

3 Fomentar la resiliencia social frente a la desinformación

Este capítulo analiza los esfuerzos encaminados a dotar a la ciudadanía de los conocimientos y habilidades necesarias para navegar un entorno informativo cambiante y complejo con una visión crítica. También explora el rol de la alfabetización mediática e informacional y de la comunicación pública para fomentar una sociedad más informada. Por último, analiza la importancia de promover las medidas participativas que involucran a los ciudadanos en el proceso de elaboración de políticas para reforzar la integridad informativa.

3.1. INTRODUCCIÓN

La lucha contra la desinformación y el fortalecimiento de la integridad de la información requiere la adopción de iniciativas concertadas para desarrollar la resiliencia social. En términos generales, la resiliencia implica saber cómo afrontar las causas profundas de las crisis. Al tiempo que se refuerzan las capacidades y los recursos de un sistema para hacer frente a los riesgos, las tensiones y las perturbaciones (OECD, 2023^[1]). Aplicada a la lucha contra la desinformación y al fortalecimiento de la integridad de la información, la resiliencia se refiere a la capacidad de una sociedad para comprender, resistir y recuperarse de las amenazas dentro del espacio de la información. De hecho, varios países han situado la resiliencia social a las amenazas informativas como parte de la construcción de un sistema de defensa integral o total, en el que cada individuo y organización debería desempeñar un papel, incluso en forma de controles y equilibrios en el ecosistema general de la información.

Así pues, por un lado, las personas necesitan competencias y conocimientos para desenvolverse en el espacio de la información de una manera eficaz y responsable. La inversión pública en alfabetización digital, mediática e informacional, así como las iniciativas para garantizar que las empresas privadas contribuyan activamente a los esfuerzos de resiliencia social, son medios importantes para preparar e inocular a las personas contra los contenidos falsos y engañosos. Según los resultados de PISA (Programa para la Evaluación Internacional de Estudiantes), en 2018 solo el 47 % de los estudiantes de 15 años de los países de la OCDE declararon que en su centro educativo se les había enseñado cómo detectar si la información es subjetiva o sesgada (OECD, 2021^[2]). Es probable que una persona capaz de desenvolverse en el espacio de la información de una manera responsable tenga una mayor capacidad de evaluar de forma crítica los contenidos que encuentra, de buscar fuentes de mayor calidad, de identificar sesgos y de tomar decisiones bien informadas.

Para fortalecer la resiliencia de la sociedad, es crucial desarrollar una función de comunicación pública que esté desvinculada de objetivos politizados. Esta función debe servir como una fuente de información precisa y relevante, con capacidad de dar respuesta a los ciudadanos en beneficio del bien común. En términos

más generales, en los últimos años se ha hecho más evidente el valor del acceso a la información como medida de salvaguardia esencial para la democracia. En tiempos de crisis, como las financieras, sanitarias o de defensa, la necesidad y la demanda de información precisa por parte del propio gobierno se ha incrementado significativamente (OECD, 2022^[3]).

Al mismo tiempo, promover la resiliencia a la desinformación requerirá que los gobiernos refuercen los mecanismos de participación pública en temas relacionados con la integridad de la información, como parte de un esfuerzo más amplio para reforzar la democracia y fomentar la confianza del ciudadano. En última instancia, el compromiso con el público y las partes interesadas no gubernamentales deberá guiarse por los esfuerzos para proteger y fortalecer el espacio cívico con el fin de fomentar una gobernanza más abierta, transparente y responsable (OECD, 2022^[3]). También serán contribuciones esenciales ampliar la investigación y la comprensión del espacio de información (es decir, la convergencia del público, las tecnologías de la comunicación, los algoritmos de amplificación y el contenido), y garantizar que los hallazgos informen el proceso de formulación de políticas (Wanless and Shapiro, 2022^[4]). Por lo tanto, los gobiernos deberían centrarse en ampliar las competencias, los recursos y el alcance de las iniciativas en este ámbito para facilitar la participación y la comprensión en todos los segmentos de la sociedad.

En su conjunto, todas estas iniciativas conforman lo que a menudo se denomina un enfoque de «todo el conjunto de la sociedad». Dicho esto, un enfoque eficaz de toda la sociedad también requiere la protección de los derechos humanos de aquellos a los que se dirige la desinformación. También implica promover la educación cívica, así como definir y explica claramente los procesos, los resultados esperados y los mecanismos, tanto para mitigar los riesgos potenciales como para aprovechar al máximo las oportunidades de interactuar con el público y los actores no gubernamentales. Por ejemplo, la estrategia gubernamental neerlandesa de 2022 para abordar eficazmente la desinformación menciona expresamente el papel de la sociedad civil y de los académicos en la lucha contra la desinformación (Government of Netherlands, 2022^[5]). Del mismo modo, el programa letón de lucha contra la desinformación de 2023 subraya la importancia de la cooperación

gubernamental con las partes interesadas de toda la sociedad. Además, el Código de buenas prácticas en materia de desinformación actualizado en 2022 establece unas funciones más sólidas y formalizadas para la comunidad de verificadores de datos, mientras que la Ley de Servicios Digitales de la UE crea obligaciones para las plataformas en línea y los motores de búsqueda para cooperar con los verificadores de datos en el marco del Código de buenas prácticas (European Union, 2022^[6]).

Para reforzar la resiliencia social frente a los riesgos de la desinformación y aplicar un enfoque de todo el conjunto de la sociedad, los esfuerzos de los gobiernos deberían centrarse en:

- Promover las competencias de alfabetización mediática, informacional y digital;
- Ayudar a garantizar que la ciudadanía esté bien informada mediante iniciativas de comunicación pública proactivas y alejadas de objetivos politizados;
- Promover la participación pública en las iniciativas dirigidas a la integridad de la información y desarrollar la comprensión del espacio de la información.

3.2. LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA, INFORMACIONAL Y DIGITAL ES FUNDAMENTAL PARA FOMENTAR LA RESILIENCIA SOCIAL

Un esfuerzo sistémico y a largo plazo para construir la resiliencia social frente a los desafíos que plantea la desinformación implica desarrollar la alfabetización mediática, digital e informacional, para garantizar que la ciudadanía pueda participar en el entorno informativo con un criterio selectivo y un enfoque crítico. Existen diversas definiciones de lo que abarca la alfabetización mediática, digital e informacional. Por ejemplo, la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual (AVMSD) de la UE estipula que la alfabetización mediática se refiere a las competencias, los conocimientos y la comprensión, que permiten a los ciudadanos utilizar los medios de comunicación de una forma eficaz y segura. Más allá del aprendizaje de herramientas, tecnologías y amenazas específicas, la alfabetización mediática, en términos más generales, tiene como objetivo dotar a las personas del

pensamiento crítico necesario para ejercer el juicio, analizar realidades complejas y reconocer la diferencia entre opinión y hecho (European Union, 2018^[7]). El regulador independiente de las comunicaciones del Reino Unido, Ofcom, define la alfabetización mediática como «la capacidad de utilizar, comprender y crear medios de comunicación en una variedad de contextos» (Ofcom, 2023^[8]). La UNESCO define la alfabetización mediática e informacional (AMI) como un esfuerzo para: «Empoderar a las personas para que piensen críticamente sobre la información y el uso de las herramientas digitales. Ayuda a las personas a tomar decisiones informadas sobre cómo participar en la construcción de la paz, la igualdad, la libertad de expresión, el diálogo, el acceso a la información y el desarrollo sostenible (UNESCO, 2023^[9])». La alfabetización digital también se centra en las competencias necesarias para vivir y trabajar en una sociedad, donde la comunicación y el acceso a la información se produce cada vez más a través de las tecnologías digitales (OECD, 2022^[10]).

Una comprensión integral de la alfabetización mediática, informativa y digital se centra en las habilidades del público relacionadas con acceder, analizar, evaluar y crear contenido en diversos contextos (Hill, 2022^[11]). Este conjunto de competencias incluye la comprensión del proceso de creación y distribución, así como el desarrollo de la capacidad de adoptar un enfoque crítico para evaluar la fiabilidad de la información. Los gobiernos reconocen en gran medida la importancia de desarrollar competencias de alfabetización mediática e informacional. En el ámbito europeo, la Directiva europea de servicios de comunicación audiovisual, (European Union, 2018^[7]), que regula la coordinación a escala comunitaria de la legislación nacional sobre todos los medios audiovisuales, contiene disposiciones específicas que exigen que los Estados miembros promuevan las competencias de alfabetización mediática e informen sobre tales acciones, y obliga a los proveedores de servicios de medios de comunicación y las plataformas de intercambio de vídeos a promover el desarrollo de la alfabetización mediática y crear conciencia sobre las herramientas de alfabetización mediática y digital disponibles (European Commission, 2023^[12]). Además, el Grupo de Reguladores Europeos de Servicios de Medios Audiovisuales tiene la responsabilidad de intercambiar experiencias y buenas prácticas en la aplicación del marco regulatorio de los servicios de

medios audiovisuales, incluyendo aspectos relacionados con la accesibilidad y la alfabetización mediática. Desde 2022, 18 estados de EE. UU. ya han aprobado leyes que exigen a las agencias educativas que desarrollen e incluyan planes de estudio de alfabetización mediática en las escuelas (Media literacy now, 2022^[13]).

