida y casi sin esfuerzo.

Bots

Cuentas de redes sociales que son operadas completamente por programas computarizados y están diseñadas para generar publicaciones o participar con contenido en una plataforma particular.

Botnet

Colección o red de bots que actúan en coordinación y generalmente son operados por una persona o grupo.

Deep Fakes

Describe medios producidos con inteligencia artificial (IA). Al sintetizar diferentes elementos de los archivos de audio o video existentes, la IA permite métodos relativamente fáciles para crear contenido “nuevo”, en el que los individuos parecen decir palabras y realizar acciones que no se basan en la realidad.

Verificación de hechos

El proceso de verificación de la veracidad y exactitud de la información oficial publicada, como las declaraciones de los políticos y los informes de noticias.

Amplificación fabricada

Se produce cuando el alcance o la difusión de la información se potencia a través de medios artificiales

Propaganda

Información verdadera o falsa que se propaga para persuadir a una audiencia que a menudo tiene una connotación política y está relacionada con la información producida por los gobiernos.

Troleo

El acto de publicar deliberadamente contenido ofensivo o sedicioso en una comunidad en línea con la intención de provocar a los lectores o interrumpir la conversación. El término “trol” se usa con más frecuencia para referirse a cualquier persona que acosa o insulta a otros en línea.

Granja de troles

Grupo de personas que participan en el troleo o la promoción similar a un bot de narraciones de manera coordinada

Una amenaza mundial proliferante a la democracia

La información es una fuente de poder y los sistemas democráticos tienen el potencial de distribuir ese poder. En este sentido, la información es liberadora cuando el ciudadano puede impartirla, recibirla y compararla abiertamente mientras ejerce las libertades fundamentales de expresión, reunión y asociación. La democracia también se basa en la participación activa de los ciudadanos en la vida pública. Esto incluye la participación en procesos políticos, como elecciones regulares y competitivas que deciden la composición del gobierno. La participación, a su vez, depende de la fe en las instituciones que trabajan en el interés público. Esta relación representa un contrato social entre los ciudadanos y el estado que, en parte, se fundamenta en el flujo de información precisa que les permite a los ciudadanos entender lo que hace el gobierno y tomar decisiones sobre los diferentes cursos de acción que hacen que el gobierno sea responsable.

La integridad de la información es vital para una democracia saludable. Cuando la información es falsa o inexacta, puede tener un impacto negativo en las deliberaciones de los ciudadanos sobre los temas y sus decisiones políticas, lo que lleva a una ruptura en el discurso civil e inhibe el compromiso. La capacidad de los ciudadanos para debatir ideas sobre política y asuntos públicos de manera informada y respetuosa es esencial para mantener la salud democrática a largo plazo y también incluye el diálogo y las deliberaciones que ocurren dentro del gobierno y entre los políticos. Del mismo modo, los ciudadanos deben comprender la labor del gobierno y la información debe estar disponible para que los ciudadanos puedan responsabilizar a los actores del gobierno por las decisiones.

La democracia se ve amenazada cuando la información falsa y engañosa se propaga y se usa a propósito para debilitar la confianza pública, aumentar la polarización y limitar la capacidad de los ciudadanos para actuar individual o colectivamente. La desinformación puede agudizarse durante las elecciones, en las que salen a flote divisiones significativas sobre las prioridades y las políticas. Durante estos períodos, la desinformación puede influir en las preferencias de los votantes, perturbar el funcionamiento normal del proceso electoral y fomentar la frustración pública y la desconfianza. Sin embargo, no todos los intentos de desinformación están vinculados a un evento específico, como una elección. La desinformación también puede usarse para alterar el espacio de información más amplio en el que las personas abordan temas, forman creencias y toman decisiones políticas. La desinformación a veces se despliega para promover una narrativa más amplia a lo largo del tiempo o para degradar el discurso cívico al promover la división o el cinismo.

Los actores autoritarios a menudo toman varios pasos para influir en el flujo de información. Entre estos se encuentran: cortar el acceso a fuentes independientes de información y debate público; controlar los medios de comunicación y el contenido de la información que se proporciona o difundir deliberadamente la desinformación que es falsa para engañar al público. Estos actores hallan un gran valor en cualquier acción que degrade la confianza pública e interrumpa la participación política de sus homólogos democráticos.

La tecnología ha alterado fundamentalmente la producción y el consumo de información de varias maneras.¹ A medida que Internet se vuelve más accesible, más rápido y menos costoso, miles de millones de personas pueden compartir información con mayor facilidad que antes. Este viraje tecnológico abarca el crecimiento de las redes sociales, que ha hecho que el consumo de información compartida a través de redes en línea sea más público que privado y esté controlado por varias empresas grandes. La velocidad a la que se comparte la información también se ha incrementado, en la medida en que la cantidad de dispositivos móviles ha aumentado y el ciclo de noticias se ha acelerado. En vista de que la información se intercambia más rápidamente y en tiempo real entre pares, es menos probable que se impugne, en algunos casos, la exactitud de la información compartida. En otros casos, el flujo de información que se comparte es abrumador y se vuelve más difícil descifrar qué es fidedigno y qué es falso. La falta de impugnación es especialmente cierta con los entornos digitales que se personalizan a través de algoritmos que combinan el contenido con los gustos y preferencias del usuario. Estos factores, que han caracterizado la revolución digital, han intensificado la vulnerabilidad del público a la manipulación por información inexacta.

La digitalización del espacio informativo se complica por los desafíos que enfrentan las personas ante el ritmo acelerado del cambio tecnológico. Los factores psicológicos moldean la forma en que las personas procesan la información, con diferentes tipos de información que generan respuestas racionales o emocionales. Los entornos de medios digitales, especialmente las plataformas de redes sociales donde la información se comparte rápidamente, pueden promover el procesamiento emocional de la información en lugar de respuestas racionales que se basen en un examen cuidadoso.²

Aunque la manipulación de la información en las democracias no es nueva, la tecnología digital ha magnificado este problema al permitir que los actores malintencionados manipulen de forma anónima la opinión pública y amenacen la integridad de la información. Las redes sociales amplifican estos efectos debido al costo relativamente bajo y la velocidad de diseminación de información a una gran audiencia.³

A menudo, esto se acrecienta con sistemas automatizados, como bots, que transmiten contenido a los usuarios que pueden abordados a través de datos sobre sus preferencias personales y demográficas.

