

La Desinformación en Democracias

Fortaleciendo la resiliencia digital en América Latina

Tras un esfuerzo de un año para exponer y explicar la desinformación en América Latina, el Centro para América Latina Adrienne Arsht y el DFRLab del Atlantic Council proponen las siguientes recomendaciones para consideración por gobiernos, compañías de tecnología y redes sociales, compañías de telecomunicaciones, organizaciones de verificación de hechos y los medios de comunicación, organizaciones de la sociedad civil e instituciones académicas, e instituciones internacionales. Estas sugerencias apuntan a abordar los desafíos principales y colectivos planteados por la desinformación, la información errónea y la automatización en un entorno de información que cambia rápidamente.

RETO	SOLUCIÓN PROPUESTA	COMO
GOBIERNO		
Autoridades electorales a veces son incapaces de verificar, de manera oportuna, la desinformación, "misinformation" o la automatización alrededor de procesos electorales. Algunas reclamaciones quedan sin abordarse o son abordadas sólo después de una elección. Esto puede exacerbar la desconfianza en el sistema de votación.	Autoridades electorales pueden proveer respuestas más rápidas a la desinformación y "misinformation," y ser más transparentes sobre los pasos tomados para investigar y abordar vulnerabilidades.	Autoridades electorales pueden comunicarse más frecuentemente con reporteros y "fact-checkers," optimizar la comunicación interna para permitir tiempos de respuesta más rápidas, y publicar más detalles sobre los pasos que están siendo tomados para desmentir la desinformación y corregir las vulnerabilidades durante periodos de campaña. Esto se puede hacer en colaboración con la policía, los medios de comunicación e influenciadores digitales.
Cuerpos policiales y fiscales son, en algunos casos, los únicos actores quienes pueden verificar reclamaciones que requieren una investigación oficial.	Cuerpos policiales y fiscales pueden ser más transparentes con respecto a investigaciones en curso y los resultados obtenidos, siempre y cuando esa transparencia no afecte la legitimidad de dichas investigaciones no se vería afectada.	Cuerpos policiales y fiscales pueden dedicar más recursos a investigaciones relacionadas a la desinformación electoral, y comunicar más claramente los resultados al público con la ayuda de los medios de comunicación y funcionarios del gobierno a nivel local.

RETO	SOLUCIÓN PROPUESTA	COMO
------	--------------------	------

GOBIERNO

<p>Leyes electorales en muchos países previenen a los gobiernos federales, estatales y locales publicar cierta información durante el período electoral. Las leyes de apagón de medios también prohíben que los medios reporten sobre temas relacionados con las elecciones. Tales leyes hacen que las personas no puedan hacer referencia a una fuente oficial para verificar la información.</p>	<p>Cuerpos gubernamentales, como las Oficinas del Procurador General en diferentes países, pueden establecer una orientación más clara sobre las leyes existentes que impiden que las instituciones públicas publiquen información en los días previos a una elección y comenzar a considerar si las leyes de apagón de medios se podrían reestructurar para un entorno digital, en donde los votantes dependen cada vez más de las redes sociales y de la web para obtener información durante las elecciones.</p>	<p>Cuerpos gubernamentales, como las Oficinas del Procurador General en diferentes países, pueden definir mejor y proporcionar más claridad sobre qué información puede ser publicada por instituciones del estado durante las elecciones. Estas aclaraciones pueden ser publicadas en internet y divulgadas al público antes de y durante las elecciones, con el apoyo de los medios de comunicación y oficiales de gobiernos locales. Los medios de comunicación deberían ser permitidos reportar sobre desinformación relacionada con las elecciones hasta el mismo día de la elección.</p>
<p>Leyes electorales no han sido actualizadas para tomar en cuenta las nuevas tendencias en el consumo de información digital. Se les hace difícil a los fiscales investigar casos que involucran análisis forense digital, o aquellos que no tienen penas claramente definidas para actores involucrados en la desinformación o en la automatización.</p>	<p>Autoridades electorales, policías, fiscales, y el poder judicial deben investigar actualizaciones potenciales a las leyes de difamación y calumnia que aplican a un mundo digitalmente conectado.</p>	<p>Al nivel nacional y subnacional, gobiernos pueden discutir leyes sobre la transparencia de los gastos de publicidad en línea. Cuando sea relevante, gobiernos también pueden colaborar con empresas de tecnología y redes sociales para publicar informes en los que hacen responsables a los partidos políticos de todos los niveles de gobierno por sus gastos y compras de cobertura mediática, especialmente cuando esos gastos se tratan de la contratación de empresas de marketing para enviar publicidad política a través de plataformas de mensajería cifradas.</p>
<p>Desinformación y "misinformation" sobre el próximo ciclo de elecciones locales y municipales comenzarán a aparecer pronto después de una elección.</p>	<p>Autoridades electorales pueden formar un grupo interdisciplinario para hablar sobre posibles medidas basadas en las lecciones aprendidas de las elecciones nacionales del 2018.</p>	<p>Autoridades electorales pueden crear cuerpos especiales con múltiples grupos interesados para hablar sobre desinformación en elecciones locales y capacitar aún más al personal en ciudades y municipios para que ellos puedan reconocer y verificar información falsa en colaboración con terceros independientes, como organizaciones de la sociedad civil.</p>

