



Por una internet más sana

Caja de herramientas para evitar la desinformación, reconocer los discursos de odio y casos de acoso

Chequeado
Laboratorio de Aceleración PNUD Argentina
Accelerator Labs Global Network UNDP
Unicef
TED
TEDxRíodelaplata
Con el apoyo de CINU



Índice

- 3** Introducción
- 4** Qué es la desinformación
- 6** Qué es el ciberacoso
- 8** Qué son los discursos de odio
- 10** ¿Cuáles son los sesgos más usuales?
- 13** ¡Manos a la obra!
Qué mirar en un sitio antes de confiar
- 15** Conclusiones



Introducción

Internet y la redes sociales nos dan la posibilidad de crear comunidades y conversar con personas de todo el mundo, de enterarnos de miles de noticias y tendencias locales y globales segundos después de que ocurran y de tomar conocimiento de muchísimas problemáticas sociales que antes estaban invisibilizadas. Sin embargo, Internet también es un lugar donde se expanden cada vez más rápido las noticias falsas, la desinformación y en donde miles de personas son víctimas de acoso o de discursos de odio. Entender cuáles son las formas en las que internet puede ser perjudicial para las personas puede ayudarnos a mejorarla.

A este exceso de información que incluye información falsa o engañosa en entornos digitales y físicos se lo denomina “infodemia”. La Organización Mundial de la Salud (OMS) aborda esta problemática en un [artículo](#), advirtiendo sobre su capacidad de generar confusión y comportamientos riesgosos en la población con potenciales efectos sobre la salud humana. En este sentido, la infodemia resulta aún más perjudicial dado el actual contexto de pandemia por COVID-19.

En respuesta a ello, distintos organismos internacionales – como la Organización de las Naciones Unidas (ONU), el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF)– han abordado rápidamente esta problemática con el objetivo de contrarrestar rápidamente la información errónea sobre vacunas y promover la intención a vacunarse de la población. A tal fin, la ONU ha lanzado “[Verified](#)”, una iniciativa global que tiene por objetivo aumentar el volumen y el alcance de información confiable y precisa respecto del COVID-19. Por su parte, [UNICEF \(2020\)](#), considerando que la infodemia representa una gran amenaza para el éxito de los programas de vacunación en todo el mundo, elabora una guía para informar sobre el uso de la información y promover así una mayor demanda de inmunización. [PNUD \(2020\)](#) sostiene que tanto los gobiernos, medios de comunicación y el público en general deben tener un rol activo en pos de combatir efectivamente los problemas de información, al mismo tiempo que brinda una serie de recomendaciones de políticas con el objetivo de procurar el derecho a la información de todos los ciudadanos.

Es por esto que en esta guía, ideada por Chequeado junto con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo y con TEDxRíodelaPlata, detallamos tres peligros que podemos encontrar en Internet y en las redes sociales: las desinformaciones, el acoso cibernético y los discursos de odio. Además, la guía propone dos secciones más: una sobre los sesgos más usuales para ayudar a entender lo que ocurre en nuestro ce-



rebros cuando procesamos información y una segunda sección que propone una serie de consejos para aprender a identificar contenidos web confiables.

Qué es la desinformación

En todas las plataformas, y sobre todo en redes sociales, circulan desinformaciones. Estas son contenidos –como textos, videos o imágenes– en los que se inventan cosas que no sucedieron, se sacan datos o hechos de contexto o se los tergiversa para cambiarles el sentido.

Llamamos desinformación tanto a la información falsa fabricada y diseñada intencionalmente para generar daño, o para obtener algún beneficio económico o político (en inglés, disinformation), como a la que se comparte por ignorancia, sin saber que se está difundiendo un contenido falso o engañoso (misinformation). Claro que esto no es nuevo, la tormenta perfecta se desata cuando se combina la desinformación con la facilidad y rapidez con la que circulan estos contenidos que nos convierte a cada uno de nosotros en amplificadores de estas.