“Los actores políticos han usado la desinformación para su beneficio durante milenios. Sin embargo, la velocidad y el volumen de la desinformación en el espacio de información contemporáneo parecen haber ampliado su efectividad y dejado a muchos miembros del público cada vez más enojados, temerosos o desorientados. Esto, a su vez, vuelve al público aún más vulnerable a futuras manipulaciones, lo que da como resultado un ciclo de disminución de la confianza pública en fuentes objetivas de información que algunos analistas llaman “deterioro de la verdad”.

– [Boletín informativo de la NED: cómo la desinformación afecta la política y al público](#)

Explicación de términos comunes

Noticias falsas (Fake news) es un término que se ha empleado indistintamente con la desinformación u otros tipos de trastorno dentro del ecosistema de información y se ha convertido en un término amplio para describir noticias que son inexactas o falsas. Sin embargo, el término “noticias falsas” no describe con precisión la complejidad de la desinformación, la información errónea y la información malintencionada, y los autoritarios y otros a menudo lo utilizan para degradar el discurso verdadero que no les gusta, al combinarlo con narraciones falsas.⁴

Desinformación se refiere a información falsa, creada deliberadamente para causar daño a una persona, grupo social, organización o país. La desinformación no siempre se compone de mentiras directas, ya que también pueden ser hechos que se han separado del contexto original o hechos que se combinan con información falsa.

Ejemplo

FireEye, la empresa de ciberseguridad con sede en California, descubrió una campaña de desinformación de años de duración dirigida a América Latina, Medio Oriente, el Reino Unido y los Estados Unidos.⁵ La empresa encontró más de 600 cuentas de redes sociales en Irán con el objetivo de difundir la desinformación en todo el mundo. FireEye compartió esta información con Facebook en 2018, lo que llevó a la eliminación de 652 cuentas y páginas falsas por “comportamiento inauténtico coordinado”.

Información errónea se refiere a información falsa, pero creada sin la intención de causar daño.

Ejemplo

Después de un ataque con bomba en Manchester, Inglaterra en 2017, un periódico local tuiteó erróneamente información sobre un hombre armado en las afueras de un hospital local. Más tarde, se descubrió que esta información era falsa y el periódico se retractó de su tweet anterior.⁶

El papel de la intención en la diseminación de información falsa es clave para comprender la diferencia entre información errónea y desinformación. La desinformación por lo general es parte de un esfuerzo deliberado para engañar, mientras que la información errónea puede no tener la intención de engañar. Incluso con esta distinción, puede que la intención detrás de la creación y el intercambio de información no siempre sea clara.

Información malintencionada se refiere a la información objetiva que se usa deliberadamente para infligir daño a una persona, organización o país.

Ejemplo

Durante las elecciones primarias en los EE. UU. en 2016, correos electrónicos del Comité Nacional Demócrata (Democratic National Committee, DNC) se filtraron selectivamente al público para demostrar su supuesta parcialidad durante la campaña.⁷

Propaganda se refiere a campañas que difunden información diseñada para manipular audiencias y así generar actitudes específicas o provocar acciones específicas.⁸

Ejemplo

Corea del Norte es conocida por sus campañas de propaganda para adoctrinar a su población. Casi todas las formas de medios, incluida la música, el arte y el cine, se centran en el orgullo nacional. El acceso limitado a Internet y la censura de las redes sociales contribuyen al establecimiento de la agenda por parte del gobierno de Corea del Norte.⁹

Campañas de información pública se refiere a actividades comunicativas organizadas que tienen como objetivo llegar a grandes grupos de personas y moldear actitudes, valores o comportamientos públicos con la esperanza de alcanzar algún resultado social deseable. Este término debe distinguirse de propaganda, el cual implica la intención deliberada de manipular o engañar.

Ejemplo

En 2016, la isla griega de Siros lanzó una campaña para informar a la población sobre los efectos nocivos de la contaminación. La investigación encontró que la campaña cambió con éxito las actitudes del público hacia la basura, lo que llevó a una reducción en los niveles de residuos plásticos en el ambiente marino local.¹⁰

Tipos comunes de información errónea y desinformación

Hay muchas formas de información errónea y desinformación. Claire Wardle de [First Draft News](#) dividió los tipos de información errónea y desinformación en siete categorías distintas para explicar el espectro de contenido problemático que se encuentra en línea y en los medios de comunicación.

Información errónea

Tipo	Descripción	Ejemplo
Sátira	No tiene intención de causar daño, pero tiene el potencial de engañar.	Un programa de televisión o comentario social humorístico.
Conexión falsa	Cuando los títulos, imágenes o subtítulos no respaldan el contenido.	“Clickbait” es un artículo de noticias en línea con títulos impactantes o controvertidos.
Contenido engañoso	Uso engañoso de la información para generar una matriz de opinión sobre un tema o persona.	Una foto que lleva al público a creer que una persona específica estaba en un lugar determinado y no era cierto.

Desinformación

Tipo	Descripción	Ejemplo
Contexto falso	Cuando el contenido genuino se comparte con información contextual falsa.	Información objetiva y fotos genuinas que no concuerdan.
Contenido impostor	Cuando las fuentes genuinas son suplantadas.	Información falsa que se atribuye incorrectamente a una fuente de noticias importante y creíble.
Contenido fabricado	Contenido que es 100% falso y está diseñado para engañar o hacer daño.	Imágenes editadas con Photoshop o información inventada, presentada como hechos.
Contenido manipulado	Cuando se manipula información o imágenes genuinas para engañar.	Foto genuina emparejada con texto urdido.