EMPRESAS DE TECNOLOGÍA Y REDES SOCIALES

<p>Barreras de entrada existen en plataformas cifradas para reporteros e investigadores que desean estudiar y comprender más eficazmente la desinformación, y cómo dichas plataformas pueden servir como vectores para la difusión de desinformación durante los ciclos electorales.</p>	<p>Plataformas cifradas pueden proveer más información sobre cómo funcionan las plataformas y cuales acciones están siendo tomadas, o podrían ser tomadas, para impedir la difusión de desinformación.</p>	<p>Plataformas cifradas pueden compartir información que pinta una imagen del uso de la plataforma—tal como cuántos grupos existen, cuántos de aquellos tienen enlaces públicos y el tamaño de los grupos por categorías—para permitir la investigación independiente de desinformación por verificadores de información y los medios de comunicación. Además, plataformas pueden considerarse comunicarse directamente con sus usuarios sobre la amenaza de la desinformación, por ejemplo, proporcionando notificaciones automáticas con anuncios de servicio público.</p>
--	--	--

RETO	SOLUCIÓN PROPUESTA	COMO
------	--------------------	------

EMPRESAS DE TECNOLOGÍA Y REDES SOCIALES

<p>Algunas compañías y plataformas tienen funcionalidades tanto de mensajería uno a uno como de mensajería masiva, de un usuario a muchos. El carácter cifrado de la plataforma, junto con sus funcionalidades de mensajería masiva que hace posible que los mensajes sean virales, abre las puertas a la diseminación de desinformación.</p>	<p>Empresas de tecnología y redes sociales, al entender las implicaciones de funcionalidades tanto de mensajería uno a uno como de mensajería masiva, pueden modificar las características de sus productos en base a las vulnerabilidades.</p>	<p>Plataformas cifradas, al comprender mejor los efectos de las características que ofrecen a sus usuarios, pueden modificar las opciones para minimizar las características de transmisión que aumentan el potencial de permitir que la desinformación se vuelva viral sin vías para que los verificadores de información y los reporteros puedan rastrear su propagación.</p>
<p>Las normas que gobiernan la conducta del usuario en algunas plataformas de tecnología y redes sociales no siempre son suficientemente claras para todos los usuarios, lo que lleva a algunos grupos e individuos a sostener que están censurados injustamente por la tecnología y las redes sociales en las plataformas respectivas.</p>	<p>Empresas de tecnología y redes sociales pueden proveer normas más claras sobre las reglas y términos de servicio que aplican a la conducta del usuario en sus plataformas.</p>	<p>Empresas de tecnología y redes sociales pueden optimizar y comunicar claramente las normas sobre sus términos de servicio y compartir más información con el público sobre aquellas páginas y cuentas que se han eliminado / desactivado, para aumentar la comprensión de lo que se considera conducta inauténtica. La cantidad de información compartida debe ser estudiada cuidadosamente para tener en cuenta los posibles riesgos de seguridad y los riesgos para la privacidad.</p>
<p>Existen ocasiones donde empresas de tecnología y redes sociales carecen conocimiento local sobre el contexto político al nivel nacional o subnacional y flujos de desinformación específicos del país.</p>	<p>Empresas de tecnología y redes sociales pueden crear más alianzas con instituciones locales y organizaciones de sociedad civil para poder comprender mejor los retos locales de desinformación.</p>	<p>Empresas de tecnología y redes sociales pueden capitalizar en base a canales de comunicación que se crearon con terceros durante las elecciones del 2018 para profundizar y expandir el conocimiento de estas en desarrollos políticos locales y consumo de información. Empresas pueden abrir o expandir oficinas necesarias en el país en mercados claves para acelerar el tiempo que lleva abordar y resolver violaciones de los términos de servicio.</p>

