

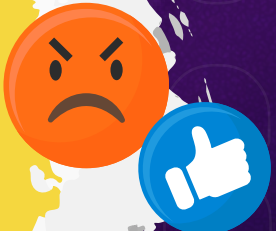


DESINFORMACION EN LA ARGENTINA:

UNA PERSPECTIVA
MULTISECTORIAL



IVÁN KIRSCHBAUM
FERNANDA MARTÍNEZ





DESINFORMACIÓN EN LA ARGENTINA: UNA PERSPECTIVA MULTISECTORIAL

Iván Kirschbaum y Fernanda Martínez

En contextos como el actual, el interés por la desinformación está en aumento y ello, en parte, se debe a su capacidad para influir en la conversación cívica y el ámbito público. La preocupación por este fenómeno ha sido observada con interés y acompañada por diversas iniciativas tanto del sector público-privado, academia y sociedad civil, como por periodistas y la ciudadanía en general. Si bien en Argentina se han implementado proyectos para contrarrestar sus efectos y propagación, aún no hay consensos claros sobre qué aspectos involucra la desinformación, y cómo presentar intervenciones más eficientes y con mayor impacto que respeten los derechos en línea de los ciudadanos.

Este documento presenta resultados preliminares de una investigación en curso que pretende realizar una exploración multisectorial sobre el fenómeno de la desinformación en Argentina. Con el fin de vitalizar el diálogo necesario para una propuesta que involucre a todas las partes interesadas contra la difusión de la información falsa, el proyecto emprende una consulta con expertos de todos los sectores para evaluar las perspectivas en común -y divergentes- con respecto a la desinformación, identificar las problemáticas centrales y recopilar recomendaciones dirigidas para cada sector. A continuación, presentamos **un breve resumen del trabajo en curso** orientado a: i. compartir algunos factores clave que favorecen la propagación de la desinformación (infografía N°1), y ii. presentar algunas recomendaciones desagregadas por sector (infografía N°2).

CARACTERÍSTICAS DE LA DESINFORMACIÓN

Si bien las entrevistas revelaron un consenso entre los actores acerca de que la desinformación es un problema, hay cierta variabilidad en su definición y mecanismos para combatirla. En línea con Aïmeur *et al.*¹, dos aspectos que surgen al caracterizar la desinformación son: i. su carácter de autenticidad, es decir, si se trata de una información verdadera o falsa; y ii: su intencionalidad, es decir, si es divulgada con intención de daño o no.

Una primera problemática es la dificultad de operacionalizar ambas características. Por un lado, en especial las iniciativas de la sociedad civil mencionan que la dicotomía entre verdadero y falso es difícil de aplicar en casos en los que se trata de una opinión o un mecanismo de framing en el que la información no es del todo falsa pero se transgversa con una intención de daño o rédito personal, económico y/o político. Por otro lado, también se menciona la dificultad de operacionalizar la intención detrás de la información falsa ya que puede tratarse tanto un usuario que comparte información falsa sin saberlo como una campaña orquestada de desinformación con agendas oscuras.

Un consenso encontrado entre los actores es que la desinformación más problemática es la información falsa o engañosa divulgada con intención de daño, con capacidad de viralización y que genera rendimiento - o descrédito - personal, económico y/o político. También, hay preocupación ya que la desinformación surge en múltiples formatos y plataformas principalmente en momentos de incertidumbre, con temas de alto interés público, con la capacidad de influir en la opinión pública y marcar agendas políticas. Ejemplo de ello han sido algunas cuestiones relativas al covid y en la actualidad podrían ser desinformaciones tendientes a influir en el proceso de elecciones.

1. Aïmeur, E., Amri, S. y Brassard, G. (2023). Fake news, disinformation and misinformation in social media: a review. *Social Network Analysis Mining* 13, 30. <https://doi.org/10.1007/s13278-023-01028-5>



METODOLOGÍA

El trabajo es de carácter exploratorio y cualitativo basado en una triangulación de métodos con entrevistas y observación participante en eventos de trabajo sobre la temática como ser la Cumbre Global de Desinformación y el congreso anual del Centro de Estudios sobre Medios y Sociedad en Argentina (MESO) de la Universidad de San Andrés.