Perpetradores y motivos

La intención es una característica distintiva clave entre información errónea o desinformación. Los motivos que llevan a los actores a crear, producir y compartir desinformación brindan una perspectiva adicional del fenómeno y pueden dividirse en cuatro categorías: financiera, política, social y psicológica. Tanto los actores políticos estatales como los no estatales pueden usar la desinformación como un medio para manipular las opiniones o visiones de sus objetivos. Los políticos pueden propagar la desinformación sobre instituciones u opositores políticos, tanto extranjeros como nacionales, para reprimir su voz y manipular el discurso.¹¹ Estos actores políticos pueden estar afiliados a gobiernos o pueden ser actores privados que se coordinan con otros para actuar en apoyo de una creencia ideológica compartida.

Otros actores que difunden la desinformación pueden ser impulsados por motivos no políticos, como el entretenimiento o la plusvalía. La publicidad en Internet ahora proporciona un incentivo financiero para crear desinformación que se puede compartir rápidamente y atraer tráfico en línea hacia un determinado sitio web. La manipulación de los mecanismos internos de las redes sociales para proporcionar contenido (algoritmos), y la información en sí para atraer la atención, puede ser accionada por actores corporativos o independientes en busca de mayores ganancias a partir del tráfico en línea redirigido. Confundir a los consumidores en línea puede ser incidental en procura del objetivo principal del lucro, ya que el entretenimiento y las noticias coexisten en las redes sociales.¹² Otros actores independientes pueden ser impulsados por diferentes motivos, como la oportunidad de promover asuntos personales, la fama, o incluso simplemente para exasperar o "troleear" a personas.

Difusión de la información

El crecimiento significativo en el panorama de los medios digitales aumenta la cantidad de formas en que se puede difundir la desinformación. Las plataformas de redes sociales se han convertido en herramientas principales para campañas de desinformación debido a su popularidad en todo el mundo y la facilidad para compartir a través de grupos privados y redes personales.¹³ Si bien las herramientas de redes sociales tienen usos legítimos, también pueden ser explotadas para otros fines.

Plataformas de redes sociales a través de las cuales se ha compartido información errónea y desinformación:

- Facebook
- Twitter
- YouTube
- Blogs
- Tableros de mensajes

Además de la lista anterior, las aplicaciones de mensajería móvil se han convertido en vehículos cada vez más populares para la desinformación. Estas aplicaciones difieren ligeramente de otras plataformas de redes sociales porque las aplicaciones de mensajería móvil están diseñadas para conversaciones privadas entre actores en lugar de actuar como foros públicos para múltiples actores.¹⁴ Las aplicaciones como WhatsApp, Viber, Telegram y WeChat cuentan con cifrado de mensajes de extremo a extremo que impide que nadie examine el contenido del mensaje, ni siquiera la empresa.

Si bien las redes sociales han sido un vehículo principal para la desinformación, las fuentes de medios informativos más convencionales también se han utilizado históricamente para difundir la desinformación, tales como:

- Periódicos
- Televisión
- Sitios web de noticias
- Radio

La relación entre las fuentes de medios tradicionales y las redes sociales en el panorama de la información revela una dinámica compleja. Las redes sociales pueden utilizarse para distorsionar y amplificar historias que viajan a través de diferentes formas de medios informativos tradicionales y las fuentes de medios tradicionales a menudo informan y reflejan las tendencias en las redes sociales. Esto crea un bucle de retroalimentación negativa de desinformación que magnifica la información inexacta. A menudo, la simple repetición de información o la comprobación de datos en línea tienen la consecuencia no deseada de amplificar la información falsa.

Instrumentos comunes de desinformación

Los proveedores de desinformación se han basado en una serie de tácticas para difundirla, especialmente a través de panoramas digitales. Muchas de estas estrategias se consideran **propaganda computacional**, definida por el Oxford Internet Institute como “el uso de algoritmos, automatización y curación humana para distribuir información engañosa a través de las redes sociales”.¹⁵ La propaganda computacional es un método por el cual se puede compartir el contenido de desinformación. Entre algunos ejemplos de tácticas se encuentran:

- **Personajes falsos y troles:** los actores que intentan difundir la desinformación pueden basarse en la creación de perfiles de redes sociales con nombres falsos para proporcionar cobertura y credibilidad a la información que se comparte. De manera similar a los bots, los troles pueden amplificar la desinformación. Sin embargo, los troles se enfocan en actores específicos y las granjas de troles trabajan eficientemente para silenciar a la oposición durante una campaña de desinformación.
- **Manipulación del algoritmo:** estrategia para manipular las tendencias de las redes sociales y hacer que prevalezca la desinformación. La manipulación del algoritmo puede emplearse para difundir la desinformación o contrarrestarla, pero la manipulación de tendencias para combatir la desinformación representa una estrategia más agresiva.
- **Bots de redes sociales:** cuentas automatizadas que están diseñadas para diseminar rápidamente la desinformación o comunicarse con las personas. Si bien muchos bots se utilizan para compartir rápidamente información de todo tipo, los actores también los han adoptado para manipular los algoritmos de las redes sociales y cambiar la información que ven los consumidores. Se puede usar una red de botnet para dirigir la atención a narrativas engañosas y crear la ilusión de debate y apoyo públicos.
- **Imágenes visuales:** se pueden utilizar para engañar al público a través de la manipulación de imágenes o videos. Una nueva tendencia, conocida como “deepfakes”, implica la creación de videos falsos con imágenes de personas reales, compilados a partir de una variedad de fuentes de audio y visuales que están diseñadas para engañar a las audiencias y expertos por igual.¹⁶
- **Memes o contenido cultural:** diseñados para ser compartidos de forma viral, pueden tomar la forma de texto, imágenes o video.

Contra medidas para disuadir la desinformación

La sociedad civil, las empresas de tecnología, los partidos políticos, los gobiernos y los ciudadanos han tomado numerosas medidas para contrarrestar la desinformación. La seguridad digital es fundamental para evitar que se manipule o comparta la información con actores que la usarían para causar daño, y puede incluir el fortalecimiento de contraseñas, la utilización de redes privadas virtuales (VPN) y la habilitación de la autenticación de dos factores.