Con la pandemia por el COVID-19, se comenzaron a difundir muchos mensajes relacionados con esta enfermedad, algunos falsos o engañosos y otros ciertos. La Organización Mundial de la Salud [definió](#) a esta sobreabundancia de información, alguna rigurosa y otra no, como [“infodemia”](#) y explicó que este fenómeno genera que para las personas sea difícil encontrar recursos fidedignos e información confiable cuando la necesitan. Durante la emergencia sanitaria, se están difundiendo rumores, desinformación e información errónea, lo cual puede crear confusión y desconfianza entre la población y restar eficacia a la respuesta de salud pública.

En esta [charla](#) para TEDxRíodelaPlata, la directora ejecutiva y periodística de Chequeado, Laura Zommer, cuenta algunas de las desinformaciones que más circularon durante la pandemia y da algunos consejos sobre el rol que podemos tener para protegernos a nosotros y a los que nos rodean.

Estafas digitales

También existen contenidos falsos que están relacionados a motivos económicos. Muchas veces llegan supuestas promociones o mensajes (que parecen una solicitud del banco, por ejemplo, o un sitio gubernamental para pedir una ayuda social) que, en realidad, buscan engañar a los usuarios para obtener sus datos personales y luego realizar distintas acciones, como suscripciones y contratación de servicios, creación de bases de datos o robar dinero de las cuentas.



Vacunas: cómo consumir información veraz de un tema que cambia todo el tiempo

La infodemia generó muchas dudas sobre todos los aspectos relacionados con el COVID-19, y las vacunas no son la excepción, hay enormes cantidades de desinformación circulando sobre el tema. Uno de los mayores problemas de la cantidad de información que circula sobre este tema es que es muy complejo, y muchas veces nos generan miedo las noticias sobre el proceso de vacunación porque es muy difícil de entender. Es por esto que creamos una pequeña lista de tips sobre cómo informarte de los distintos temas relacionados con las vacunas sin desesperarte en el intento:

Siempre buscá fuentes confiables: la Organización Mundial de la Salud creó una [plataforma](#) para dudas sobre este tema, y tiene un [seguimiento](#) de las vacunas disponibles y las que se están usando. Además, el proyecto LatamChequea –una alianza entre 23 organizaciones liderada por Chequeado– tiene una [base](#) de los chequeos, verificaciones y explicadores sobre las distintas desinformaciones que circulan sobre el tema.

No te asustes con las noticias sobre efectos adversos: en cualquier proceso de vacunación siempre llegan notificaciones de posibles efectos adversos, y es tarea de los organismos de monitoreo verificar que estos sean efectivamente por causa de las vacunas. Hay muchas desinformaciones que hablan de supuestos efectos adversos que no son reales. En la Argentina, el organismo encargado de esto es la Comisión Nacional de Seguridad en Vacunas que emite [informes](#) sobre la seguridad de las vacunas periódicamente, y reportó que en Argentina más del 99% de los eventos adversos de las vacunas contra el COVID-19 fueron leves y moderados.

Sí, todas las vacunas te protegen: una de las noticias que más circulan es el porcentaje de eficacia que tienen las vacunas. ¿Qué es esto? ¿Qué es mucho y que es poco? En este [episodio](#) del Podcast de Chequeado se explica qué significan estos términos y cuánto nos protegen las vacunas que se están usando.



Qué es el ciberacoso

El Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (Unicef) define al ciberacoso como el “acoso o intimidación por medio de las tecnologías digitales, y puede ocurrir en las redes sociales, las plataformas de mensajería, las plataformas de juegos y los teléfonos móviles”.

Es un comportamiento que se repite y que busca atemorizar, enojar o humillar a una sola persona o a un grupo específico de personas. Este tipo de contenidos puede usar las mismas tácticas que las desinformaciones (carece de fuentes, sesga datos, promociona declaraciones falsas y las presenta como un hecho), pero en este caso lo hace de una manera que menosprecia, insulta o de otra manera directamente se dirige a una persona o grupo de personas.