Los gobiernos en su conjunto deberían priorizar los siguientes elementos al considerar cómo las iniciativas de alfabetización mediática e informacional encajan mejor en los esfuerzos más amplios para desarrollar la resiliencia social:

- Las iniciativas de alfabetización mediática e informacional se deberían considerar como parte de un esfuerzo más amplio para reforzar la integridad de la información, incorporando incluso dichos esfuerzos en los planes de estudio oficiales y llegando a personas de todas las edades en las iniciativas correspondientes;
- Las campañas de comunicación pública proactivas o «prebunking» podrían ser herramientas útiles de alfabetización mediática y digital para ayudar a construir la resiliencia social;
- Evaluar y medir el impacto de las actividades de alfabetización mediática e informacional.

3.2.1. Las iniciativas de alfabetización mediática e informacional deberían ser consideradas como parte de un esfuerzo más amplio para reforzar la integridad de la información

El objetivo de las iniciativas de alfabetización mediática, informacional y digital se centra en gran medida en los esfuerzos por dotar a las personas de las herramientas necesarias para que puedan tomar decisiones

conscientes en línea, identificar lo que es fiable y comprender los sistemas de las plataformas para utilizarlas en su propio beneficio (Forum on Information and Democracy, 2023^[14]). La alfabetización mediática e informacional debería formar parte de un enfoque más amplio para desarrollar la alfabetización digital, por ejemplo, centrándose en los elementos relacionados con la comprensión del funcionamiento de los sistemas de recomendación de algoritmos y la IA generativa, así como la educación cívica, por ejemplo, enseñando la importancia de los principios y procesos democráticos, y centrándose tanto en las personas en edad escolar como en los adultos y las personas mayores.

En última instancia, las iniciativas de alfabetización mediática son más relevantes en la medida en que refuerzan objetivos más amplios relacionados con el fortalecimiento de la integridad de la información. Por ejemplo, el Plan Nacional de Alfabetización Mediática de Portugal destaca que la alfabetización mediática es un elemento fundamental para la defensa de la libertad de expresión e información, y es esencial para permitir la participación democrática y la «realización de los derechos económicos, sociales, culturales y ambientales (Government of Portugal, 2017^[15])». Además, un elemento a destacar del enfoque de Finlandia es que su atención a la alfabetización mediática se ha percibido durante mucho tiempo como parte de un esfuerzo más amplio para construir la resiliencia social frente a la desinformación. Las iniciativas de educación mediática están presentes en las escuelas finlandesas desde la década de 1950 y el país ha centrado sus esfuerzos de educación mediática en promover la voluntad y la capacidad de las personas para consumir, utilizar y compartir información de una manera responsable y, en última instancia, contribuir a la participación activa de los ciudadanos en la sociedad (véase Recuadro 3.1).

Recuadro 3.1. La alfabetización mediática en Finlandia

El enfoque de Finlandia en materia de alfabetización mediática está recogido en la Política Nacional de Educación Mediática, publicada por el Ministerio de Educación y Cultura en 2019, en colaboración con el Instituto Nacional Audiovisual (KAVI). La promoción de la alfabetización mediática es una actividad transversal para el Ministerio de Educación y Cultura, que también se ha ampliado para cubrir otros ámbitos de la sociedad y la administración.

La Política Nacional de Educación Mediática de 2019 plasma los esfuerzos realizados desde hace décadas en Finlandia para promover la participación democrática y reducir la polarización en la sociedad finlandesa. Si bien el primer currículo de educación mediática se introdujo en las escuelas finlandesas en 2004 mediante un plan de acción que abordaba la violencia en los medios y la educación mediática, las iniciativas de educación mediática han estado presentes en las escuelas finlandesas desde la década de 1950.

Hoy en día, los conceptos de información errónea y desinformación forman parte de los cursos de los estudiantes, incluido el estudio de famosas campañas de propaganda, publicidad y tácticas para usar estadísticas engañosas. Como parte del plan de estudios, los estudiantes crean sus propios mensajes y productos multimedia sobre diferentes temas para compartirlos con sus compañeros para que los comenten y analicen.

La educación mediática finlandesa involucra a diversos actores en el desarrollo de los planes de educación mediática, incluidas las organizaciones de la sociedad civil, las escuelas, las bibliotecas, las ONG y las universidades. Finlandia también promueve la alfabetización mediática siguiendo las directrices de la Unión Europea, como la Directiva de servicios de medios audiovisuales (UE 2018/1808) y la Comunicación de la Comisión sobre la lucha contra la desinformación en línea. El Instituto Nacional Audiovisual en cooperación con el Ministerio de Educación y Cultura es responsable de evaluar la implementación del plan de acción.

Fuente: Gobierno de Finlandia (2019^[16]), *Media Literacy in Finland: National Media Education Policy*, Ministerio de Educación y Cultura, <https://medialukutaitosuomessa.fi/mediaeducationpolicy.pdf>.

En algunos países miembros de la OCDE, la alfabetización mediática e informacional está coordinada centralmente, por ejemplo, por el Instituto Nacional Audiovisual (KAVI) en Finlandia; el Centro de Enlace de la Enseñanza y los Medios de Información (CLEMI) en Francia (véase Recuadro 3.2); o la Autoridad Nacional Reguladora de los Medios (ALIA) en Luxemburgo, que coordina las actividades de alfabetización mediática con las partes interesadas nacionales y europeas correspondientes. En Portugal, la Autoridad Reguladora de los Medios de Comunicación ha contribuido a facilitar la alfabetización mediática mediante el mapeo de la gama de intervenciones existentes para promover y desarrollar este espacio en el país (Portuguese Regulatory Authority for the Media, 2023^[17]). En otros países, las responsabilidades se reparten entre distintas instituciones, como los ministerios de educación, otros ministerios competentes o las autoridades reguladoras nacionales.

El enfoque más común es que los países proporcionen alfabetización mediática dentro de las escuelas (véase el ejemplo de Estonia en Recuadro 3.3), ya sea a través de un plan de estudios separado específicamente dedicado a la alfabetización mediática e informacional o bien incluido en otros temas (por ejemplo, lenguaje, matemáticas, historia, ciudadanía). En Portugal, por ejemplo, el plan de estudios integra la alfabetización mediática a través de las secciones de ciudadanía y de tecnología de la información y la comunicación. Las Directrices para la Educación en Medios de Comunicación del país (*Referencial para a Educação para os Media*), actualizadas en diciembre de 2023, subrayan que la alfabetización mediática tiene un carácter interdisciplinar y que debe reforzarse en todos los ámbitos del aprendizaje, así como mediante proyectos con la Red Nacional de Bibliotecas Escolares y organizaciones externas.

Recuadro 3.2. EL «CLEMI»: Centro francés para la educación en los medios de comunicación y la información

En Francia, el CLEMI (*Le centre pour l'éducation aux médias et à l'information*) es el organismo competente de la alfabetización mediática e informacional en todo el sistema educativo francés. El CLEMI, creado en 1983, tiene como misión promover, tanto a nivel nacional como en las «academias» de Francia, el uso plural de las herramientas de información en la educación, para fomentar una mejor comprensión por los estudiantes del mundo que les rodea, a la vez que desarrollan su pensamiento crítico.

Sus objetivos son los siguientes:

- Formar al profesorado y al alumnado en el uso responsable de los medios de comunicación, independientemente del medio de información o comunicación de que se trate (prensa escrita, audiovisual, internet, redes sociales, etc.).
- Producir o coproducir recursos y herramientas didácticas sobre todos los medios de comunicación para apoyar al profesorado y alumnado mediante actividades de alfabetización mediática y digital para el aula.
- Ayudar a crear y desarrollar medios de comunicación escolares (periódicos, sitios web, blogs, radio web, televisión por internet, etc.).
- Apoyar a las familias mediante la producción y distribución de herramientas de educación en medios de comunicación e información para todos.

Desde el texto oficial del 24 de enero de 2022 (*Circulaire du 24-1-2022*), relativo a la transversalización de la alfabetización mediática e informacional (MIL) en Francia, el CLEMI colabora estrechamente con el Ministerio de Educación Nacional, Juventud y Deporte francés. Juntos supervisan una red de 30 puntos focales académicos, cada uno de ellos encargado de dirigir células, que reúnen a todos los organismos de inspección y delegaciones académicas. Las iniciativas de CLEMI cuentan con el apoyo de un equipo nacional de 22 personas, una red de 200 coordinadores académicos locales y numerosos socios de los medios de comunicación, quienes contribuyen al desarrollo de proyectos para las escuelas.

Fuente: CLEMI (n.d.^[18]), sitio web de CLEMI, <https://www.cleml.fr/fr/qui-sommes-nous.html>.

Recuadro 3.3. Curso sobre «Medios y manipulación» de Estonia en el currículo de la educación secundaria

Desde 2010, Estonia ha incluido un curso obligatorio sobre «Medios y manipulación» en el plan de estudios de la enseñanza secundaria. Los objetivos de este curso de 35 horas académicas son que, al final del mismo, los estudiantes puedan:

- Comprender el entorno de la información moderno y los procesos que influyen en su desarrollo, así como explicar la naturaleza de la comunicación y las condiciones que la propician.
- Identificar argumentos y técnicas básicas de persuasión en textos mediáticos y explicar los objetivos y motivos del autor.
- Distinguir entre hechos y opiniones, y evaluar la fiabilidad de la información, incluidos los cambios de significado de la información traducida.
- Analizar críticamente la publicidad y debatir sobre temas de publicidad y marcas.