Las empresas de tecnología han comenzado a tomar las siguientes medidas contra la desinformación:

- **Detección de bots automatizados:** si bien no todos los bots están diseñados para propósitos engañosos, comprender el contexto en el que se utilizan las cuentas automatizadas para contaminar el espacio de información digital es crucial para identificar bots que difunden la desinformación y tomar medidas para detener sus actividades.¹⁷ La detección de cuentas automatizadas ayuda a contrarrestar la difusión de la desinformación, especialmente a través de plataformas de redes sociales como Facebook y Twitter.
- **Análisis de red:** rastrear los patrones de las cuentas automatizadas es un medio clave para comprender cómo funcionan las campañas de desinformación y cómo los actores se coordinan entre sí para aumentar el alcance de ciertas piezas de desinformación.

La verificación de hechos de los medios de comunicación tradicionales y la información que se comparte es otra posible medida contra la desinformación. La verificación de hechos debería ser parte de un enfoque múltiple adoptado por diferentes actores, tales como organizaciones de la sociedad civil, partidos políticos, ministerios de educación, legisladores y empresas de tecnología. Medir la precisión y la intención de la información puede ser un desafío, ya que los verificadores no siempre pueden responder tan rápido como se difunde la desinformación. La verificación de hechos de los medios de comunicación tradicionales también debe ir acompañada de esfuerzos similares de los medios de comunicación social para garantizar que no recirculen información falsa.

Ejemplo

Una empresa en Taiwán desarrolló una herramienta de verificación de hechos dentro de la plataforma de mensajería LINE llamada CoFacts. Esta herramienta compila una base de datos de mensajes de desinformación populares y se basa en la acción colaborativa de los verificadores de hechos y los usuarios.¹⁸

Ejemplo

Herramientas automatizadas de verificación de hechos, tales como Chequeabot en Argentina y Full Fact en el Reino Unido, han intentado contrarrestar el problema de recircular información falsa al cotejar automáticamente las declaraciones hechas en los medios informativos con las estadísticas oficiales y la información verificada.¹⁹

Otro componente importante para contrarrestar la desinformación es restaurar la confianza de los ciudadanos en las instituciones políticas, incluidos los medios de comunicación. La creciente falta de confianza en la capacidad de las instituciones para proporcionar información fidedigna e imparcial ha brindado oportunidades y espacio para los actores que buscan promover la desinformación y nublar la capacidad de los ciudadanos para confiar en la información que reciben. Crear confianza en las instituciones requiere un diálogo saludable entre los actores, como los partidos políticos, para comprender mejor la naturaleza de cómo la desinformación afecta a la democracia. Esto incluye establecer pautas para el comportamiento apropiado en campañas en línea, especialmente donde la desinformación puede desempeñar un papel en la configuración de la conducta de la campaña. Durante los períodos de elecciones, los observadores electorales pueden contribuir, y efectivamente contribuyen, a mitigar los efectos de la desinformación con base en su comprensión del contexto local y el entorno de los medios en el que los ciudadanos consumen información. Igualmente, los observadores electorales pueden ayudar a rastrear el contenido en línea y supervisar los medios de comunicación tradicionales como parte de sus esfuerzos para combatir las narraciones falsas.

Las organizaciones de sociedad civil (OSC) han participado en los esfuerzos para fortalecer la integridad de la información a través de campañas educativas y su creciente participación en el mejoramiento de la alfabetización mediática entre los ciudadanos. Las campañas de alfabetización mediática e informativa y los esfuerzos para mejorar el consumo crítico de los medios por parte de los ciudadanos, especialmente en las esferas digitales, se han convertido en una estrategia popular para contrarrestar la desinformación. Los jóvenes y las poblaciones mayores son dos de los grupos a los que se dirigen con mayor frecuencia estas campañas, especialmente en relación con las redes sociales, ya que ambas poblaciones han aumentado su participación digital y el uso de servicios en línea y plataformas de medios.²⁰ Los jóvenes, si están expuestos a desinformación que crea o consolida las dudas preexistentes sobre la confiabilidad de las instituciones, pueden buscar fuentes alternativas de información que socaven aún más su capacidad de actuar como ciudadanos informados. Las poblaciones con menores índices de alfabetización informativa, especialmente las comunidades que tienen menos acceso a la educación formal, también pueden ser vulnerables. Las campañas dirigidas de alfabetización mediática e informativa tienen el potencial de aumentar la resistencia de ciertas poblaciones a las campañas de desinformación tradicionales y digitales.

Factores que influyen en la prevalencia de la desinformación

En general, existen dos conjuntos de circunstancias en las cuales la desinformación puede ser especialmente prevalente. Un conjunto de circunstancias se refiere a puntos de presión temporal sensibles, que son momentos en que la integridad de la información es extremadamente vital y la cantidad de información compartida es mayor. Estos puntos de presión comprenden elecciones o referendos, durante los cuales las decisiones cruciales impulsadas por los ciudadanos moldean los futuros políticos, como el referéndum británico de 2016 sobre la pertenencia a la Unión Europea o las elecciones presidenciales de los Estados Unidos de 2016. El segundo conjunto de circunstancias involucra factores estructurales o circunstanciales más amplios que tienen un impacto en múltiples facetas de la vida social, económica y política. Los contextos sensibles que impactan la estabilidad política, como la guerra o el conflicto prolongado, pueden crear incentivos para que los actores contaminen el espacio informativo con desinformación y socaven aún más la confianza de los ciudadanos en sus instituciones debilitadas. Los altos niveles de polarización también permitirían que la desinformación florezca al debilitar aún más los vínculos sociales entre las personas y los grupos que sostienen opiniones ideológicas y políticas opuestas.

Ejemplos de países

Las amenazas a la integridad de la información a menudo se manifiestan de manera diferente dependiendo del contexto. Los siguientes ejemplos ilustran casos de desinformación, información errónea o información malintencionada y el impacto de estas amenazas en los principios de la democracia.