Hay varios tipos de acoso digital:

- **Difundir mentiras o publicar fotografías vergonzosas de alguien en las redes sociales.**
- **Enviar mensajes hirientes o amenazas a través de las plataformas de mensajería.**
- **Hacerse pasar por otra persona y enviar mensajes agresivos en nombre de dicha persona.**

El acoso digital que más se puede ver en las redes es el envío sostenido y constante de mensajes hirientes o amenazantes a una persona o a un grupo de personas. Este tipo de acosos puede darse por parte de una persona conocida por la víctima, o por personas desconocidas que no necesariamente dan la cara ni se identifican. También pueden ser campañas organizadas en contra de una persona, de la que participan varias personas reales o cuentas falsas, que buscan molestar intencionalmente a otros publicando comentarios inflamatorios en línea.

Otra manera de acosar a una persona es revelar información sensible o personal sobre ella (o sobre familiares directos o personas de su entorno, como los nombres y escuela a la que van de los hijos de una persona pública) sin su consentimiento para avergonzarla o humillarla. Esto puede variar e incluir desde la difusión de fotos personales o de mensajes personales guardados de un individuo en un grupo privado en línea. La clave en este tipo de ataque es la falta de consentimiento de la víctima.

Sobre este último punto, un tipo de acoso muy común es la difusión de imágenes sin consentimiento de la persona exhibida. Aunque algunas veces estas imágenes fueron enviadas de manera consensuada por la persona, la difusión sin consentimiento es un tipo de acoso, del que la víctima no tiene ninguna culpa. También puede darse que el agresor obtenga



estas imágenes a través de la extorsión. Por último, el envío de fotos íntimas sin consentimiento de la persona que las recibe también es considerado acoso.

Uno de los grupos más afectados: los niños, niñas y adolescentes

Una de las poblaciones más afectadas son los niños, niñas y adolescentes. Unicef [distingue](#) tres tipos de acoso habituales que pueden sufrir: el ciberacoso, la difusión de imágenes íntimas sin su consentimiento y el grooming. El primero se da mediante “el uso de medios telemáticos (internet, celulares, videojuegos online, aplicaciones, etc.) para ejercer el acoso psicológico entre iguales”, es decir, cuando los afectados son niños, niñas y adolescentes en están siendo acosados por otros niños, niñas y adolescentes. Si hay presencia de un adulto, estamos ante otro tipo de acoso.

En el caso de la difusión de imágenes íntimas sin consentimiento, es importante aclarar que el envío puede hacerse de forma consentida (es el sexting, el envío de imágenes íntimas mediante plataformas digitales). El problema se da cuando se difunden esas imágenes sin el consentimiento de la otra persona o cuando se obliga a la otra persona a enviar imágenes mediante la extorsión.

Por último, el grooming ocurre cuando un adulto acosa sexualmente a un niño o niña mediante el uso de internet o de las redes sociales. Es importante aclarar que el grooming no es la antesala de un delito o un abuso, sino que es en sí un tipo de abuso y un delito en varios países, entre ellos Argentina. Aunque nunca se concrete un encuentro personal, la manipulación del adulto hacia el chico o chica, constitutiva del abuso infantil, está presente como factor esencial. Los perpetradores de este delito suelen generar un perfil falso en una red social, sala de chat, foro, videojuego u otro, en donde se hacen pasar por un chico o una chica y entablan una relación de amistad y confianza con el niño o niña que quieren acosar. Cabe aclarar que la creación de un perfil falso es común en casos de grooming pero no indispensable para la constitución del delito.

En esta [charla](#) de TEDxRíodelaPlata, el especialista en seguridad informática y fundador de la ONG Argentina Cibersegura, Sebastián Bortnik, cuenta algunos de los riesgos a los que los niños, niñas y adolescentes están expuestos con el uso de internet y explica de qué manera se pueden prevenir.

Otro de los grupos más afectados: las mujeres

Los resultados de una [encuesta](#) de Amnistía Internacional revelaron que las mujeres sufren diversos tipos de abuso y de acoso en las redes sociales. Del total de mujeres que han su-



frido abuso o acoso en las redes, el 25% sufrió amenazas (directas o indirectas) de violencia física o sexual, el 46% comentarios sexistas o misóginos, el 61% lenguaje abusivo dirigido a ellas y el 8% la publicación de imágenes íntimas en línea sin su consentimiento (también llamado doxing). Por otro lado, la encuesta también mostró que el abuso en línea tiene como consecuencia sentimientos de estrés y miedo en las mujeres que lo sufrieron, además de generar lo que se denomina el efecto silenciador. Esto hace que las víctimas tengan miedo a expresarse en las redes sociales y logra un efecto paralizador en la libertad de expresión.

