

# Cómo contrarrestar la desinformación en su comunidad

La desinformación es un veneno que corre por las venas de nuestra sociedad, ya que socava la democracia, fomenta la división y el odio, y obstaculiza el progreso en lo que respecta a los temas más apremiantes de la actualidad.

¿Qué es la desinformación? Se trata de información engañosa y mentiras difundidas deliberadamente por personas o entidades malintencionadas para obtener un beneficio económico o político, generalmente a costa del bien público.

Los grupos coordinados de personas o empresas malintencionadas promueven activamente la desinformación con el fin de dividir a las comunidades, demorar las acciones y distraer y desmoralizar a quienes intenten mantener un planeta sano y un mundo más seguro. Aunque la desinformación nos perjudica a todos, las campañas coordinadas de desinformación suelen dirigirse a las comunidades de personas de raza negra, latines y personas indígenas, asiáticas y originarias del Medio Oriente, afectándolas de forma desproporcionada.

***Los grupos coordinados de personas o empresas malintencionadas promueven activamente la desinformación con el fin de dividir y desmoralizar a las comunidades.***

Una red amplia e interconectada se encarga de difundir la desinformación; esto incluye una serie de organizaciones políticas, funcionarios electos, empresas, grupos de presión y otras entidades malintencionadas. Frecuentemente son las mismas personas y empresas, tales como el Consejo Americano de Intercambio Legislativo (o ALEC, por sus siglas en inglés), afiliado a los hermanos Koch, y como ciertas empresas de combustibles

fósiles que financian y difunden la desinformación en múltiples esferas como el cambio climático, derecho al voto, respuesta antipandémicas y demás.

La desinformación representa un grave problema, pero por otro lado hay muchas más personas bien informadas y bienintencionadas como usted que personas y empresas malintencionadas que difunden intencionadamente la desinformación.

Todos podemos y debemos desempeñar un papel para contrarrestar esta creciente amenaza tóxica, además de llamar a cuentas a los responsables de los engaños. Las ciencias y la comunidad científica juegan un papel crucial en esta lucha.

Para protegerse a sí mismo y a su comunidad contra la desinformación, es necesario:

- compartir las mejores prácticas y recursos para identificar y responder (o no) a la desinformación;
- concientizar de forma proactiva y preventiva sobre las tácticas específicas de desinformación; y
- establecer y centrarse en las narrativas y los recursos clave que se basen en valores compartidos.

Se debe desafiar y exponer consistentemente a los creadores y proveedores de desinformación, revelar sus verdaderas motivaciones y exigir a que rindan cuentas las plataformas que permitan y aceleren la difusión de la desinformación.

También se debe actuar a nivel local, aportando su experiencia, contactos y habilidades a las organizaciones estatales y locales que lideran la lucha por las cuestiones que más le interesen.

Esta guía le proporciona la información, la forma de proceder y las herramientas que usted necesitará para tomar acciones eficaces y significativas a fin de contrarrestar la desinformación en su comunidad.

***Las ciencias y la comunidad científica juegan un papel crucial en esta lucha.***

## Comprenda y contrarreste la desinformación

Las personas y empresas malintencionadas que difunden la desinformación lo hacen con la intención de dividir, distraer, desmoralizar y demorar la rendición de cuentas: las cuatro Ds de la opresión. En vez de dejarse llevar por este tipo de comportamientos, aprenda a contrarrestar la desinformación.

### Objetivos de la desinformación

Las personas y empresas que difunden la desinformación suelen dirigirla hacia tipos específicos de personas para generar división, distracción, demoras y desmoralización. Sus principales objetivos son:

- Medios de comunicación
- Científicos
- Funcionarios de salud pública
- Activistas
- Funcionarios públicos

### La práctica lleva a la perfección al desarrollar una respuesta disciplinada

- Sea consciente de cómo las personas y empresas malintencionadas pueden convertir sus buenas intenciones en un arma. Ellos:
  - Se aprovechan de sus intentos de advertir a la gente

RECUADRO 1.