- Comprender los canales de medios, analizar sus características y describir los diferentes géneros de medios de comunicación.
- Analizar las diferencias entre la comunicación directa y mediada, así como las intenciones de los participantes.
- Evaluar de forma crítica la manipulación de los medios, y reconocer la propaganda, las noticias falsas y la creación de mitos.
- Expresar su opinión sobre lo que han leído, oído y visto, y elegir las herramientas lingüísticas adecuadas para ello.
- Analizar críticamente su comportamiento en los medios de comunicación, incluso en las redes sociales, y ajustarlo en función de la situación.
- Encontrar referencias y pistas de otros textos, interpretar el texto y distinguir entre información privada y pública.

Fuente: Datos proporcionados por el gobierno de Estonia.

Los países de la OCDE también producen manuales y guías para comprender y contrarrestar la amenaza de la desinformación y la información errónea. Estos se distribuyen en sitios web oficiales y en formato impreso para distribuirlos en escuelas y bibliotecas públicas. Por ejemplo, en 2022, la Cancillería del Estado de Letonia publicó un libro digital titulado «Manual contra la desinformación: reconocer y oponerse» (*Rokasgrāmata pret dezinformāciju: atpazīt un pretoties*)¹. Este manual recoge en forma resumida recomendaciones prácticas para la administración estatal y los trabajadores del gobierno local, así como para todos los residentes de Letonia sobre cómo luchar contra la manipulación de la información. El manual se distribuye a las bibliotecas de todo el país. Por su parte, el Ministerio del Interior de los Países Bajos financia la creación y el funcionamiento del sitio web «¿De verdad es así?»², que enseña a la población a identificar la desinformación.

Las actividades de alfabetización mediática e informacional a menudo se desarrollan e implementan

en asociación con una amplia gama de organizaciones de la sociedad civil. La tendencia hacia este enfoque de toda la sociedad se ve confirmada por la cantidad de organizaciones de la sociedad civil, medios de comunicación y otras organizaciones que trabajan en este campo. Por ejemplo, el Reino Unido identificó por lo menos 175 organizaciones centradas en la alfabetización mediática y, en Finlandia, KAVI ha identificado unas 100 organizaciones que promueven la alfabetización mediática. En cuanto a la Autoridad Noruega de Medios, esta ha establecido una red de alfabetización mediática para proporcionar un foro a organizaciones que representan a investigadores, empresas, organizaciones de la sociedad civil y organismos gubernamentales para compartir información e identificar problemas prioritarios que deben abordarse. En los Países Bajos, la Red Holandesa de Alfabetización Mediática conecta a cerca de 1000 organizaciones no gubernamentales (véase Recuadro 3.4).

Recuadro 3.4. Red Holandesa de Alfabetización Mediática

El Ministerio de Educación, Cultura y Ciencia estableció la Red de Alfabetización Mediática en 2008, la cual cuenta actualmente con más de 1000 organizaciones en calidad de miembros, incluidas bibliotecas públicas, instituciones culturales, editoriales educativas y organizaciones de bienestar.

El Ministerio financia el plan de actividades del programa de la red. Los socios principales de la red ofrecen programas actualizados de alfabetización mediática y apoyan las actividades de los miembros a través de un «núcleo coordinador» compuesto por cinco comités y grupos. Los socios ofrecen asesoramiento independiente sobre los avances en la alfabetización mediática; realizan investigaciones; supervisan la dotación de personal y la financiación; gestionan las relaciones con la red; y realizan tareas de evaluación mediante encuestas de satisfacción dirigidas a los miembros de la red. En su página de prensa se pueden consultar los logros de la red, que también publica declaraciones, resúmenes e investigaciones relacionadas con la alfabetización mediática.

Además de los programas de alfabetización mediática, la red refuerza la conciencia sobre la alfabetización mediática y comparte conocimientos, experiencias y recursos a través de sus recursos en línea. Por ejemplo, [Netwerkmediawijsheid.nl](https://netwerkmediawijsheid.nl) es la principal plataforma en línea para los socios de la red y otros profesionales dedicados a la alfabetización mediática. [Mediawijsheid.nl](https://netwerkmediawijsheid.nl) ofrece recursos para que los líderes escolares y las juntas integren permanentemente la alfabetización mediática en la educación escolar. [HoeZoMediawijs.nl](https://netwerkmediawijsheid.nl) es un recurso dirigido a niños mayores de 10 años enfocado en protegerse en línea, proporcionar información y juegos sobre el uso de las redes sociales, y enseñar a evaluar la fiabilidad de la información, entre otros aspectos.

Fuente: La Red Holandesa de Alfabetización Mediática (n.d.^[19]), “About Dutch Media Literacy Network”, <https://netwerkmediawijsheid.nl/over-ons/about-dutch-media-literacy-network/>.

Los gobiernos también suelen asociarse con organizaciones no gubernamentales para proporcionar iniciativas de alfabetización mediática, donde las organizaciones de la sociedad civil y los gobiernos trabajan juntos para preparar campañas, materiales informativos y de estudio, soluciones gamificadas y vídeos de carácter formativo. En Noruega se lanzó la campaña «Stopp.Tenk.Sjekk» (Detente, Piensa, Comprueba) antes de las elecciones de 2021, fruto de la cooperación entre la Autoridad Noruega de Medios de Comunicación, el servicio de verificación de datos [Faktisk.no](https://www.faktisk.no), la Asociación Nacional de Periódicos Locales, la Dirección Noruega de Protección Civil (DSB) y con el

apoyo de Meta. La campaña recomienda seis preguntas, que las personas deberían hacerse cuando lean contenido en línea, con el objetivo de ayudarlas a pensar de forma crítica sobre la fiabilidad de un artículo, publicación o noticia. En 2022 se creó una nueva versión de la campaña relacionada con Ucrania, así como antes de las elecciones de 2023 (Norwegian Media Authority, 2021^[20]). De manera similar, la campaña irlandesa [Be Media Smart](https://www.be-smart.ie) destaca la importancia de saber cómo verificar la información, proporciona consejos y orientación sobre cómo verificar la precisión y fiabilidad de la información, y proporciona información sobre las fuentes de apoyo y formativas (véase Recuadro 3.5).

Recuadro 3.5. Campaña irlandesa de alfabetización mediática «Be Media Smart»

Esta iniciativa de Media Literacy Ireland (MLI), una red informal en gran parte voluntaria formada por personas y organizaciones, que promueve la alfabetización mediática en Irlanda, anima a la gente a detenerse, pensar y comprobar que la información que lee, ve o escucha es fiable y precisa.

Lanzada por primera vez en 2019 como parte de una iniciativa europea para contrarrestar la desinformación antes de las elecciones europeas de 2019, la campaña evolucionó en 2020 para centrarse en la información precisa y fiable sobre la COVID-19. En 2021, la atención se centró en ayudar a las personas a tomar decisiones informadas sobre la vacunación contra la COVID-19 basadas en una información precisa y fiable. El mensaje se difundió en irlandés e inglés mediante la televisión, la radio y las publicaciones de noticias en plataformas comunitarias, comerciales, de servicio público y de redes sociales.

Todos los anuncios de televisión y radio fueron producidos, distribuidos y transmitidos de forma gratuita por miembros de MLI del sector de los medios de comunicación, con la visibilidad añadida de los editoriales destacando la iniciativa. Una campaña coordinada en las redes sociales con una amplia gama de miembros de MLI, que utilizaban recursos gratuitos de las redes sociales también impulsó la campaña y el llamamiento a la acción. Toda la comunicación de All Be Media Smart dirigía a las personas al sitio web de Be Media Smart (disponible en irlandés e inglés) para obtener consejos y apoyo, una sección de verificación de datos y una sección de «Pregunte a un experto», donde el público podía hacer preguntas relacionadas con la alfabetización mediática a un panel de expertos.

En 2023, la campaña «Be Media Smart» incorporó un Programa de Formación Comunitaria Be Media Smart. El programa de formación, desarrollado junto con EDMO Irlanda, formó a más de 100 líderes comunitarios, formadores y bibliotecarios en el uso del recurso «Be Media Smart Workshop in a Box» para impartir cursos de formación sobre alfabetización mediática en inglés e irlandés en sus propias comunidades.

Una investigación realizada por Ipsos B&A en noviembre de 2023 señaló que el 23 % de los adultos recordaba la campaña espontáneamente, en comparación con el 15 % antes de que comenzara la campaña mediática (para añadir contexto, se considera un éxito para campañas similares una tasa de recuerdo de entre el 13 % y el 17 %). Además, el 45 % de los encuestados en diciembre de 2023 afirmó que tomaría medidas si encontrara información falsa o engañosa, en comparación con el 32 % de abril de 2021.

Facilitado por el recién creado regulador de medios de comunicación de Irlanda, *Coimisiún na Meán*, y con el apoyo de los medios de comunicación, las organizaciones de la sociedad civil, las bibliotecas, las instituciones educativas, de formación e investigación, y las plataformas de búsqueda y redes sociales, este proyecto demuestra el poder de la colaboración y los beneficios que se pueden lograr cuando las organizaciones colaboran para aportar ideas y competencias. La Plataforma Europea de Reguladores (EPRA) y EDMO han destacado la campaña como un ejemplo de buenas prácticas, y tanto el concepto como los elementos de la campaña se han adoptado en, por lo menos, otros cuatro países europeos.

Fuente: Gobierno de Irlanda; Media Literacy Ireland (n.d.^[21]), "What is Media Literacy Ireland?", <https://www.medialiteracyireland.ie/>; Be media smart (2023^[22]), sitio web de Be media smart, <https://www.bemediasmart.ie/>.