Un [informe](#) de la misma organización, centrada en la plataforma Twitter, reveló que no se puede entender la violencia en esta plataforma solo desde una perspectiva de género ya que muchas veces las mujeres que son discriminadas también lo son por cuestiones relacionadas a la raza, la religión o la orientación sexual. Por ejemplo, las mujeres afroamericanas; las mujeres que profesan una religión o pertenecen a una minoría étnica; las lesbianas, bisexuales, transgénero o intersex (LBTI); las mujeres con discapacidades; o las personas no binarias, que no se ajustan a las normas de género tradicionales centradas en el sexo masculino y femenino, a menudo viven abusos dirigidos a características particulares o combinadas.

Qué es el discurso de odio

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) define al discurso de odio como “cualquier forma de comunicación de palabra, por escrito o a través del comportamiento, que sea un ataque o utilice lenguaje peyorativo o discriminatorio en relación con una persona o un grupo sobre la base de quiénes son o, en otras palabras, en razón de su religión, origen étnico, nacionalidad, raza, color, ascendencia, género u otro factor de identidad”.

¿Cómo podés reconocer este tipo de discursos? Si el contenido presenta a una persona o grupo de personas como un “otro” al que hay que odiar o temer, se puede marcar como “división o miedo”. Este tipo de contenido puede mostrar una mentalidad de “nosotros contra ellos” en torno a la identidad, la religión, la política u otros identificadores culturales o ideológicos.

Hoy en día, las redes sociales son utilizadas con frecuencia para esparcir discursos de odio. Esto se debe a la combinación de anonimato y sensación de distancia que genera una falsa percepción de lo que sucede online no tiene consecuencias en la vida offline. Es por esto que es importante tener en cuenta estas tres cuestiones para reconocer cuándo un contenido es un discurso de odio:



- **El contenido y la forma del discurso:** Contiene un mensaje hostil hacia otra persona, grupo o comunidad; también habrá que valorar el estilo y tono del mensaje (a modo de ejemplo, si contiene insultos o comentarios deshumanizadores, estaremos claramente ante discurso de odio).
- **La motivación del emisor:** El mensaje tiene como objetivo comunicarle al otro (a determinados colectivos o grupos) su no aceptación como “igual”.
- **Contra quién va dirigido:** La expresión va dirigida contra una persona o personas por razón de su pertenencia a un grupo o colectivo en base a sus características o condiciones personales (origen nacional o étnico, lengua, religión, género, orientación sexual, etcétera).

También en el medio online los perfiles son muy variados y heterogéneos, y no necesariamente pertenecen a grupos ultras o perfiles ideológicos determinados. Gran parte de los generadores de discurso de odio en Internet son conocidos como:

- **Trolls:** su objetivo es hacer estallar una conversación o un debate, por entretenimiento y mediante comentarios para provocar, frustrar y exasperar a sus interlocutores.
- **Haters:** se dedican a atacar a otros usuarios, a menudo personas famosas, o a colectivos, de forma obsesiva y agresiva.
- **Acosadores:** asedian y atormentan a una persona concreta por el motivo que sea.

Sin embargo, no todos los generadores de discurso de odio se corresponden con alguna de estas categorías, ni todos los trolls, haters o acosadores son emisores de discurso de odio (sólo cuando sus mensajes tengan como destinatarios a determinados individuos o colectivos por razón de su origen, género, religión, etc.).

El [artículo 13](#) de la Convención Americana sobre Derechos Humanos establece el derecho a la libertad de Pensamiento y de Expresión, y también señala que los discursos de odio no entran dentro de esta categoría, sino que están prohibidos por ley.

Cómo pueden influir nuestros sesgos en la desinformación

Todos podemos ser víctimas de la desinformación. Aunque pensemos que a nosotros no nos puede pasar, las emociones que nos despiertan las supuestas “noticias”, que en realidad son falsas, nos pueden jugar malas pasadas. Las desinformaciones –muchas veces pensadas para generar reacciones fuertes, como indignación, rabia o esperanza– pueden afectar la manera en la que procesamos los contenidos que recibimos o a los que estamos expuestos.

