

# La Desinformación en Democracias:

## Fortaleciendo la resiliencia digital en América Latina



En 2018, hubo cambios monumentales en tres de las democracias más grandes de América Latina. Se vivió también una profunda polarización y desconfianza en las instituciones por parte de los brasileños, los mexicanos y los colombianos en unas elecciones donde el ambiente de información estuvo lleno de desinformación. Aunque la desinformación y la “misinformation” no son nada nuevo, la difusión de información falsa a tasas alarmantes es más efectiva y preocupante que nunca. Un esfuerzo de un año para identificar, exponer y explicar la desinformación en torno a las elecciones en América Latina utilizando metodologías de fuentes abiertas arrojó los siguientes resultados clave:

BRASIL		
	<p>La desinformación en las elecciones del 2018 en Brasil incluyó la desinformación orgánica difundida a través de plataformas de mensajería cifrada.</p>	<p>La hiperpolarización y la falta de confianza en las instituciones, que abarcan el gobierno, los medios de comunicación y las organizaciones de la sociedad civil, crearon una atmósfera en la cual la desinformación se extendió rápidamente, con importantes efectos de multiplicación.</p>
<p>Countering disinformation narratives, rather than instances of disinformation, may be more impactful in assuring that disinformation does not set the agenda for electoral debates and media coverage.</p>		
MEXICO		
	<p>La desinformación en las elecciones de México comprendió principalmente la automatización y la amplificación artificial, en lugar de la desinformación orgánica.</p>	<p>La contratación de bots comerciales para obtener ganancias financieras, el uso de bots políticos para la difusión de mensajes electorales específicos y la desinformación sobre el proceso electoral a nivel estatal se destacaron como las tres tendencias más preocupantes de desinformación en torno a las elecciones en México.</p>
<p>Verificado 2018, al unir una red de periodistas, la sociedad civil y otras organizaciones bajo un hub central y una sola marca, generó un importante impacto en la promoción de la transparencia y la rendición de cuentas. El modelo debe ser replicado antes de otras elecciones</p>		
COLOMBIA		
	<p>La desinformación en las elecciones de Colombia comprendió en gran medida la desinformación orgánica, a veces amplificada por los medios de comunicación y líderes políticos.</p>	<p>En un entorno electoral polarizado, las organizaciones de verificación de hechos y los medios de comunicación deben trabajar para garantizar que las verificaciones lleguen a las mismas audiencias expuestas y afectadas por la desinformación.</p>
<p>Para asegurar que la desinformación no establezca fácilmente la agenda para las discusiones electorales y la cobertura de los medios, los fact-checkers y los medios pueden enfocarse en contrarrestar las narrativas de desinformación, en lugar de cada artículo falso o información engañosa.</p>		