## Cómo contrarrestar las cuatro Ds de la opresión

La intención de la desinformación es difundir la opresión. Esté atento a las cuatro Ds de la opresión y responda estratégicamente. Cuando usted encuentre

- **DIVISIÓN**—responda con compasión e intente resolver el conflicto
- **DISTRACCIÓN**—enfóquese en la verdad
- **DEMORAS**—reaccione con una acción organizada
- **DESMORALIZACIÓN**—trabaje para desarrollar la comunidad e ir más allá de su núcleo

- Se aprovechan de sus intentos de sostener una conversación de buena fe (es decir, hacerle perder el tiempo explicando la verdad a personas que mienten a propósito)
- Se aprovechan de sus intentos de demostrar que usted está consciente de la situación
- Se aprovechan de sus intentos de priorizar el buscar el consentimiento de otra persona (es decir, su incomodidad con tomar acciones antes de lograr el consenso)
- Sea consciente de cómo las personas y empresas malintencionadas pueden convertir sus malas costumbres en un arma. Ellos:
  - Se aprovechan de nuestra tendencia a retener la información negativa más que la positiva
  - Se aprovechan de nuestra tendencia a decir "En realidad . . ." (es decir, responder rápidamente a las amenazas percibidas o a los mensajes opuestos)
  - Se aprovechan de nuestra soberbia (por ejemplo, cuando intenta avergonzar a las personas que difunden información falsa)
  - Se aprovechan de nuestros intentos de cambiar las opiniones de los demás en vez de cambiar su enfoque
- Mientras más visibilidad le dé usted a la desinformación, más ayudará a difundirla debido al efecto de la verdad ilusoria: lo que se repite se refuerza, aunque sea falso. Por lo tanto . . .
  - Evite citar la desinformación e incluso hacer bromas con ella
  - Evite compartir imágenes de la desinformación
  - Empiece por los valores compartidos
- La intencionalidad es la base del bienestar y es como se responde a la desinformación con un mensaje medido. Decida desde un principio con qué personas y temas interactuará usted, con qué propósito y cuándo/durante cuánto tiempo (por ejemplo, asigne 10 minutos durante la hora del almuerzo para ver sus redes sociales).
- Desarrolle planes de seguridad para protegerse de las personas y empresas malintencionadas si usted decide exponerlas o desafiarlas de manera pública por difundir desinformación. Póngase en contacto con Sophia Marjanovic, organizadora senior bilingüe de la Unión de Científicos Conscientes, al email [smarjanovic@ucsusa.org](mailto:smarjanovic@ucsusa.org), si tiene alguna duda acerca de los planes de seguridad.

## Lo que debe y no debe hacerse al refutar las mentiras y los ataques

- **CUENTE** historias individuales para ilustrar las tendencias y estadísticas colectivas
- **DIGA** lo que es cierto y enfatice lo que es posible
- **APROVECHE** los ciclos noticiosos y los incidentes del mundo real para impulsar su narrativa
- **ENTIENDA** que no todos tienen acceso a la información correcta. Deje a un lado sus propias expectativas y comprenda la situación de las personas para guiarlas hacia un lugar mejor
- **IDENTIFIQUE** a las personas/empresas malintencionadas, publique sus nombres e identifique las dinámicas sistémicas
- **HABLE** desde una posición de poder (es decir, el poder de la gente y de la verdad)
- **DESARROLLE** planes y mensajes para contrarrestar a aquellos de la oposición
- **DENUNCIE** la desinformación ante las personas o entidades que puedan regular los contenidos:
  - Denuncie ante las plataformas de redes sociales
  - Denuncie ante los interlocutores de confianza en el ámbito del derecho al voto
  - Denuncie el odio
- **DENUNCIE** la desinformación ante las personas que puedan contrarrestar el mensaje a través de relaciones de confianza, tales como organizadores de la comunidad local o “influencers.”
- **CORRIJA** sin repetir: **NO** repita una percepción errónea, sustitúyala por información objetiva
- **NO** priorice a los hechos y las estadísticas por encima de las historias que tengan un impacto o influyan a la gente
- **NO** dé prioridad a detener los mitos. Las publicaciones que “humillan e invalidan” pueden hacerte sentir mejor por un rato, pero su audiencia ya conoce los mitos, así que enfóquese en los hechos; como se señaló anteriormente, si usted repite los mitos, lo único que estará haciendo es reforzarlos.
- **NO** cree un ambiente negativo y catastrofista: usted puede comunicar su seriedad y la gravedad de un problema sin hacer creer que no hay esperanza (¡porque no es así!)
- **NO** se enfoque demasiado en promover su propia agenda
- **NO** manipule a su audiencia a través del miedo y la ira
- **NO** utilice la voz pasiva (por ejemplo, en lugar de “Alguien fue mordido por el perro”, diga “El perro mordió a alguien”)
- **NO** exagere el poder de sus oponentes ni subestime el suyo
- **NO** utilice contenidos que causen vergüenza: esto hace que la gente esté menos dispuesta a escuchar cualquier cosa que usted tenga que decir; además, las personas que usted cree que “merecen” ser avergonzadas generalmente no están escuchando, pero los posibles simpatizantes sí.