Francia

Durante las elecciones presidenciales de 2017, la campaña del entonces candidato presidencial Emmanuel Macron experimentó un ciberataque en su sistema de correo electrónico. Los piratas informáticos filtraron una gran cantidad de correos electrónicos pertenecientes al partido de Macron, En Marche!, justo antes de la implementación de un bloqueo obligatorio de los medios y la campaña que prohibió la discusión pública.²¹ La filtración de datos siguió a una serie de historias falsas difundidas en las redes sociales sobre la vida personal y la ética profesional de Macron que fueron diseñadas para desacreditar su candidatura. La campaña de Macron respondió denunciando el hackeo y arrojando dudas sobre su naturaleza, al señalar que algunos de los documentos fueron falsificados deliberadamente por la campaña para engañar a los piratas informáticos. La filtración de esta información aparentemente tuvo un impacto limitado en los resultados finales de la elección, ya que la cobertura de los medios tradicionales era escasa, y las compañías de medios formaron una red para examinar la información con el apoyo de FirstDraft, lo que resultó en que Macron ganara la elección.²²

Kenia

Las grandes poblaciones de jóvenes, que reciben principalmente información de las plataformas de redes sociales, pueden experimentar una mayor focalización y vulnerabilidad a la desinformación compartida a través de foros en línea. Las campañas de desinformación en Kenia, que están diseñadas para alimentar las tensiones étnicas y económicas persistentes, no son nuevas, pero las redes sociales han agudizado el alcance y la escala de estas campañas de desinformación.²³ Durante las elecciones presidenciales de 2017, los jóvenes en Kenia constituyeron más de la mitad del registro electoral en el país. Muchos jóvenes acudieron a las redes sociales para seguir los desarrollos políticos en el país, especialmente a través de WhatsApp, Facebook y Twitter. Estas plataformas de redes sociales suplantaron a las fuentes tradicionales de información en el país (el gobierno, los medios de comunicación tradicionales y la sociedad civil), con lo que se eliminaron las barreras que impedían que la información fidedigna y la desinformación se difundieran libremente en todo el panorama de los medios. Parte de la desinformación que se difundió a través de las redes sociales, incluidas las noticias falsas sobre las deserciones de los partidos, fue diseñada para que pareciera provenir de fuentes confiables, como CNN, BBC y NTV Kenia.²⁴ Las historias a menudo se diseñaron para desacreditar a determinados políticos o crear narraciones falsas en torno a ciertos partidos políticos y acciones. Este fue un intento por dividir aún más al joven electorado e influir en su voto en lo que se convirtió en una contienda muy disputada y altamente controvertida entre el presidente en funciones, Uhuru Kenyatta, y el líder de la oposición, Raila Odinga.

México

La desinformación en México no es un fenómeno nuevo; lo han utilizado históricamente los partidos de gobierno para mantenerse en el poder contra los partidos de oposición. Sin embargo, últimamente se ha utilizado la desinformación para explotar la débil confianza en las instituciones, incluidos el gobierno y los medios de comunicación tradicionales, como un arma contra la democracia en México. Esta confianza débil ha aumentado la vulnerabilidad a la desinformación, especialmente porque las plataformas de redes sociales como Facebook y WhatsApp se han convertido en la principal fuente de noticias políticas para muchos ciudadanos. Se detectaron muchas campañas de desinformación durante las elecciones generales celebradas en julio de 2018. Por ejemplo, una historia falsa que se compartió 8,000 veces desde una página de Facebook llamada Amor a México, afirmaba que la esposa de Andrés Manuel López Obrador, el candidato principal que luego ganó la elección presidencial, era la nieta de un nazi.²⁵ Verificado, un consorcio de organizaciones de la sociedad civil y los medios de comunicación financiados por Facebook, Google y AJ + Español, desmitificó esta y muchas otras anécdotas. Una de las organizaciones socias del Instituto Nacional Demócrata (National Democratic Institute, NDI), Animal Político, participó en este proyecto de colaboración que realizó una labor de verificación de hechos de varios periodistas y expertos en las redes sociales y en los debates políticos.²⁶

Myanmar

La desinformación en Myanmar se ha utilizado a menudo para influir en la opinión pública sobre el estado de las relaciones sociales en el país, especialmente el estado social de las minorías religiosas y étnicas. La discriminación arraigada puede impedir que las comunidades marginadas participen en el espacio cívico, y un mayor acceso y uso de la tecnología puede exacerbar esta discriminación. Antes de que prevaleciera el acceso a Internet en el país, los grupos radicales dentro de Myanmar distribuyeron folletos y videos que contenían información falsa sobre las comunidades musulmanas para aumentar la opinión pública negativa de estos grupos. El rápido crecimiento del acceso a Internet y las redes sociales ha ampliado el alcance de la desinformación en el país y Facebook se ha convertido en el medio clave para el acceso a Internet, aunque algunos usuarios no saben que existe Internet fuera de la plataforma. Como resultado, para muchas personas, Facebook ha pasado a ser Internet en sí. En julio de 2014, las historias falsas en Facebook acerca de un comerciante musulmán que violaba a uno de sus empleadas budistas llevaron a dos días de disturbios en Mandalay y causaron la muerte de dos personas, así como el aumento de las tensiones entre las comunidades musulmanas y budistas.²⁷ Más tarde, un tribunal de Myanmar condenó a cinco personas por difundir las falsas acusaciones que ocasionaron los disturbios, incluida una mujer budista que admitió que le pagaron por presentar una denuncia falsa ante la policía alegando que había sido violada.²⁸