Otro formato de cooperación son las «semanas de alfabetización mediática», como las que organiza la UNESCO en toda la Unión Europea y en varios países. En Finlandia, por ejemplo, se crean cada año en torno a 30 materiales o campañas diferentes en colaboración con más de 50 organizaciones asociadas de todos los sectores de la sociedad, incluidas instituciones públicas, ONG y empresas privadas (Media Literacy Week, 2023^[23]).

Las actividades de alfabetización mediática y digital también pueden incluir iniciativas para comprender mejor y llegar a grupos susceptibles a la desinformación y la información errónea, pero a los que no llegan las iniciativas más tradicionales, tales como la población mayor, las diásporas y las comunidades de segundas lenguas, los grupos socioeconómicamente desfavorecidos, las personas con discapacidad y los migrantes. En cuando a la población mayor, esta a menudo posee competencias digitales más débiles y es más propensa a compartir información errónea y desinformación en comparación con los grupos más jóvenes de la población (Guess, Nagler and Tucker, 2019^[24]). Las iniciativas para llegar a este grupo incluyen proyectos dedicados a la alfabetización mediática de las

personas jubiladas a través de centros de mayores, bibliotecas públicas y otros entornos comunitarios. Por ejemplo, la Autoridad Noruega de Medios de Comunicación colaboró con la organización no gubernamental Seniornet para desarrollar recursos educativos para personas mayores, que incluyen folletos impresos, presentaciones y reuniones presenciales para promover la alfabetización mediática y digital en el seno de esa parte de la población.

Otros grupos vulnerables a los que se dirigen las actividades de alfabetización mediática y digital son las diásporas y las comunidades de segundas lenguas. Para ello, los Estados bálticos han diseñado campañas específicas de alfabetización mediática para llegar a los ciudadanos de habla rusa, como el proyecto del gobierno letón, puesto en marcha junto con la OSC Baltic Centre for Media Excellence. Por lo tanto, además de trabajar a través de las escuelas, los gobiernos también deberían identificar enfoques para ampliar las actividades de alfabetización mediática y digital a aquellos grupos específicos de la población, a los que no llegan los programas tradicionales (véase Recuadro 3.6 para ejemplos del Reino Unido).

Recuadro 3.6. Iniciativas del Reino Unido para ayudar a las personas vulnerables a detectar la desinformación y aumentar la seguridad en línea

El Reino Unido ha financiado proyectos junto con 17 organizaciones para probar nuevas formas de potenciar las competencias de alfabetización mediática de las personas en riesgo de sufrir abusos en línea y de ser engañadas para que crean información falsa, como la desinformación sobre vacunas, vídeos deepfake o propaganda creada por estados hostiles.

El Fondo del Grupo de Trabajo de Alfabetización Mediática es uno de los dos planes de financiación creados para dirigirse a grupos de difícil acceso y vulnerables mediante la inversión en proyectos dirigidos por la comunidad, con el fin de garantizar que todos puedan mejorar sus competencias de alfabetización mediática y protegerse de la desinformación en línea a través de:

- Una empresa social que trabaja con jóvenes para desarrollar sus propios podcasts, que exploran la desinformación y la información errónea en línea para su emisión en la radio local;
- Un proyecto gestionado por una organización benéfica para proporcionar formación sobre alfabetización mediática centrada en los trabajadores de la asistencia social;
- Acceso a la formación en línea y en los centros comunitarios para las personas mayores sobre competencias en medios digitales;
- Una asociación con NewsGuard y organizaciones benéficas, que imparte talleres a adultos mayores para ayudarles a detectar la desinformación y la información errónea en línea;
- The Economist Educational Foundation, para trabajar con escuelas desfavorecidas y mejorar las competencias del profesorado mediante la formación en alfabetización en materia de noticias y apoyar

a los estudiantes para que se impliquen con las noticias y piensen de una manera crítica sobre lo que consumen en línea.

- La organización benéfica de seguridad en línea Glitch, que impartirá talleres y formación a mujeres vulnerables y marginadas para apoyar sus habilidades de alfabetización mediática, incluido el tratamiento de los abusos en línea.

Fuente: Gobierno del Reino Unido (2022^[25]), "Help for vulnerable people to spot disinformation and boost online safety", <https://www.gov.uk/government/news/help-for-vulnerable-people-to-spot-disinformation-and-boost-online-safety>.

3.2.2. Las iniciativas proactivas o «prebunking» de comunicación pueden ayudar a desarrollar la resiliencia social ante la propagación de la desinformación

Los gobiernos también pueden ayudar a preparar a la sociedad para comprender mejor los flujos y los riesgos de la desinformación mediante la inmunización de la población frente a los daños potenciales. El objetivo de estas iniciativas de «prebunking» o de desacreditación preventiva es el de «advertir a las personas sobre la posibilidad de estar expuestas a la desinformación manipuladora, además de formarlas sobre cómo argumentar en contra si la encuentran», con la idea de que tales actividades reduzcan su susceptibilidad a los contenidos falsos y engañosos (Roozenbeek and van der Linden, 2021^[26]) (Van der Linden, 2023^[27]). Las iniciativas de «prebunking» y otros esfuerzos de comunicación proactiva pueden centrarse en señalar a los actores de la desinformación, las fuentes de

información inexacta, así como en evaluaciones y conocimientos sobre las tácticas utilizadas para crear y compartir contenidos engañosos (OECD, 2023^[28]).

Para ello, los gobiernos han creado y distribuido materiales y han organizado campañas en internet, que informan al público sobre los peligros de la desinformación y la información errónea, denuncian a los actores maliciosos y comparten ejemplos de cómo se pueden propagar los ataques a la información y las narrativas falsas. Lituania, Letonia, Estonia, Finlandia, República Checa y otros países, principalmente, a través de sus agencias de inteligencia, han comenzado en los últimos años a difundir públicamente informes analíticos y evaluaciones de amenazas. Estos informes suelen dedicar una atención considerable al entorno de la información, incluidos los actores maliciosos, los ejemplos de ataques y de manipulaciones y el público destinatario. Estos informes proporcionan al público información fiable sobre las principales amenazas (véase Recuadro 3.7).

Recuadro 3.7. Evaluaciones de seguridad e inteligencia – Estudios de caso de Lituania, Letonia, Finlandia y Suecia

Las agencias de inteligencia y seguridad de algunos países miembros de la OCDE han publicado evaluaciones o informes públicos sobre amenazas como medio para mantener informados a los responsables políticos y al público sobre cuestiones a este respecto. El Servicio de Seguridad e Inteligencia de Finlandia (SUPO) elabora informes desde 2016, el Servicio de Seguridad del Estado de Letonia desde 2013, el Segundo Departamento de Investigación de Lituania, dependiente del Ministerio de Defensa Nacional y del Departamento de Seguridad del Estado desde 2014, y la Policía de Seguridad de Suecia desde 2001.

Además, Finlandia, Letonia, Lituania y Suecia elaboran informes anuales con actualizaciones sobre las campañas y las estrategias de información maliciosa en el contexto de las amenazas más amplias a las que se enfrenta el país. Las ediciones más recientes han puesto de relieve las campañas de desinformación relacionadas con la guerra de agresión de Rusia contra Ucrania, cuyo objetivo principal es influir en la opinión pública para apoyar la invasión de Rusia y justificar sus acciones aprovechando las tensiones sociales percibidas en la región.

El último informe de Letonia identifica la exposición a largo plazo a la desinformación y la propaganda, el bajo nivel de educación y la influencia de los «líderes de opinión» como factores que exacerbaban el efecto de las

campañas de información maliciosa. Por su parte, el informe de Lituania también identifica a las personalidades vinculadas a Rusia o Bielorrusia como instigadoras de la desinformación. Del mismo modo, describe cómo las cuestiones sociales tales como la crisis migratoria de 2020 fabricada por Bielorrusia, desempeñan un papel central en las campañas de desinformación rusas y bielorrusas.

En una línea similar, el informe de Suecia describe la desinformación como un factor clave en los intentos de desestabilizar o socavar la sociedad y el estado democrático. Las narrativas con este fin presentan a Suecia como un país en una situación de «caos y decadencia» y describen la pandemia de COVID-19 como un momento decisivo para la propagación del odio y la desconfianza en la sociedad mediante la información maliciosa y las teorías conspirativas. El informe del SUPO de Finlandia también denuncia los esfuerzos de actores externos para influir en las decisiones de política de seguridad del país, intentando impedir los debates abiertos. Para el SUPO, estos intentos de influir en los debates públicos en torno a la adhesión de Finlandia a la OTAN son una amenaza directa a la seguridad nacional.

Los informes muestran que los métodos y las vulnerabilidades que explotan los actores maliciosos son similares. Detallar los mensajes, las narrativas y las técnicas para difundir información maliciosa permite a los lectores identificar y reaccionar con mayor eficacia a las amenazas potenciales.

Fuente: Supo (2022^[29]), "Supo Yearbook 2021: Finns must be prepared for influencing efforts from Russia during NATO debate", <https://supo.fi/en/-/supo-yearbook-2021-finns-must-be-prepared-for-influencing-efforts-from-russia-during-nato-debate>; Servicio de Seguridad del Estado de Letonia (n.d.^[30]), Informes anuales, <https://vdd.gov.lv/en/useful/annual-reports>; República de Lituania (2022^[31]), *National Threat Assessment 2022*, <https://www.vsd.lt/wp-content/uploads/2022/04/ANGL-el-.pdfv>; Servicio de Seguridad de Suecia (n.d.^[32]), Anuarios de la Policía de Seguridad de Suecia, <https://www.sakerhetspolisen.se/om-sakerhetspolisen/publikationer/sakerhetspolisens-arsberattelse.htm>.