Para comenzar, se realizó una revisión de literatura y una investigación de escritorio para listar actores clave del sector privado, sector público, iniciativas de la sociedad civil y académicos que se encuentren trabajando sobre la problemática de la desinformación en Argentina. Luego, comenzó el periodo de contacto y conversación con los distintos actores. Hasta el momento, el trabajo cuenta con 12 entrevistas en profundidad a referentes de todos los sectores.



INFOGRAFÍA 1: ¿QUÉ FACTORES FAVORECEN LA PROPAGACIÓN DE LA DESINFORMACIÓN?

CONTEXTUALES



- POLARIZACIÓN SOCIO-POLÍTICA
- DESCONTENTO SOCIO-POLÍTICO
- ESCASA Y DEFICIENTE ALFABETIZACIÓN DIGITAL
- FORTALECIMIENTO DE REDES DE DESINFORMADORES
- BAJA CREDIBILIDAD EN LAS INSTITUCIONES
- FALTA DE COOPERACIÓN Y CONSENSOS MULTISECTORIALES PARA MITIGAR LOS EFECTOS DE LA DESINFORMACIÓN
- CRISIS DEL PERIODISMO TRADICIONAL
- TENSIÓN CON LOS LÍMITES DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN
- BAJA RELEVANCIA DEL TEMA EN LA AGENDA POLÍTICA
- BAJO CONSENSO RESPECTO DEL MARCO REGULATORIO ADECUADO

DISEÑO DE LAS PLATAFORMAS



- PREVALENCIA DE BURBUJAS DE INFORMACIÓN
- ECONOMÍA DEL CLIC
- LÓGICA DE REDES: FÁCIL ACCESO, ESCALABLE, APELABLE A EMOCIONES Y CÁMARAS DE ECO
- FAVORECEN LA VIRALIZACIÓN Y FRAGMENTACIÓN DE CONTENIDOS
- DIVULGACIÓN DE DESINFORMACIÓN DE FORMA PAUTADA Y SEGMENTADA
- BAJA TRANSPARENCIA EN LAS DECISIONES DE MODERACIÓN DE CONTENIDOS

PSICOLÓGICAS



- PREEMINENCIA DEL SESGO DE CONFIRMACIÓN
- BAJO CHEQUEO DE INFORMACIÓN DE LOS USUARIOS
- APELACIÓN EMOCIONAL DE LOS CONTENIDOS FALSOS
- ROL ACTIVO DE USUARIOS AL ESCALAR LA (DES)INFORMACIÓN
- BAJA CONFIANZA EN INFORMACIÓN CHEQUEADA Y NOTICIAS



INICIATIVAS DE FACT CHECKING

Una de las formas más extendidas para combatir la desinformación son las iniciativas de fact checking, es decir, organizaciones o proyectos dedicados a la verificación de hechos y datos que circulan en las redes sociales, medios de comunicación como así también declaraciones políticas u otro texto público².

Los múltiples actores entrevistados respaldan estas propuestas, especialmente cuando surgen desde la sociedad civil. Sin embargo, a continuación, indagaremos en algunas barreras que experimentan dichas iniciativas al momento de combatir la desinformación. A saber:



Bajo impacto público y viralización.



Amplificación de la información falsa: aún si se divulga una información etiquetada como "falsa", se contribuye a su divulgación.



Sesgo de confirmación con creencias previas: si la información chequeada tiene una incongruencia con la creencia previa de la persona, esta estaría menos dispuesta a aceptar el chequeo.



No suelen llegar al usuario expuesto a la desinformación.



Baja confianza en instituciones e iniciativas de chequeo.