Para comprender esto, sirve conocer algunas de las teorías más difundidas sobre nuestro proceso cognitivo que se explican en este [artículo](#) de la organización First Draft: la teoría del razonamiento motivado, la teoría del procesamiento dual y el uso de sesgos cognitivos o atajos mentales (heurísticos).

Teoría del proceso dual

Cuando procesamos información, muchas veces recurrimos a heurísticos, “atajos mentales” para resolver problemas complejos. Es decir, procesamos muy rápido la información, sin analizarla detalladamente, y eso nos lleva a cometer ciertos errores. Aunque no es fácil evitarlos, saber que existen puede ayudarnos a identificarlos y tratar de no caer en ellos.

Este mecanismo es explicado por la teoría del proceso dual que la teoría sostiene que tenemos dos formas básicas de pensar: el sistema 1, un proceso automático que requiere poco esfuerzo; y el sistema 2, un proceso analítico que requiere más esfuerzo. Generalmente usamos el pensamiento del sistema 1 (el más fácil) porque el sistema 2 requiere más esfuerzo de nuestra parte, sobre todo si estamos en una situación que no reconocemos como desafiante, como puede ser estar en una red social accediendo a diverso contenido.

En esta línea, hay varios sesgos que ayudan a que caigamos en desinformaciones. Aquí te mencionamos algunos para que estés atento a ellos:

- **Ver lo mismo muchas veces no lo hace cierto (sesgo de familiaridad):** Varios estudios (por ejemplo, este [informe](#) de Chequeado, Full Fact y Africa Check) muestran que si escuchamos repetidas veces la misma noticia, es más posible que la creamos. Los psicólogos llaman a esta asociación entre la repetición y la creencia “efecto ilusorio de la verdad”. Si se lo repite muchas veces, hasta algo totalmente inventado puede sonar creíble, porque empieza a sonarnos familiar. Por ejemplo, si escuchás muchas veces sobre efectos adversos falsos que las vacunas podrían tener, es más probable que lo empieces a creer. Aunque después leamos las verificaciones de este tipo de desinformacio-



nes, en nuestro razonamiento se va a haciendo cada vez más creíble que esos efectos son reales porque estuvimos muchas veces expuestos a ellos. Cuando veas un contenido, pensá si ya lo viste o lo escuchaste antes y si es así, tratá de acordarte dónde fue y si esa era una fuente confiable o si es simplemente el efecto de familiaridad el que te está jugando para hacerlo creíble. Es una herramienta que quienes desinforman para causar daño o ganar plata o poder, saben. Por eso, las campañas de desinformación organizadas suelen incluir a muchos usuarios y canales en la difusión de un mismo contenido.

- **Que sea fácil de entender no quiere decir que sea cierto (fluidez):** Tendemos a creer más en contenidos factuales que nos resultan más simples de procesar. Las imágenes, por ejemplo, son muy fáciles de procesar y además pueden crear la ilusión de que son pruebas de lo que se está diciendo. También las tipografías grandes y los textos simples pueden generar que ciertas afirmaciones sean consideradas como ciertas. Este sesgo también se relaciona con el sesgo de repetición, ya que nos es más fácil procesar una información que ya escuchamos varias veces. Por eso, cuando veas algo que parece muy claro y sencillo y explica un fenómeno complejo, por ejemplo, revisalo con más detalle para ver cuál es la fuente de la información y fijate si es confiable.
- **Que no haya sido desmentido no significa que sea verdad (sesgo de verdad implícita):** Este [efecto](#) ocurre cuando un contenido o una publicación parece cierta para muchos sólo por el hecho de que nadie lo desmintió. Este es un problema porque quizás creemos en algo simplemente porque nadie pudo chequear que no sea así, pero hay muchas cosas que es imposible contrastar y comprobar que son falsas, y eso no implica que sean verdaderas. Por ejemplo, cuáles son las intenciones de una persona. Solo esa persona lo puede saber y, por lo tanto, no se puede desmentir lo que otros afirman sobre el tema, pero eso no quiere decir que sea necesariamente verdad.