### Dé prioridad al desarrollo de comunidades incluyentes, enfocadas y motivadas que sean capaces de agilizar el cambio

- Usted es capaz y merece desarrollar una comunidad estable, pacífica y compasiva
- Su forma de comunicarse influirá en la manera en que contrarreste la desinformación
  - Mantenga una actitud tranquila y evite juzgar a la persona
  - Dé prioridad a la empatía sobre los conocimientos
  - Busque puntos en común (por ejemplo, fe compartida, amor por la comunidad, etc.)
  - Identifique y reconozca las inquietudes subyacentes
  - Utilice su experiencia para explicar la verdad de una manera que aborde la inquietud subyacente

- Tenga en cuenta que usted no siempre será el interlocutor más indicado para contrarrestar la desinformación en ciertas situaciones, especialmente si pertenece a instituciones que históricamente hayan participado (o se hayan beneficiado) en la opresión de los miembros de la comunidad que ahora son objetivo de la desinformación. Esta es una de las principales razones por las que es importante reparar el daño y esforzarse por (re)construir la confianza con los miembros confiables de las comunidades que han sufrido opresión sistemática. Los siguientes son algunos puntos de partida que van más allá de las interacciones individuales:
  - Ofrezca recursos significativos (por ejemplo, comestibles, kits para catástrofes) a las personas durante los eventos y las reuniones de promoción
  - Comparta recursos y conocimientos con organizaciones respetadas de su comunidad
  - Destaque las contribuciones para el mejoramiento de la comunidad
  - Abogue visiblemente a favor de la justicia y la rendición de cuentas en su ámbito

## Desarrolle narrativas basadas en valores compartidos o comunes

- Usted tiene unos seis segundos para captar la atención de alguien en internet antes de que la persona empiece a desplazarse la pantalla. ¿Cómo va a aprovechar ese tiempo?
- Determine lo que usted valora
  - Dé prioridad a la información más importante que desee que el público recuerde mediante el uso de encabezados, pies de foto e imágenes para exponer sus mensajes más importantes, aunque no haya participación activa con toda la información que usted comparta
  - Tenga en cuenta lo que usted quiere que la gente piense
  - Amplifique sólo lo que usted quiera que la gente piense y diga
- Su mensaje debe ser:
  - **VERAZ:** Refleja la verdad tal como ha sido validada por la experiencia y la investigación rigurosa
  - **ASPIRACIONAL:** Ofrece un futuro posible y atractivo que inspira al público a responder a sus llamados a la acción
  - **ACCIONABLE:** Ofrece pasos claros y prácticos que la gente puede tomar para alcanzar su futuro deseado

RECUADRO 3.

## Ejemplo del uso de la técnica "VAA" en una narrativa basada en valores

El siguiente artículo es un ejemplo del uso de la técnica "VAA" (veraz, aspiracional y accionable) para elaborar una narrativa basada en los valores compartidos o comunes. El autor también aprovechó la oportunidad para exponer a las personas y empresas malintencionadas.