Sobre la base de estas evaluaciones, los gobiernos también han organizado cursos especiales para representantes de la sociedad civil, medios de comunicación, académicos y empresas sobre temas de seguridad nacional y defensa. El contenido de estos cursos incluye información sobre amenazas, así como oportunidades para debatir los problemas con funcionarios gubernamentales. Estas iniciativas fomentan la resiliencia social al concienciar a los participantes sobre las amenazas y prepararlos para la cooperación en caso de crisis. Más allá de la concienciación, los beneficios de estos esfuerzos ayudan a los participantes a actuar como embajadores para difundir la comprensión y las competencias entre los miembros de sus respectivas organizaciones y el público.

Otro ejemplo práctico de una herramienta de prebunking pública y accesible es el desarrollo del juego GoViral! Este juego fue creado por una colaboración entre investigadores académicos, la Oficina del Gabinete del Reino Unido, la Organización Mundial de la Salud y tres agencias de diseño del sector privado. El juego expone a los jugadores a técnicas de manipulación y simula las dinámicas de las redes sociales del mundo real para compartir ideas sobre cómo se difunde la desinformación y la información errónea (véase Recuadro 3.8). Una de las ventajas de estas iniciativas de «prebunking» es que, si bien informan al público sobre las amenazas y técnicas reales de desinformación, no ponen a los gobiernos en la posición de debatir contenidos específicos o actuar como árbitros de la verdad.

Recuadro 3.8. GoViral! Juego de prebunking

Financiado por la Oficina del Gabinete del Reino Unido y con el apoyo de la Organización Mundial de la Salud, GoViral! fue creado por investigadores del Laboratorio de Toma de Decisiones Sociales de la Universidad de Cambridge y Médialab Sciences Po. El juego se desarrolló con la ayuda de agencias de diseño y está basado en investigaciones anteriores, que demuestran que un juego similar que simula la propagación de la desinformación, Bad News, puede reducir la susceptibilidad a la información falsa durante por lo menos tres meses.

Lanzado en octubre de 2020, este juego de cinco minutos expone a los jugadores a tres técnicas de manipulación comunes utilizadas para difundir información errónea y desinformación sobre la COVID-19: lenguaje emocional, expertos falsos y teorías de la conspiración. Su objetivo es desmitificar y desacreditar previamente la información falsa simulando un entorno de redes sociales del mundo real.

Ya en el juego, los jugadores crean una publicación viral en las redes sociales utilizando un lenguaje con gran contenido emocional, comparten contenidos utilizando falsos expertos para ganar credibilidad en un grupo de redes sociales y crean su propia teoría conspirativa sobre la COVID-19, dirigida a una entidad u organización para provocar protestas. En el juego, los jugadores pueden evaluar la popularidad y la credibilidad percibida de su contenido, simulando la dinámica de las interacciones en las redes sociales del mundo real.

Al inicio del juego, se invita a los jugadores a participar en una encuesta de investigación sobre cómo perciben determinados contenidos. Y al final del juego se les hacen preguntas similares. El análisis de los resultados reveló que el juego incrementa la percepción de la comprensión de la desinformación sobre la COVID-19, mejora la confianza en la capacidad de detectar contenidos falsos y engañosos, y reduce la voluntad autoinformada de compartir dicho contenido con otros.

El juego Go Viral! muestra cómo la colaboración entre gobiernos, organizaciones internacionales e instituciones académicas puede proporcionar información valiosa a la investigación de vanguardia sobre los desafíos sociales. La capacidad de recopilar datos a lo largo del juego también es una forma eficaz de medir su eficacia y de recoger las opiniones de los usuarios.

Fuente: www.goviralgame.com; Maertens et al. (2021^[33]), "Long-term effectiveness of inoculation against misinformation: Three longitudinal experiments", *Journal of Experimental Psychology: Applied*, Vol. 27/1, pp. 1–16, <https://doi.org/10.1037/xap0000315>; Basol et al. (2021^[34]), "Towards psychological herd immunity: Cross-cultural evidence for two prebunking interventions against COVID-19 misinformation", *Big Data & Society*, Vol. 8/1, <https://doi.org/10.1177/20539517211013868>.

3.2.3. La evaluación y la medición del impacto de las actividades de alfabetización mediática y digital es clave

Pese al acuerdo general existente sobre la necesidad y el valor de proporcionar competencias de alfabetización mediática y digital, también existen varios desafíos. En primer lugar, la eficacia de las actividades de alfabetización mediática depende en gran medida de la capacidad de los profesores y formadores, así como de la calidad de los materiales disponibles. Así pues, una forma de ayudar a garantizar la aplicación coherente de las actividades de alfabetización mediática y digital es que los países establezcan un sistema de formación del profesorado. En particular, el centro francés «CLEMI»

forma cada año a en torno a 17 000 maestros en alfabetización mediática e informacional (CLEMI, 2023^[35]). Sin embargo, la coherencia de la formación a través del sistema escolar también podría verse obstaculizada en los países con sistemas educativos menos centralizados. Tales sistemas también pueden permitir una mayor innovación y experimentación, aunque pueden dar lugar a una calidad variable entre los enfoques.

Además, es conveniente prestar atención a la calidad de los socios que realizan actividades de alfabetización mediática y digital financiadas total o parcialmente por el Estado. Dada la variedad de actores potenciales, el control de calidad, la supervisión y las evaluaciones del coste/beneficio son esenciales, a pesar de que

supongan un aumento de los costes administrativos. Especialmente cuando son los socios quienes realizan las campañas de alfabetización mediática, los gobiernos deberían establecer mecanismos eficaces para garantizar que el contenido, los métodos y la calidad de los productos se ajusten a los requisitos generales y que las actividades estén alineadas con los objetivos estratégicos.

Otro reto al que se enfrentan todas las iniciativas de alfabetización mediática y digital está relacionado con las dificultades para evaluar y medir el impacto de las actividades. Los criterios formales de medición suelen implicar la obligación de informar sobre los resultados, como una lista de los eventos u otras actividades, el alcance de la audiencia (por ejemplo, las visitas al sitio web o la plataforma social o el número de participantes en los eventos), las horas dedicadas a la formación y las menciones del proyecto en otros medios de comunicación. Aun cuando existan mediciones de resultados, dichos criterios no suelen ilustrar el impacto real del proyecto en sus objetivos previstos o en los cambios más amplios a lo largo del tiempo en la capacidad de consumo crítico y reflexivo de la información. Sin una evaluación cuidadosa, no está claro cómo las actividades cambian en la práctica las actitudes de los participantes o si el efecto es duradero. Este desafío se agrava en entornos menos formales, donde la participación no es obligatoria y puede ser menos consistente.

Estas cuestiones ponen de manifiesto la necesidad de una metodología clara para evaluar la eficacia de las actividades de alfabetización mediática y digital (MIL). El Consejo de Europa analizó en 2021 68 proyectos MIL en el campo de la alfabetización mediática y descubrió que un tercio de los proyectos no incluía ningún parámetro de medición (Council of Europe, 2016^[36]). En el Reino Unido, la estrategia nacional de alfabetización mediática en línea estipula expresamente la necesidad de una mejor medición en este campo. El análisis señaló una «clara falta de una evaluación sólida de las disposiciones

de alfabetización mediática». Cuando existen medidas de evaluación, suelen ser muy limitadas y se utilizan métricas como el alcance, el número de eventos, las citas de los participantes o las autoevaluaciones de estos, lo que dificulta la evaluación de si las disposiciones son eficaces para mejorar las capacidades de alfabetización mediática a largo plazo (UK Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2021^[37]).

Además, los proveedores de alfabetización mediática a menudo no disponen de suficientes fondos para supervisar y evaluar sus iniciativas. A este respecto, las intervenciones también suelen ser a corto plazo y no facilitan el trabajo con los mismos beneficiarios durante un período de tiempo lo suficientemente largo como para determinar la eficacia de las actividades. En este sentido, muchos aspectos de la alfabetización mediática que se consolidan en el cambio de comportamientos pueden ser difíciles o imposibles de medir a corto plazo como, por ejemplo, evaluar si los usuarios son capaces de aplicar de forma independiente los aprendizajes al entorno digital «real», en lugar de hacerlo solo bajo supervisión (UK Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2021^[37]).

Por su parte, la Autoridad Noruega de Medios de Comunicación realiza cada dos años una evaluación del estado de la alfabetización mediática en el país. El último informe, publicado en 2021, se basa en una encuesta de opinión representativa de 2048 residentes noruegos. Entre sus hallazgos se encuentra que los segmentos más antiguos (mayores de 60 años) y más jóvenes (entre 16 y 24 años) de la población tienen más dificultades para lidiar con la desinformación, y que si bien el 50 % de la población informa que verifica otras fuentes en las que confían para comprobar la veracidad de la información, el 18 % señala que no verifica la información en absoluto (Norwegian Media Authority, 2021^[38]). (Véase Recuadro 3.9 para ejemplos adicionales de herramientas de evaluación de la alfabetización mediática).

Recuadro 3.9. Herramientas de evaluación de la alfabetización mediática

Kit de herramientas de Ofcom, Reino Unido, para evaluar las intervenciones de alfabetización mediática

El programa Making Sense of Media del regulador de telecomunicaciones del Reino Unido, Ofcom, publicó en 2023 un kit de herramientas para ayudar a orientar las evaluaciones de las intervenciones de alfabetización mediática. Este kit, que proporciona una serie de guías prácticas para planificar y llevar a cabo una evaluación de las intervenciones de alfabetización mediática, es un elemento importante del programa de trabajo de Ofcom de apoyo a la alfabetización mediática en el Reino Unido.