Nigeria

La falta de información precisa y de transparencia ha llevado a una serie de campañas de desinformación en las plataformas de redes sociales en Nigeria. Los sitios de redes sociales como Facebook son muy populares en Nigeria, apoyados por un mayor acceso a la tecnología de teléfonos inteligentes. Estas campañas se han diseñado para alimentar las grandes tensiones entre las comunidades de agricultores y pastores, que han provocado cientos de muertes. En particular, en junio de 2018, las imágenes gráficas que circulaban a través de las plataformas de redes sociales parecían mostrar víctimas recientes de violencia en el país. Más tarde, se descubrió que estas imágenes eran de otros incidentes no relacionados.²⁹ Las noticias en las redes sociales también han atribuido falsamente la violencia a lo largo de la autopista Lago-Ibadan a los pastores en un intento por generar caos en torno a la situación de seguridad en ciertas regiones, incluida la fabricación anónima de audios y alertas de seguridad. La policía finalmente negó estos informes falsos, que ya se habían difundido a través de las redes sociales.³⁰ En respuesta a las campañas de desinformación en todo el país, el Ministerio de Información de Nigeria lanzó una campaña para promover la alfabetización mediática, que educaría a los nigerianos sobre los efectos de la desinformación en la democracia en el país.³¹

Serbia

La desinformación y la manipulación de la información se han convertido en estrategias comunes en los Balcanes Occidentales, especialmente en las relaciones de los Balcanes con los Estados Unidos, la Unión Europea y la Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN). Las campañas concertadas de desinformación se han consolidado en Serbia en los últimos años y estas intentan manipular la opinión pública en contra de las instituciones europeas de paz y seguridad y alimentar las tensiones regionales. Un informe del Centro de Investigación, Transparencia y Responsabilidad (Center for Research, Transparency and Accountability, CRTA) en Belgrado concluyó que, en el transcurso de un mes, aproximadamente un tercio de los informes de los medios de comunicación sobre actores internacionales en Serbia no citaron ninguna fuente externa para sus noticias. La mayor parte de este contenido promovió puntos de vista a favor de los rusos y en contra de los estadounidenses.³² Sigue siendo preocupante que las campañas de desinformación puedan socavar los esfuerzos de adhesión a la UE, especialmente si los votantes comienzan a volverse contra la Unión Europea y su propio gobierno.

Siria

Los disturbios civiles en Siria crearon oportunidades para que actores extranjeros y nacionales usaran la desinformación para incidir en la opinión pública sobre la guerra. En particular, en 2016, los piratas informáticos rusos atacaron a los Cascos Blancos de la Defensa Civil Siria, una organización sin fines de lucro de búsqueda y rescate, al acusarlos de apoyar a organizaciones terroristas.³³ Aunque las organizaciones de verificación de hechos y los periodistas de investigación encontraron que las afirmaciones eran falsas, la firma de inteligencia de redes sociales con sede en EE. UU., Graphika, descubrió que las cuentas de los troles alcanzaron a alrededor de 56 millones de personas en 2016 y 2017.³⁴ Los Cascos Blancos probablemente fueron seleccionados no solo por su trabajo para ayudar a salvar vidas, sino también por sus esfuerzos por documentar lo que estaba ocurriendo en el país. Los perpetradores de la desinformación, particularmente en tiempos de conflicto, pretenden desacreditar a las organizaciones sin fines de lucro y otras organizaciones de la sociedad civil con el objetivo de incitar a más caos y confusión. impact public opinion about the war. Notably, in 2016, Russian hackers targeted the White Helmets of Syrian Civil Defense, a non-profit search and rescue organization, accusing them of supporting terrorist organizations. Although fact-checking organizations and investigative journalists found the claims to be false, US-based social media intelligence firm, Graphika, found that the troll accounts reached an estimated 56 million people in 2016 and 2017. The White Helmets were presumably targeted not only for their work in helping save lives, but also for their efforts to document what was taking place in the country. Perpetrators of disinformation, particularly at times of conflict, aim to discredit non-profits and other civil society organizations with the goal of inciting more chaos and confusion.

Ucrania

Los actores prorrusos en línea han promovido activamente la desinformación en Ucrania a través del empleo de actores de redes sociales patrocinados por el estado. Uno de los objetivos de esta estrategia ha sido sembrar dudas sobre la naturaleza de la información y la estabilidad del estado al inundar la esfera pública con contenido falso.³⁵ Las operaciones contra el gobierno ucraniano y las instituciones mediáticas también pretenden socavar la unidad y la estabilidad del país al tiempo que aumentan la desconfianza de los ciudadanos en el estado. Durante una serie de protestas contra el gobierno en 2014, narraciones alternativas sobre la naturaleza de las protestas, alimentadas por actores extranjeros que pretendían ser ciudadanos ucranianos en línea, se extendieron por todo el este de Ucrania. Las campañas de desinformación a través de medios de comunicación sociales y tradicionales sugirieron que los manifestantes en Kiev apoyaron la persecución de los rusos étnicos en el este; estos mensajes fueron diseñados explícitamente para exacerbar las tensiones entre los rusos étnicos en la parte oriental del país y el resto de la población. Esta guerra de información se ha combinado con ataques cibernéticos en instituciones gubernamentales e infraestructura en el país, lo que ha contribuido a la percepción de que el gobierno no puede brindar seguridad a sus ciudadanos.³⁶

Reino Unido

El referéndum sobre la membresía del Reino Unido en la Unión Europea (UE) reveló la amenaza que la desinformación representa para los principios democráticos. Investigaciones de la Universidad de Edimburgo encontraron que más de 400 cuentas administradas por Rusia que participaron en los debates durante las elecciones de 2016 en los Estados Unidos también se utilizaron para tuitear sobre la votación. Las cuentas de los troles intentaron infundir temor en torno a los musulmanes e inmigrantes, con la esperanza de que los británicos votaran a favor de abandonar la UE. En febrero de 2018, Twitter confirmó en una audiencia del Comité de Relaciones Exteriores del Senado de los Estados Unidos que los troles rusos apuntaban a la votación del Brexit. Tras la interferencia extranjera en la votación del Brexit, el gobierno del Reino Unido creó la Unidad de Comunicaciones de Seguridad Nacional para combatir la desinformación de actores extranjeros y nacionales.³⁷