### Veraz

Mientras que las personas por el odio difunden mentiras contra inmigrantes y promueven políticas contra inmigrantes, varios estudios realizados por académicos concluyen que la inmigración genera más innovación, iniciativa empresarial y crea más empleos en Estados Unidos y el mundo. Debido a que los inmigrantes de cualquier nivel educativo tienen más probabilidades de iniciar negocios, los inmigrantes crean empleos en lugar de tomarlos.

### Aspiracional

Al implementar políticas que favorecen a los inmigrantes, las personas no solo están expuestas a diversas culturas, sino que también se les expone a una diversidad de redes en todo el mundo. Por lo tanto, las políticas a favor de los inmigrantes proporcionan condiciones propicias para la creatividad y las soluciones innovadoras.

### Accionable

Debido a que los inmigrantes de cualquier nivel de educación tienen más probabilidades de iniciar negocios, lo que promueve la innovación y genera empleos para otras personas, es necesario implementar políticas que favorecen a los inmigrantes para mejorar la innovación y mejorar la economía en Estados Unidos y el mundo.

- Pregúntese quién es el interlocutor más adecuado y confiable para hacer llegar este mensaje al público al que va dirigido. Tal vez no sea usted.
- Dé prioridad a los contenidos con información que sea impactante o que influya a la gente
  - Historias de perspectiva general: narre lo que esté sucediendo respecto al tema en cuestión, lo que esté en juego en su campaña o lo que esté ocurriendo en su comunidad o en la sociedad en general
  - Historias en primera persona: comparta historias que ayuden a la gente a entender lo que está en juego desde una perspectiva con la que puedan identificarse
  - Historias de impulso o éxito: la gente quiere formar parte de un equipo ganador, así que hable sobre su campaña desde cualquier enfoque que demuestre su poder
  - Relatos explicativos interesantes: utilice sus habilidades narrativas y de concienciación para explicar lo que está sucediendo en términos de la dimensión humana

## Desarrolle un movimiento para contrarrestar la desinformación

Ahora que ya cuenta con las antedichas herramientas, usted podrá enseñar a los demás a contrarrestar la desinformación. El objetivo final es el desarrollo de una red sólida de personas en su familia, su comunidad y su estado que estén empoderadas para neutralizar la difusión de la desinformación. Esto se logra organizando a la gente con la que tenga lazos estrechos.

Para poder tener éxito en cualquier campaña, los organizadores deben establecer relaciones que persistan a pesar de los desafíos de la opresión. En sociedades donde un pequeño grupo de personas acapara y utiliza la riqueza para ejercer el poder sobre los demás, se necesitan grandes grupos de personas que actúen juntas para acabar con la opresión y restablecer un sano equilibrio del poder. La creación de una red que tenga poder en grupos numerosos comienza con el desarrollo de relaciones sólidas entre el mayor número posible de personas que compartan el objetivo común de la liberación.

La forma más eficaz de generar confianza, recabar información, identificar las inquietudes, determinar los puntos de persuasión, compartir información, prepararse para los desafíos y movilizar a la gente hacia la acción es teniendo conversaciones cara a cara. Nuestra guía "[Effective One-on-One Meetings for Mobilizing People into Action for Voting Rights](#)" (en inglés) contiene todo lo que usted necesita saber para organizar exitosamente a la gente con la que tenga lazos estrechos respecto a cualquier tema (no sólo el derecho al voto).

Una vez que se haya familiarizado con esa guía y con el presente documento, usted estará preparado para defender a su comunidad de todo tipo de desinformación perjudicial.

*Esta guía elaborada por la Dra. Sophia Marjanovic y por Lindsey Berger es una adaptación de la propiedad intelectual de la estrategia de comunicación Sabrina Joy Stevens y del programa "Strike School" de Jane McAlevey, el cual se basa en su libro No Shortcuts: Organizing for Power in the New Gilded Age. El contenido puede compartirse libremente siempre y cuando se cite a Sabrina Joy Stevens y a Jane McAlevey.*

<https://es.ucsusa.org/recursos/como-contrarrestar-la-desinformacion-en-su-comunidad>

[www.ucsusa.org/resources/what-you-can-do-about-disinformation](http://www.ucsusa.org/resources/what-you-can-do-about-disinformation)