El kit ofrece una guía práctica y directa, y aboga por un proceso de evaluación que forme parte del proyecto desde el principio. Además, explica que la evaluación demuestra (que una iniciativa ha logrado los resultados deseados) y mejora (en el sentido de que proporciona conocimientos y aprendizajes para una organización). El kit de herramientas también detalla la importancia de demostrar el impacto y, en particular, el cambio a nivel individual o social que se puede atribuir a un proyecto, además de guiar a las organizaciones a través de los pasos que les ayuden a demostrar la evidencia.

El kit de herramientas se divide en tres secciones, que representan las diferentes etapas del proceso de evaluación: Preparación, realización y difusión. En primer lugar, se analiza cómo redactar una teoría del cambio y cómo crear un marco de evaluación. En segundo lugar, proporciona información sobre los métodos de investigación y propone preguntas modelo, mientras que la tercera sección sugiere cómo pueden estructurar las organizaciones los informes de evaluación. Además del kit de herramientas, existe una plantilla de marco de evaluación separada, así como bibliotecas de búsqueda, que ayudan a mapear la investigación sobre la alfabetización mediática y las iniciativas de alfabetización mediática realizadas en el Reino Unido.

Marco DIGCOMP de la Unión Europea

El Marco Europeo de Competencias Digitales para los Ciudadanos, también conocido como DigComp, proporciona un lenguaje común para identificar y describir las áreas clave de la competencia digital. Se trata de una herramienta a escala de toda la UE, diseñada para mejorar la competencia digital de las personas, ayudar a los responsables políticos a formular políticas e iniciativas, y planificar iniciativas de educación y formación para mejorar la competencia digital de grupos específicos. Así pues, la competencia digital implica el «uso seguro, crítico y responsable, así como el compromiso con las tecnologías digitales para el aprendizaje, el trabajo y la participación en la sociedad».

El marco DigComp identifica los componentes clave de la competencia digital en 5 áreas:

- La alfabetización informacional y de datos tiene por objeto garantizar que el público pueda articular sus necesidades de información, encontrar y acceder a los datos, la información digital y el contenido digitales, así como evaluar la relevancia de las fuentes de datos y del contenido.
- La comunicación y la colaboración tienen por objeto garantizar que el público pueda interactuar, comunicarse y colaborar a través de las tecnologías digitales, siendo consciente de la diversidad cultural y generacional; participar en la sociedad a través de los servicios digitales, públicos o privados, y la ciudadanía participativa; y, por último, gestionar su presencia digital, su identidad y su reputación.
- La creación de contenidos digitales se centra en las competencias relacionadas con la creación y edición de contenidos digitales.
- La seguridad se centra en la protección de dispositivos, contenidos, datos personales y privacidad en los entornos digitales, así como en la protección de la salud física y psicológica.

- La resolución de problemas se centra en garantizar que el público pueda identificar necesidades y problemas, además de utilizar herramientas digitales para innovar procesos y productos para mantenerse al día de la evolución digital.

Fuente: Ofcom (2023^[39]), *A toolkit for evaluating media literacy interventions*, <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research/approach/evaluate/toolkit>; Morris (2023^[40]), Kit de Ofcom para evaluar las intervenciones de alfabetización mediática, <https://media-and-learning.eu/type/featured-articles/ofcoms-toolkit-for-evaluating-media-literacy-interventions/>; Comisión Europea (n.d.^[41]), "DigComp", https://joint-research-centre.ec.europa.eu/digcomp_en.

Los desafíos relacionados con los costes, los procesos y la independencia de la evaluación de las iniciativas de alfabetización mediática, informativa y digital apuntan a la oportunidad que ofrece la colaboración con socios y expertos externos para ofrecer perspectivas independientes. Por ejemplo, el Centro de Compromiso Global (GEC) del Departamento de Estado de EE. UU.

apoyó el desarrollo de dos juegos de alfabetización mediática e informativa basados en navegadores web. El Laboratorio de Toma de Decisiones Sociales de la Universidad de Cambridge evaluó de forma independiente la eficacia de ambos juegos, permitiendo así al GEC supervisar la eficacia de los juegos y seguir introduciendo cambios (Recuadro 3.10).

Recuadro 3.10. Juegos de alfabetización mediática e informativa Harmony Square y Cat Park

El Centro de Compromiso Global (GEC) del Departamento de Estado de EE. UU. desarrolló dos juegos de alfabetización mediática e informativa, susceptibles de ser medidos en cuanto a su eficacia, para fomentar la resiliencia frente a la manipulación informativa y la injerencia por parte de agentes extranjeros: Harmony Square y Cat Park. Harmony Square y Cat Park.

Harmony Square fue lanzado en noviembre de 2020 y actualmente está disponible en 18 idiomas. El juego es intencionalmente apolítico (en particular, el jugador aborda temas como la piña en la pizza y una elección ficticia para patrullero de osos). Asumiendo el papel de Director de Desinformación, los jugadores aprenden cómo los actores utilizan el troleo, la amplificación artificial en las redes sociales, el lenguaje emocional y la escalada hacia la violencia para difundir la desinformación.

Según una investigación del Laboratorio de Toma de Decisiones Sociales de la Universidad de Cambridge, publicada en la Harvard Misinformation Review, los jugadores son estadísticamente mucho mejores para discernir entre información fiable y no fiable, y son mucho menos propensos a compartir información errónea en las redes sociales después de jugar. Gracias al monitoreo y la evaluación continuos de más de 400 000 veces que ha sido jugado el juego, el GEC determinó que, en algunos casos, los jugadores se mostraban escépticos con respecto a toda la información y no solo con la información poco fiable. El GEC y el estudio creador del juego desarrollaron una nueva función del juego para corregir este problema.

Cat Park fue lanzado en octubre de 2022 y actualmente está disponible en seis idiomas. Los jugadores asumen el papel de una persona reclutada en una campaña de presión en las redes sociales. Los jugadores «entrenan» con un grupo de activistas con diferentes habilidades de manipulación de medios, creando titulares sensacionales, memes y medios de comunicación sintéticos para detener la hipotética construcción de un parque de gatos.

El juego ha sido jugado más de 100 000 veces y hay un plan de lecciones disponible para la mayoría de los idiomas del juego. Sobre la base de las lecciones de Harmony Square y de la investigación de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, que cuestionaba la eficacia de los proyectos de alfabetización mediática e informativa en los países en desarrollo, Cat Park ofrece un nivel de localización mucho mayor. Cuando los jugadores del África subsahariana juegan en amárico o swahili, la trama y los personajes adoptan

un aspecto diferente. Cuando los jugadores de Oriente Medio y del Norte de África juegan en árabe, la trama y los personajes también tienen un aspecto diferente. Del mismo modo, cuando alguien juega en español en Latinoamérica, el juego tiene asimismo un aspecto diferente. Una investigación de la Universidad de Cambridge publicada en *Nature* ha demostrado que, después de jugar, los jugadores son más escépticos con la información poco fiable.

Nota: Enlace al juego Harmony Square: <https://harmonysquare.game/>; Enlace al juego Cat Park: <https://catpark.game/>
 Fuente: Roozenbeek and van der Linden (2020^[42]) "Breaking Harmony Square: A game that "inoculates" against political misinformation", *Harvard Kennedy School Misinformation Review*, <https://doi.org/10.37016/mr-2020-47>; Neylan, J. et al. (2023^[43]), "How to "inoculate" against multimodal misinformation: A conceptual replication of Roozenbeek and van der Linden (2020)", *Scientific Reports*, Vol. 13/1, <https://doi.org/10.1038/s41598-023-43885-2>.

En el futuro, se pondrá énfasis en el desarrollo de métodos dirigidos a medir el impacto de estas iniciativas en relación con la capacidad del público para participar de forma constructiva en el espacio de la información. Esto requerirá el seguimiento de los cambios en los indicadores generales a lo largo del tiempo, como la susceptibilidad a las narrativas de desinformación y la confianza en las comunicaciones e instituciones gubernamentales. Si bien la causalidad directa es difícil (o imposible) de identificar, estas podrían ser consideradas como posibles pruebas de éxito. Dicho análisis sería particularmente relevante para proyectos a gran escala, que incluyan una parte considerable de la población de los países. De hecho, hacer un mayor énfasis en las evaluaciones de impacto longitudinal permitiría realizar comparaciones con las líneas de base, destacando los cambios a lo largo del tiempo en la capacidad de los individuos para consumir información de forma crítica y reflexiva.

El análisis también podría basarse en el seguimiento de comportamientos específicos de los públicos, a los que se dirige una política o proyecto. Por ejemplo, esto podría incluir el análisis de la actividad en línea, como los cambios en los patrones de intercambio de material desinformativo y de información errónea una vez finalizadas las formaciones en alfabetización mediática e informativa (MIL). Sin embargo, estas actividades presentan unas limitaciones claras, como la falta de transparencia de las plataformas de redes sociales. Por último, la medición podría incluir autoevaluaciones del público objetivo una vez finalizadas las intervenciones o actividades, por ejemplo, mediante cuestionarios entregados a los participantes en una iniciativa MIL.