El Instituto Nacional Demócrata está tomando una serie de medidas para proteger la integridad de la información en las democracias, entre ellas:

- Llevar a cabo investigaciones sobre la vulnerabilidad y la capacidad de recuperación de la desinformación de los países.
- Integrar expertos en misiones de observación electoral para evaluar el impacto de la información comprometida y trabajar con socios de supervisión de elecciones.
- Desarrollar herramientas para detectar, analizar y contrarrestar las amenazas a la integridad de la información con los socios y buscar formas de compartir sus hallazgos.
- Apoyar el diálogo entre los partidos políticos sobre la integridad de la información y el fortalecimiento de las medidas de ciberseguridad.
- Asociarse con compañías de redes sociales y otras organizaciones de democracia para proteger la integridad de la información y promover el discurso democrático a través de la coalición [Design for Democracy Coalition](#).
- Trabajar con organizaciones de tecnología cívica como parte de la iniciativa [INFO/tegrity Initiative](#) para incrementar la transparencia y mejorar la confianza pública en las instituciones.

Agradecimientos

Este recurso fue elaborado por el Instituto Nacional Demócrata y fue posible gracias al financiamiento de la Fundación Nacional para la Democracia (National Endowment for Democracy, NED). Las opiniones expresadas en este documento no reflejan necesariamente los puntos de vista de la NED.

El National Democratic Institute (Instituto Nacional Demócrata) es una organización sin fines de lucro, no partidista y no gubernamental que trabaja para apoyar y fortalecer las instituciones democráticas en todo el mundo a través de la participación ciudadana, la apertura y la rendición de cuentas en el gobierno. Desde su fundación en 1983, el NDI y sus socios locales han trabajado para apoyar y fortalecer las instituciones y prácticas democráticas mediante el fortalecimiento de los partidos políticos, las organizaciones cívicas y los parlamentos; el resguardo de las elecciones y la promoción de la participación ciudadana, la apertura y la rendición de cuentas en el gobierno. El enfoque multinacional del NDI refuerza el mensaje de que, si bien no existe un modelo democrático único, todas las democracias comparten ciertos principios básicos. Para obtener más información sobre el NDI, visite www.ndi.org.

National Democratic Institute (Instituto Nacional Demócrata)
455 Massachusetts Ave, NW - 8th Floor
Washington, DC 20001
www.ndi.org



**National Endowment
for Democracy**
Supporting freedom around the world

Notas marginales

- 1 Claire Wardle y Hossein Derakhshan, "Information Disorder: Towards an Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking", publicado el 27 de septiembre de 2017, <https://rm.coe.int/information-disorder-report-november-2017/1680764666>, pp. 11-12.
- 2 Natalie Jomini Stroud y otros, "Making Sense of Information and Judging its Credibility", Understanding and Addressing the Disinformation Ecosystem, Escuela de Comunicación Annenberg, publicado en marzo de 2018, <https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2018/03/The-Disinformation-Ecosystem-20180207-v2.pdf>, p. 47.
- 3 Dean Jackson, "Issue Brief: How Disinformation Impacts Politics and Publics", publicado el 17 de octubre de 2017, <https://www.ned.org/issue-brief-distinguishing-disinformation-from-propaganda-misinformation-and-fake-news>.
- 4 Grupo de alto nivel de la Comisión sobre noticias falsas y desinformación en línea, "A Multi-Dimensional Approach to Disinformation: Report of the Independent High-Level Group on Fake News and Online Disinformation", publicado en 2017, p. 12.
- 5 Christopher Porter, "FireEye exposed an Iranian disinformation campaign. Not from Silicon Valley but from N. Virginia.", publicado el 27 de agosto de 2018. Washington Business Journal. <https://www.bizjournals.com/washington/news/2018/08/27/fireeye-exposed-an-iranian-social-media.html>.
- 6 Caroline Jack, Lexicon of Lies: Terms for Problematic Information, Instituto de Investigación de Datos y Sociedad, publicado el 9 de agosto de 2017, https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_LexiconofLies.pdf, p. 2.
- 7 Theodore Schleifer y Eugene Scott, "What was in the DNC email leak?" 25 de julio de 2016. CNN Politics. <https://www.cnn.com/2016/07/24/politics/dnc-email-leak-wikileaks/index.html>
- 8 Dean Jackson, "Issue Brief: Distinguishing Disinformation from Propaganda, Misinformation, and 'Fake News'", publicado el 17 de octubre de 2017, <https://www.ned.org/issue-brief-distinguishing-disinformation-from-propaganda-misinformation-and-fake-news/>.
- 9 "Propaganda nation: how North Korea spreads its message", publicado el 20 de diciembre de 2011. The Journal Ireland. <http://www.thejournal.ie/propaganda-nation-how-north-korea-spreads-its-message-309343-Dec2011/>.
- 10 Kostas Bithas, Dionysis Latinopoulos, Charalampos Mentis, "The impact of a public information campaign on preferences for marine environmental protection. The case of plastic waste". Boletín de contaminación marina, Elsevier Journal, 2018.
- 11 Tim Hwang, Digital Disinformation: A Primer, The Atlantic Council, publicado en septiembre de 2017, http://www.atlanticcouncil.org/images/Digital_Disinformation_Primer_web_0925.pdf.
- 12 Caroline Jack, Lexicon of Lies, pp. 3-4.
- 13 Alice Marwick y Rebecca Lewis, Media Manipulation and Disinformation Online, Instituto de Investigación de Datos y Sociedad, publicado el 5 de mayo de 2017, https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_MediaManipulationAndDisinformationOnline.pdf, p. 26.
- 14 Nic Dias, "The Era of WhatsApp Propaganda is Upon Us", Foreign Policy, publicado el 17 de agosto de 2017, <https://foreignpolicy.com/2017/08/17/the-era-of-whatsapp-propaganda-is-upon-us/>.
- 15 Samuel C. Woodley y Philip N. Howard, "Computational Propaganda Worldwide: Executive Summary", Proyecto de Investigación de Propaganda Computacional, Universidad de Oxford, publicado el 11 de julio de 2017, <http://blogs.oii.ox.ac.uk/politicalbots/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf>.