Teoría del razonamiento motivado

Nuestras motivaciones forman y configuran los contenidos que recibimos para que encajen con nuestras creencias, opiniones o gustos, realizando un análisis parcial de la información entrante. Es decir, que buscamos información que confirme lo que ya pensamos.

Esto quiere decir que somos menos escépticos a la hora de procesar información que es congruente con lo que pensamos, mientras que ignoramos los datos o hechos que contradicen nuestras creencias o tendemos a buscarle un error o a



acomodarlos para que sean consistentes con dichas creencias previas.

Hay varios sesgos alineados con esto:

- **Que confirme lo que ya pensabas no lo hace cierto (sesgo de confirmación):** Existe una tendencia a creer en aquellas noticias o publicaciones que confirmen lo que nosotros ya pensamos y a rechazar aquellas que lo contradicen. Es parte de nuestro razonamiento motivado. Pensá en todas las veces que te dijeron que algo no se ajustaba a tu opinión y lo descartaste rapidísimo. Hay estudios que muestran, por ejemplo, que identificamos mejor las desinformaciones cuando afectan a alguien que apoyamos, como el candidato presidencial por el que vamos a votar, que cuando afectan a alguien a quien no le tenemos aprecio. Cuando veas un contenido, pensá si está en línea con lo que ya creés y, si es así, revisalo una vez más antes de asumir que es verdad.

- **Que muchas personas alrededor tuyo crean algo no quiere decir que todos piensen así (efecto de falso consenso):** las personas tendemos a sobreestimar la cantidad de personas que comparten nuestras mismas creencias, pensamientos o razonamientos. Como en general estamos rodeados de personas que son parecidas a nosotros, en nivel educativo o socioeconómico, es probable que no estemos escuchando a una proporción representativa de personas, sino simplemente a gente parecida a nosotros. El problema es que podemos tomar como verdades aceptadas, cosas en las que sólo nuestro pequeño grupo está de acuerdo. Esto es especialmente relevante en contextos polarizados en los que el deseo de ser bien visto por los que piensan como yo lleva a alinearse con las posturas de mi "tribu". Las personas tienden a coincidir más de lo que parece, por ejemplo cuando apoyan a una política pública, cuando desconocen qué líder o partido político la respalda.

Esto también está influenciado por el efecto de la caja de resonancia, que ocurre cuando estamos expuestos principalmente a información, personas, eventos e ideas que se alinean con nuestro punto de vista. Esto ayuda a reforzar las opiniones que ya tenemos y evita que entremos en contacto con ideas diferentes. En la mayoría de las redes sociales se crean comunidades de personas que opinan lo mismo (una especie de burbuja), por lo que tendemos a creer que todos piensan como piensan en esas comunidades en las que estamos inmersos.

- **Que te lo mande alguien conocido no lo vuelve verdadero (efecto de tercera persona):** Tendemos a confiar más en personas que conocemos, como familiares o amigos,



que en extraños. Por lo tanto, si una persona cercana te cuenta una noticia o te la comparte por WhatsApp, es más probable que la creas. Esto también puede ocurrir con las figuras públicas: tendemos a confiar más en lo que dice una persona famosa –con quien sentimos cierta cercanía– sobre un tema aunque no sea especialista en ese asunto en particular. Así que cuando escuches algo, fíjate si lo estas creyendo solo porque te lo compartió alguien cercano.

Para poder entender un poco más sobre este tema, la bióloga y autora del libro [“Pensar con otros”](#), Guadalupe Nogués, explica en esta [charla](#) de TEDxRíodelaPlata sobre cómo conversar con las personas que piensan distinto a nosotros, además de ayudarnos a entender de qué manera nosotros mismos también construimos narrativas que sostienen lo que pensamos.

En línea con esto, la Organización Mundial de la Salud [explica](#) que la percepción del comportamiento es un término que se utiliza cada vez más en las instituciones públicas para referirse a los esfuerzos realizados para obtener una comprensión precisa y basada en la evidencia de cómo las personas se comportan y toman decisiones. La planificación, el diseño y la implementación de políticas y programas sobre la base de esta comprensión más profunda aumentan su impacto. Esto toma especial relevancia en un contexto de pandemia mundial, donde las percepciones conductuales son particularmente relevantes para la salud pública.