3.3. LA COMUNICACIÓN PÚBLICA DESEMPEÑA UN PAPEL IMPORTANTE A LA HORA DE PROPORCIONAR INFORMACIÓN

Un objetivo más inmediato de las iniciativas de toda la sociedad para fortalecer la resiliencia social se centra en garantizar que las personas estén informadas y sean conscientes de los contenidos falsos y engañosos. En entornos democráticos, donde la información gubernamental está abierta al escrutinio de los medios de comunicación libres e independientes, la función de la comunicación pública puede desempeñar un papel crucial en el fomento de la resiliencia social frente a la desinformación. Esto se logra sirviendo como fuente de información oportuna y relevante. Esta función debe diferenciarse de la comunicación política, que está vinculada a las elecciones o a los partidos políticos, a los debates políticos o a la promoción del gobierno de turno. Una función de comunicación pública moderna debe entenderse como la función del gobierno de proporcionar información, escuchar y responder a los ciudadanos al servicio del bien común (OECD, 2021^[44]). Con ese fin, los esfuerzos del gobierno para concienciar y garantizar que el público tenga acceso a la información incluyen las siguientes vías:

- En entornos democráticos, donde la información gubernamental puede ser cuestionada por una prensa libre e independiente, la información oportuna proporcionada por los gobiernos puede crear conciencia sobre los retos y amenazas pertinentes.
- La colaboración con socios externos, con modelos de gobernanza adecuados y dentro de contextos libres y democráticos, puede contribuir a la resiliencia social frente a la propagación de la desinformación.

3.3.1. La información precisa y oportuna proporcionada por la comunicación pública puede concienciar a la sociedad sobre los riesgos de la desinformación y la información errónea.

La información no se difunde en el vacío: los medios tradicionales y los verificadores de datos, las plataformas en línea, la sociedad civil y los propios individuos son actores esenciales para generar y amplificar el contenido. Al mismo tiempo, los gobiernos, con frecuencia mediante la función de comunicación pública del centro de gobierno o de ministerios concretos, junto con otros actores que desempeñan constantemente una función de control y de equilibrio saludable, pueden contribuir a sensibilizar sobre la difusión de contenidos falsos y engañosos, y servir como fuente de información precisa. Incluso cuando los hechos no están claros o aún se están recopilando, como suele ocurrir en las crisis, el público exigirá actualizaciones. Los gobiernos deben reflexionar sobre

cómo anticiparse y responder a las necesidades de los ciudadanos de una forma honesta, transparente y con la mejor información posible, a la vez que se evita la propagación de rumores y de falsedades (OECD, 2023^[28]). Por tanto, la función de comunicación pública requiere una gestión avanzada y sofisticada para proteger su enfoque en la prestación de servicios siempre para el bien público, promover la divulgación de fuentes, garantizar un nivel de separación de la comunicación política, así como para desarrollar su capacidad y su profesionalidad. La OCDE ha realizado un análisis comparativo de las buenas prácticas y a partir de ellas ha elaborado un conjunto de Principios de Buenas Prácticas para las Respuestas de Comunicación Pública frente a la Desinformación y la Información Errónea (Recuadro 3.11). En la mayoría de los países de la OCDE, esta función sigue estando infravalorada e infrautilizada como fuente de información y abandonando paulatinamente su enfoque exclusivo en la comunicación política.

Recuadro 3.11. Principios de buenas prácticas de la OCDE para las respuestas de comunicación pública a la desinformación y la información errónea

La OCDE ha desarrollado 9 Principios de Buenas Prácticas para proporcionar a los responsables políticos una guía para abordar la propagación de la desinformación y la información errónea y, a su vez, fortalecer los ecosistemas de la información y apoyar la democracia. Están más directamente relacionados con las intervenciones de comunicación pública. Estos principios se basan en el análisis y el examen de las prácticas emergentes correspondientes en el ámbito de la lucha contra la desinformación y la información errónea, así como de los factores que las hacen eficaces. Estos 9 principios son:

Estructura y gobernanza

1. **Institucionalización:** Los gobiernos deberían consolidar las intervenciones en enfoques coherentes, guiados por políticas, estándares y directrices oficiales de comunicación y datos. Las oficinas de comunicación pública se beneficiarán de recursos humanos y financieros adecuados, de un enfoque intergubernamental bien coordinado a nivel nacional y subnacional, y de personal dedicado y profesional.
2. **Impulsada por el interés público:** La comunicación pública debe esforzarse en no depender de la politización a la hora de implementar las intervenciones destinadas a contrarrestar la desinformación y la información errónea. La comunicación pública debe ser separada y distinta de la comunicación partidista y electoral, con la introducción de medidas para garantizar una clara autoría, imparcialidad, rendición de cuentas y objetividad.
3. **Preparación para el futuro y profesionalización:** Las instituciones públicas deberían invertir en investigación innovadora y utilizar la prospectiva estratégica para anticiparse a la evolución de la tecnología y los ecosistemas de información y prepararse para las posibles amenazas. Las intervenciones contra la desinformación deberían ser diseñadas para ser abiertas, adaptables y acordes con los

esfuerzos de profesionalización de la función y desarrollar la capacidad de los funcionarios públicos para responder a los desafíos cambiantes.

Proporcionar información precisa y útil

4. **Transparencia:** Los gobiernos deben poner todo su empeño en comunicarse de una manera honesta y clara. Asimismo, las instituciones deben divulgar de una forma exhaustiva la información, las decisiones, los procesos y los datos, dentro de las limitaciones que establecen la legislación y las regulaciones aplicables. La transparencia, incluso sobre las suposiciones y la incertidumbre, puede contribuir a reducir las posibilidades de arraigo de que los rumores y las falsedades, así como favorecer el escrutinio público de la información oficial y los datos abiertos del gobierno.
5. **Oportunidad:** Las instituciones públicas deben desarrollar mecanismos para actuar de manera oportuna, identificando y respondiendo a narrativas emergentes, reconociendo la velocidad con la que puede viajar la información falsa. Los comunicadores pueden trabajar para desarrollar la preparación y las respuestas rápidas, estableciendo mecanismos de coordinación y de aprobación para intervenir rápidamente con contenido preciso, adecuado y convincente.
6. **Prevención:** Las intervenciones gubernamentales deben ser diseñadas para adelantarse a los rumores, las falsedades y las conspiraciones con el fin de evitar que las narrativas de desinformación y de información errónea ganen terreno. Un enfoque en la prevención requiere que los gobiernos identifiquen, monitoreen y rastreen el contenido problemático y sus fuentes; que reconozcan y llenen proactivamente las lagunas informativas y de datos para reducir la susceptibilidad a la especulación y los rumores; que entiendan y prevean tácticas comunes de desinformación, vulnerabilidades y riesgos; y, por último, que identifiquen acciones adecuadas, como el «prebunking».

Compromiso democrático, un ecosistema de medios y de información más robusto

7. **Basado en los hechos:** Las acciones del gobierno deberían ser elaboradas sobre la base de datos, pruebas y conocimientos de la audiencia y del comportamiento fiables y fidedignos. La investigación, el análisis y los nuevos conocimientos se pueden recopilar de manera constante y deberían contribuir a mejorar los enfoques y las prácticas. Los gobiernos deberían centrarse en reconocer las narrativas, los comportamientos y las características emergentes para comprender el contexto en el que se comunican y responden.
8. **Inclusión:** Las intervenciones deben diseñarse y diversificarse para llegar a todos los grupos de la sociedad. La información oficial debe esforzarse por ser adecuada y de fácil comprensión, con mensajes adaptados a los distintos públicos. Los canales, los mensajes y los mensajeros deben adecuarse al público destinatario y las iniciativas de comunicación deben desarrollarse dentro del respeto a las diferencias culturales y lingüísticas, y procurando llegar a grupos desvinculados, subrepresentados o marginados. Los recursos adecuados y las iniciativas específicas pueden fomentar la comunicación receptiva y facilitar el diálogo bidireccional, que contrarreste los contenidos falsos y engañosos.
9. **Toda la sociedad:** Los esfuerzos del gobierno para contrarrestar los trastornos de la información deben integrarse dentro de un enfoque de todo el conjunto de la sociedad, en colaboración con las partes interesadas pertinentes, incluidos los medios de comunicación, el sector privado, la sociedad civil, el mundo académico y los ciudadanos. Los gobiernos deberían fomentar la resiliencia del público frente a la desinformación y la información errónea, así como un entorno propicio para poder acceder, compartir y facilitar un compromiso constructivo en torno a la información y los datos. Cuando proceda, las instituciones públicas deberían coordinarse y colaborar con socios no gubernamentales con el objetivo de generar confianza en toda la sociedad y en todas las partes del país.

Fuente: OCDE (2023^[28]) "Good practice principles for public communication responses to mis- and disinformation", *OECD Public Governance Policy Papers*, No. 30, OECD Publishing, París, <https://doi.org/10.1787/6d141b44-en>.

Del mismo modo, el Centro Europeo de Excelencia para la Lucha contra las Amenazas Híbridas destacó la importancia de refutar rápidamente las mentiras y desacreditar la desinformación; la necesidad de trabajar con la sociedad civil y de garantizar que los equipos pertinentes dentro de los gobiernos estén en marcha, socavando a los actores maliciosos extranjeros mediante el humor y los mensajes de fácil acceso y comprensión, así como de aprender y apoyar a los socios como mejores prácticas para contrarrestar las amenazas de desinformación. Muchas de las lecciones aprendidas de las respuestas del gobierno y la sociedad civil en Ucrania a la desinformación rusa pueden proporcionar enseñanzas importantes para unas iniciativas de comunicación estratégica eficaces en el futuro (Kalenský and Osadchuk, 2024^[45]).