- 16 Samuel C. Woodley y Philip N. Howard, "Computational Propaganda Worldwide: Executive Summary", Proyecto de Investigación de Propaganda Computacional, Universidad de Oxford, publicado el 11 de julio de 2017, <http://blogs.oxi.ac.uk/politicalbots/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf>.
- 17 Chris Doten, "In Fight Against Online Disinformation, A Variety of Tools Are Needed", NDI DemocracyWorks, publicado el 22 de junio de 2018, <https://www.demworks.org/fight-against-online-disinformation-variety-tools-are-needed>.
- 18 Wu Min Hsuan, "TICTeC 2018: CoFacts, the chatbot that combats misinformation", publicado el 8 de mayo de 2018, <https://youtu.be/4V2dpdmf8I0>.
- 19 Daniel Funke, "Automated fact-checking has come a long way. But it still faces significant challenges", Poynter, publicado el 4 de abril de 2018, <https://www.poynter.org/news/automated-fact-checking-has-come-long-way-it-still-faces-significant-challenges>.
- 20 Mapping of Media Literacy Practices and Actions in EU-28, Observatorio Audiovisual Europeo, p. 29.
- 21 Amanda Erickson, "Macron's emails got hacked. Here's why French voters won't hear much about them before Sunday's election", Washington Post, publicado el 6 de mayo de 2017, https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2017/05/06/macrons-emails-got-hacked-heres-why-french-voters-wont-hear-much-about-them-before-sundays-election/?utm_term=.be98b12ccd14.
- 22 Boris Toucas, "The Macron Leaks: The Defeat of Informational Warfare", Centro de Estudios Estratégicos e Internacionales, publicado el 30 de mayo de 2017, <https://www.csis.org/analysis/macron-leaks-defeat-informational-warfare>.
- 23 Tara Susman-Peña y Bebe Santa-Wood, "Kenians need more than fact-checking tips to resist misinformation," Columbia Journalism Review, publicado el 25 de octubre de 2017, <https://www.cjr.org/innovations/kenya-election-fake-news.php>.
- 24 Nanjira Sambuli, "How Kenya became the latest victim of 'fake news'. AlJazeera, publicado el 17 de agosto de 2017, <https://www.aljazeera.com/indepth/opinion/2017/08/kenya-latest-victim-fake-news-170816121455181.html>.
- 25 Elizabeth Dwoskin, "Facebook's fight against fake news has gone global. In Mexico, just a handful of vetters are on the front lines", The Washington Post, publicado el 22 de junio de 2018, https://www.washingtonpost.com/business/economy/in-mexico-facebook-faces-challenges-as-it-seeks-to-keep-democracy-honest/2018/06/22/098d5f3a-7624-11e8-b4b7-308400242c2e_story.html?utm_term=.0683a7a965df.
- 26 Daniel Funke, "Journalists and tech companies are teaming up to fight fake news about the Mexican election," Poynter, publicado el 13 de marzo de 2018, <https://www.poynter.org/news/journalists-and-tech-companies-are-teaming-fight-fake-news-about-mexican-election>.
- 27 Samantha Stanley, "Misinformation and Hate Speech in Myanmar," First Draft News, publicado el 16 de mayo de 2017, <https://firstdraftnews.org/misinformation-myanmar/>.
- 28 "Myanmar convicts five over fake rape claim that sparked riots," Reuters, publicado el 20 de marzo de 2015, <https://uk.reuters.com/article/uk-myanmar-conviction-idUKKBN0MG11820150320>.
- 29 "Fake news and Nigeria's herder crisis," BBC News, publicado el 29 de junio de 2018, <https://www.bbc.com/news/world-africa-44655148>.
- 30 Dimeji Kayode-Adedeji, "No herdsmen attack on Lagos-Ibadan expressway - Police", Premium Times, publicado el 7 de febrero de 2018, <https://www.premiumtimesng.com/news/more-news/257886-no-herdsmen-attack-lagos-ibadan-expressway-police.html>.
- 31 Evelyn Okakwu, "Nigerian govt launches campaign against 'fake news'", Premium Times, publicado el 11 de julio de 2018, <https://www.premiumtimesng.com/news/more-news/275846-nigerian-govt-launches-campaign-against-fake-news.html>.

- 32 “Disinformation Analysis on the Western Balkans: Lack of Sources Indicates Potential Disinformation,” EU vs. Disinfo, publicado el 3 de agosto de 2018, <https://euvsdisinfo.eu/disinformation-analysis-on-the-western-balkans-lack-of-sources-indicates-potential-disinformation/>.
- 33 Olivia Solon, “How Syria’s White Helmets became victims of an online propaganda machine”, The Guardian, publicado el 18 de diciembre de 2017, <https://www.theguardian.com/world/2017/dec/18/syria-white-helmets-conspiracy-theories>.
- 34 “Killing the Truth: How RUSIA is fueling a desinformación campaign to cubierta up war crimes in Syria”, The Syria Campaign. <https://thesyriacampaign.org/wp-content/uploads/2017/12/KillingtheTruth.pdf>
- 35 Daniel Arnaudo, A New Wave of Censorship: Distributed Attacks on Expression and Press Freedom, Centro de Asistencia Internacional de Medios, publicado en mayo de 2018, https://www.cima.ned.org/wp-content/uploads/2018/05/CIMA_A-New-Wave-of-Censorship_web_150ppi.pdf.
- 36 Julia Summers, “Countering Disinformation: Russia’s Infowar in Ukraine,” Universidad de Washington, publicado el 25 de octubre de 2017, <https://jsis.washington.edu/news/russia-disinformation-ukraine/>.
- 37 Matt Burgess, “Twitter has admitted Russian trolls targeted the Brexit vote (a little bit)”, Wired UK, publicado el 8 de febrero de 2018. <https://www.wired.co.uk/article/twitter-russia-brexit-fake-news-facebook-russia>.