**¡Manos a la obra!
Qué mirar en un
sitio antes de
confiar**

No todas las noticias o contenidos que aparecen en las redes son falsos o hirientes. Por el contrario, hay muchos medios que publican artículos muy interesantes y que seguramente te interese compartir. Para poder distinguir entre información veraz y falsa, y no difundir desinformaciones o mensajes de acoso u odio, te dejamos algunos consejos:

- **Leé la noticia completa**, no te quedes sólo con el título y la imagen que acompaña el título.
- **¿Es una cadena de WhatsApp sin autoría o sin enlace?** Desconfía y no la compartas hasta no haberla verificado.
- **¿La nota tiene un autor o es una noticia que no está firmada?** ¿Es una fuente en la que hayas confiado en el pasado y que tiene antecedentes de confiabilidad? Busca el nombre del medio o del autor en un buscador para ver qué más hizo esa persona y para qué medios trabaja.



- **¿Hace referencia a un medio de comunicación?** Entrá a la página web de ese medio para comprobar si la noticia está efectivamente ahí o es un engaño.
- **¿Cita a alguien como fuente de la información o usa un genérico como “un médico del hospital”?** Si es una referencia o alusión genérica, desconfiá, y si es una persona identificable, buscala en algún buscador para ver si pertenece realmente a la institución y si hay más información sobre ella.
- **Buscá el título un buscador.** Si es verdad, probablemente haya otros medios o instituciones que publicaron la misma noticia; si es falsa, puede ser que ya se haya publicado un chequeo sobre el tema.
- **Verificá el contexto, como la fecha de publicación.** Sacar una noticia de contexto y divulgarla en una fecha diferente a la de los hechos también es una forma de desinformación.
- **Mirá bien a URL (dirección del sitio web)** porque los que desinforman a sabiendas se pueden hacer pasar por sitios verdaderos que tienen un nombre parecido.
- **¿Recibiste una imagen que cuenta una historia?** Con una búsqueda “inversa” de imágenes podés comprobar si otros sitios la reprodujeron y cuándo. Con el botón derecho del mouse hacé click en buscar la imagen en Google. También hay otras herramientas gratuitas que hacen una búsqueda inversa de imágenes: por ejemplo, [reverse.photos](#) o descargar la [extensión de Chrome InVid](#), una herramienta web para analizar contenido audiovisual co-desarrollada por AFP.
- **¿Te llegó un audio o un video con datos?** Trata de resumirlos y buscalos en internet poniendo las palabras clave y “WhatsApp” en el buscador.
- **Si la noticia da cifras u otros datos, buscalos en la fuente que mencionan** (un organismo público, una universidad, una empresa) para ver si son ciertos.

Siguiendo estos consejos podés evitar compartir desinformaciones. También es importante que denunciés en las distintas redes y plataformas aquellos posteos y contenidos que consideres que son falsos o formas de acoso o discursos de odio para que los responsables de las distintas redes sociales puedan revisarlos. De esta manera, podés evitar que otras personas lean una desinformación, un mensaje de acoso o un discurso de odio.



Conclusiones

Un término que permite englobar todas las buenas prácticas de las que venimos hablando es de el de “ciudadanía digital”, definido por la Unesco como “un conjunto de competencias que faculta a los ciudadanos a acceder, recuperar, comprender, evaluar y utilizar, para crear, así como compartir información y contenidos de los medios en todos los formatos, utilizando diversas herramientas, de manera crítica, ética y eficaz con el fin de participar y comprometerse en actividades personales, profesionales y sociales”.

Una manera de empezar a ejercer esta ciudadanía digital, es descargar la [extensión](#) del Proyecto Internet Más Sana. Este proyecto global de TED, que se tradujo al español en alianza con PNUD Argentina y Chequeado, consiste en una herramienta que permite identificar y revisar ideas valiosas, así como videos, publicaciones y artículos dañinos. De esta manera, cualquier persona que se descarga la aplicación tiene la oportunidad de ayudar a crear una internet más sana.