Diversificación de canales y formatos: mientras la información falsa se divulga en múltiples canales, la información chequeada circula principalmente en los perfiles de chequeadores.



La confirmación de que determinada información es falsa podría afectar la credibilidad de la información en general.

² Si bien las iniciativas de fact checking pueden surgir del sector público-privado o bien desde la sociedad civil, en este trabajo hacemos especial hincapié en las iniciativas provenientes de la sociedad civil.

INFOGRAFÍA 2: RECOMENDACIONES PARA COMBATIR LA DESINFORMACIÓN DESAGREGADAS POR SECTOR



INICIATIVAS DE FACT CHECKING DE LA SOCIEDAD CIVIL

- CONTINUAR CON EL FOMENTO DE INICIATIVAS VINCULADAS A LA CAPACITACIÓN DE CHEQUEADORES
- FORTALECER ALIANZAS, INICIATIVAS Y REDES DE FACT CHECKERS REGIONALES
- DESPLEGAR INICIATIVAS MULTIPLATAFORMA, EN ESPECIAL WHATSAPP Y TIK TOK
- INNOVAR EN FORMATOS DE CHEQUEO
- PRIORIZAR INICIATIVAS DIRIGIDAS A POBLACIONES Y CONTEXTOS ESPECÍFICOS



ACADEMIA

PRODUCCIÓN DE INVESTIGACIÓN EMPÍRICAS SOBRE:

- EFECTOS DE LA DESINFORMACIÓN EN DETERMINADOS CONTEXTOS
- REDES DE ACTORES
- POBLACIONES VULNERABLES
- ESQUEMAS DE DESINFORMACIÓN
- FLUJOS TRANSNACIONALES
- CAMPAÑAS OSCURAS
- TIPOLOGÍAS DE DESINFORMACIÓN

ADOPTAR UN ROL ACTIVO PARA COMBATIR LA DESINFORMACIÓN DESDE SU ÁREA DE EXPERTISE

- FAVORECER ESQUEMAS DE PRIORIDAD EN EL CHEQUEO POR VIRALIDAD E IMPACTO

- FOMENTO DE ALFABETIZACIÓN DIGITAL
- INCENTIVAR EL PRE-BUNKING: CAMPAÑAS INFORMATIVAS CLARAS DE ANTEMANO EN TEMAS DE ALTO INTERÉS PÚBLICO
- ALIANZAS MULTISECTORIALES
- COOPERACIÓN REGIONAL



PLATAFORMAS

- FAVORECER ESQUEMAS DE RED FLAGS Y AVISOS DE CONTENIDO ENGAÑOSO
- FAVORECER LA APERTURA DE DATOS Y TRANSPARENCIA SOBRE DECISIONES DE MODERACIÓN
- LIMITAR EL RENDIMIENTO ECONÓMICO DE LA INFORMACIÓN FALSA
- PROFUNDIZAR LAS POLÍTICAS QUE PERMITEN LA POSIBILIDAD DE DENUNCIA DE USUARIOS
- PROMOVER LA DETECCIÓN TEMPRANA
- LIMITAR EL RENDIMIENTO ECONÓMICO DE LA INFORMACIÓN FALSA
- APOYAR LA DIVULGACIÓN DIRIGIDA DE CHEQUEOS
- INFORMACIÓN IN-APP



SECTOR PÚBLICO

- IMPULSAR INICIATIVAS CONSENSUADAS DE SOFT Y/O CO-REGULACIÓN QUE PRIORICEN A LOS USUARIOS
- APOYAR A FACT CHECKERS INDEPENDIENTES
- ABSTENERSE DE INTERVENCIÓN O CONTROL MEDIANTE MECANISMOS DEL ESTADO
- TRABAJAR EN CONSENSOS SIMPLES ENTRE SECTORES
- IMPULSAR INTERVENCIONES EN POBLACIONES MÁS VULNERABLES

- FINANCIAMIENTO Y ALIANZA CON INICIATIVAS
- CAPACITACIONES DE CHEQUEADORES