EMPRESAS DE TELECOMUNICACIÓN

<p>Las políticas de “zero-rating”* de empresas de telecomunicación han creado incentivos para que los usuarios de redes sociales permanezcan en un espacio en línea cerrado dentro de las plataformas, lo que dificulta la verificación de reclamos utilizando recursos externos.</p>	<p>Empresas de telecomunicación, junto con empresas de tecnología y redes sociales, pueden reexaminar las políticas de zero-rating con un enfoque en la desinformación.</p> <p><small>*Las políticas de zero rating permiten el acceso a Internet sin costo financiero bajo ciertas condiciones, por ejemplo, solo permitiendo el acceso a ciertas páginas.</small></p>	<p>Empresas de telecomunicación pueden colaborar con empresas de tecnología y redes sociales y verificadores de información para hablar sobre la posibilidad de incluir enlaces a sitios de verificación de información como parte de las políticas de zero-rating para que los usuarios puedan tener acceso a más recursos cuando interactúen con información en las redes.</p>
---	---	--

RETO	SOLUCIÓN PROPUESTA	COMO
------	--------------------	------

AGENCIAS DE FACT-CHECKING Y MEDIOS INDEPENDIENTES

Agencias de fact-checking tienen dificultades en llegar al público más afectado por la desinformación o aquellos que dependen principalmente de las plataformas de mensajería cifradas para obtener noticias.	Agencias de fact-checking y medios independientes pueden considerar nuevo contenido y un nuevo formato que tenga mayor impacto sobre y que mejor involucre a los usuarios más predispuestos a la desinformación en redes sociales.	Los medios de comunicación pueden experimentar con una nueva formulación del contenido para aprender qué es lo más claro y que tiene mayor impacto en las redes sociales. También pueden dedicar más tiempo a medir las opiniones de la audiencia y las reacciones a estos experimentos para adaptar los mensajes de una manera más efectiva.
Los fact-checkers y los medios de comunicación a veces amplifican la desinformación en sus intentos de abordar casos individuales de desinformación—esto puede magnificar el problema y exacerbar la desconfianza.	Fact-checkers pueden mejorar e incrementar la verificación de narrativas en lugar de sólo instancias de desinformación, y destinar más eficazmente los artículos verificados a las audiencias afectadas por la desinformación.	Agencias de fact-checking pueden mejorar su uso de “social listening” y sus herramientas de análisis para una comprensión más completa del consumo de desinformación y grupos quienes verían el valor en recibir artículos comprobados.
No todas las organizaciones de verificación de información y medios de comunicación independientes son confiadas por el público.	Agencias de ‘fact-checking’ y los medios de comunicación pueden trabajar para aumentar la transparencia en el reportaje y la metodología para reforzar la credibilidad. Los medios independientes también pueden seguir respetando los más altos estándares de integridad periodística.	Los medios de comunicación pueden asegurar que las partes más relevantes de un debate sean retratados en artículos sobre o en la cobertura de dichos debates. El origen de reportajes debe seguir siendo minuciosamente comprobado y su información verificada. Los errores deben corregirse y publicarse de manera oportuna.

LA SOCIEDAD CIVIL E INSTITUCIONES ACADÉMICAS

Los hallazgos académicos sobre la desinformación no siempre alcanzan o informan el debate público.	Los investigadores académicos pueden mejorar su alcance a los medios de comunicación y al público en general.	Los círculos académicos pueden asociarse más frecuentemente con los medios de comunicación para dar a conocer los resultados de sus estudios y mantener conversaciones directas con organizaciones de la sociedad civil, y actores políticos.
La sociedad civil e instituciones académicas, al analizar la desinformación, a veces tienen una capacidad limitada para orientar la investigación hacia los espacios digitales donde la información es consumida.	La sociedad civil e instituciones académicas pueden enfocar continuamente sus investigaciones y desarrollar nuevas colaboraciones que les permitan estudiar la conducta de los usuarios donde se consume la información.	La sociedad civil e instituciones académicas, en colaboración con empresas de tecnología y redes sociales, incluyendo plataformas cifradas, pueden trabajar para abrir nuevas puertas para analizar el entorno de la información en los espacios digitales y plataformas donde los usuarios la consumen más activamente.

ORGANIZACIONES INTERNACIONALES

A menudo, la naturaleza de la desinformación es transnacional y puede llegar a representar una amenaza para las democracias—este tipo de amenaza no está restringida por fronteras físicas.	Organizaciones internacionales pueden continuar incluyendo esfuerzos para combatir la desinformación como parte de iniciativas de monitoreo electoral y seguir financiando investigaciones locales, promoción, proyectos de educación y proyectos de comunicación social dirigido a combatir desinformación.	Organizaciones internacionales pueden capacitar mejor a los observadores electorales para que entiendan los flujos y la dinámica de la desinformación y continuar su apoyo a proyectos transversales para abordar el problema en distintas de las regiones a nivel global.
---	--	--