La creación de capacidades, el establecimiento de marcos y mecanismos institucionales claros y la formalización de definiciones, políticas y enfoques podrían ayudar a pasar de unos enfoques de comunicación pública *ad hoc* y fragmentados para luchar contra la información errónea y la desinformación, a enfoques más estructurados y estratégicos (OECD, 2021^[44]). En ese sentido, por ejemplo, la Guía de Propiedad del Servicio de Comunicación del Gobierno del Reino Unido especifica que la comunicación del gobierno debe ser: relevante para las responsabilidades del gobierno; objetiva y explicativa; no presentada como una política partidista; realizada de manera económica y adecuada; y capaz de justificar los costes como un gasto de fondos públicos (Government of the UK, 2022^[46]).

Las campañas de comunicación pública y los sitios web del gobierno pueden desmentir las narrativas de desinformación existentes. Transmitir unos mensajes claros y personalizados puede contribuir a garantizar que las comunicaciones lleguen a todos los segmentos de la sociedad, incluidos los grupos que menos probabilidades tienen de estar expuestos a fuentes oficiales o de confiar en ellas. Para ello, la preparación y ejecución de campañas de comunicación estratégica y la garantía de que el contenido preciso llegue al público objetivo son esenciales para contrarrestar la propagación de la desinformación y la información errónea (OECD, 2023^[28]). Por ejemplo, en Nueva Zelanda, la campaña «Unstoppable Summer» (Verano imparable), que incluye anuncios de televisión y un breve vídeo musical con el Director General de Salud, y

que se muestra antes de eventos de gran audiencia, es un buen ejemplo de un esfuerzo por llegar a los jóvenes (Government of New Zealand, 2020^[47]) (OECD, 2023^[48]). De hecho, a lo largo de la respuesta a la COVID-19, muchos países desarrollaron procesos que utilizaban a mensajeros creíbles, como miembros de una comunidad concreta, científicos y médicos, o personas influyentes para presentar información relevante de una manera oportuna, autorizada y no politizada con el fin de tratar de garantizar que llegara a un segmento lo más amplio posible de la población.

Dada su delicada función de creación y difusión de contenidos, así como de vigilancia y de respuesta a la desinformación, los gobiernos deberían adoptar precauciones adicionales para garantizar que sus actividades de comunicación no den lugar a acusaciones o a casos de politización y de abuso de poder. Así pues, en primer lugar, garantizar que la comunicación pública fortalezca la integridad de la información depende de unos espacios de la información libres y de un entorno mediático fuerte y libre.

La falta de transparencia en torno a las actividades de la función de comunicación pública también puede socavar la confianza. En concreto, existe el riesgo de que las iniciativas de comunicación pública diseñadas para responder a la desinformación puedan alimentar los argumentos de actores, que pueden acusar al gobierno de ser un «árbitro de la verdad» o incluso de adoptar ellos mismos técnicas de desinformación. Como reacción a los cambios en los patrones de consumo de información, por ejemplo, los gobiernos han colaborado con *influencers* de internet para la realización de campañas de concienciación y otras campañas para llegar a segmentos de la población, a los que de otro modo no podrían llegar fácilmente. Si bien la colaboración del gobierno con *influencers*, tanto mediante apoyo pagado como ganado, puede ayudar a reforzar la inclusión y el alcance de los mensajes, el establecimiento de directrices claras, procesos transparentes y una supervisión independiente de la función de comunicación pública contribuirán a proporcionar los mecanismos de gobernanza necesarios para generar confianza (OECD, forthcoming^[49]). De manera más general, promover el acceso a la información y estándares de gobierno abierto, incluidos los datos abiertos de acceso público, puede contribuir a reducir las barreras que dificultan a

los periodistas y los ciudadanos el acceso a la información pública y a los funcionarios públicos.

3.3.2. El compromiso con actores no gubernamentales debe ser transparente y estar guiado por una supervisión clara y democrática

Más allá de la función de comunicación pública, es necesario considerar cuidadosamente cómo interactúan los gobiernos con las plataformas en línea, la sociedad civil, los medios de comunicación y el mundo académico. Por un lado, facilitar líneas abiertas de comunicación entre los actores puede ser una forma rápida y eficiente de identificar amenazas y de promover un mejor funcionamiento de los espacios de

la información (véase Recuadro 3.12). También puede ser importante que las instituciones gubernamentales reciban actualizaciones directas de las plataformas en línea sobre la difusión de la desinformación y la información errónea, como las operaciones concertadas de amplificación por parte de actores hostiles o las que amenazan las elecciones y la seguridad pública. Además, gran parte del trabajo para contrarrestar las amenazas de desinformación sigue siendo delicado debido a consideraciones de seguridad nacional. Proporcionar demasiada información sobre lo que se sabe acerca de las amenazas de información extranjera o los esfuerzos para contrarrestarlas también podría poner en riesgo su eficacia (OECD, forthcoming^[49]).

Recuadro 3.12. Cooperación del gobierno lituano con Debunk.EU y Meta sobre políticas de moderación

En 2022, la Cancillería de Gobierno de Lituania inició conversaciones con Meta sobre sus políticas de moderación de contenido relacionadas con la agresión rusa contra Ucrania y la actividad en Facebook que parecía filtrar contenidos y bloquear a autores que expresaban su apoyo a Ucrania. El gobierno lituano, en colaboración con la organización de la sociedad civil lituana, Debunk.eu, recopiló ejemplos de cuentas, que habían sido bloqueadas o eliminadas por haber expresado opiniones a favor de Ucrania, aunque no habían infringido de ninguna otra manera las políticas de contenido de Meta.

Un resultado de la reunión fue que proporcionó un contexto cultural y lingüístico crítico para informar mejor la política de moderación de contenidos de Meta y garantizar que considerara las tradiciones culturales y lingüísticas de Lituania. De hecho, Meta a menudo bloqueaba las cuentas por palabras y expresiones que consideraba ofensivas, a pesar de su uso común y bien establecido en el idioma lituano. Este compromiso también facilitó la consulta con las instituciones lingüísticas lituanas, lo que llevó a Meta a actualizar su lista de palabras clave objetivo y sus políticas de moderación.

Tanto el gobierno como las organizaciones de la sociedad civil también señalaron que los mecanismos de indemnización eran insuficientes y que el bloqueo de las publicaciones y cuentas de creadores de opinión influyentes, sin la posibilidad de corregir el contenido limita sin justificación alguna la libertad de expresión, constriñe el debate público y puede obstaculizar las iniciativas ciudadanas, como las campañas de recaudación para las víctimas de Ucrania. Los representantes de Meta ofrecieron realizar sesiones de formación con grupos de usuarios para proporcionar detalles adicionales sobre las políticas de gestión de contenidos, con el fin de garantizar que sus publicaciones no sean bloqueadas, así como para poner de relieve los problemas con la alta dirección.

En 2023, el 63 % de los ciudadanos lituanos mencionaron las redes sociales como el lugar principal donde se encuentran con la desinformación, mientras que el mismo porcentaje indicó que las acciones de las plataformas de redes sociales para minimizar la propagación de la desinformación eran insuficientes.

Fuente: Datos proporcionados por el gobierno de Lituania.

Por otro lado, las interacciones del gobierno con las plataformas en línea, los medios de comunicación y otros actores no gubernamentales en la lucha contra la desinformación y la información errónea son especialmente delicadas, dado el riesgo de que la colaboración con estos socios externos pueda permitir a los gobiernos fomentar la moderación de contenidos más allá del poder regulador formal que poseen e infringir la libertad de expresión.

Consideraciones similares apuntan a los desafíos de trabajar con socios externos para identificar y desacreditar contenidos específicos. En particular, a los verificadores de datos se les puede acusar de sesgo político y existe el riesgo de que, si los verificadores de datos reciben financiación directa u otro tipo de apoyo de los gobiernos, se vean presionados o incentivados (o se les perciba como presionados o incentivados) a proteger al gobierno o difamar a sus oponentes políticos. La investigación ha encontrado correlaciones entre las afiliaciones políticas de los verificadores de datos y sus prioridades y hallazgos (Louis-Sidois, 2022^[50]). El riesgo de politización percibida (o real) por parte de los verificadores de datos también se puede observar en los resultados de Estados Unidos, que demostraron que los estadounidenses están divididos en sus opiniones sobre los verificadores de datos: La mitad afirmaba que los esfuerzos de verificación de datos realizados por medios de comunicación y otras organizaciones tienden a tratar a todas las partes de una manera justa, mientras que una proporción similar (48 %) decía que tienden a favorecer a un lado (Pew Research, 2019^[51]).

En 2023, Faktograf, una organización croata de verificación de datos, publicó los resultados preliminares de una encuesta realizada a 41 organizaciones líderes de verificación de datos europeas, que ilustra la potencia del entorno polarizado en el que trabajan. Su investigación encontró que el 90 % de los medios informaron haber experimentado algún tipo de acoso. Más de tres cuartas partes (36 de 41) de las organizaciones de verificación de datos encuestadas han sufrido acoso en línea y, a menudo, se enfrentan a ataques verbales. Además, el 70 % de los encuestados que sufrieron acoso en línea fueron sometidos a campañas, que incluían comportamientos amenazantes prolongados o coordinados, como el acoso, las campañas de desprestigio, el «doxing» y la violencia de género facilitada por la tecnología, incluida la desinformación de género. Además, el 78 % de las

organizaciones confirmaron que los cargos electos les habían atacado directamente (Faktograf, 2023^[52]). En entornos políticamente polarizados, la interacción del gobierno con estos actores puede amplificar los riesgos y alimentar las acusaciones de censura y partidismo, perjudicando tanto al gobierno como a los actores no gubernamentales participantes en el proceso.

Los mecanismos de autorregulación establecidos por los medios de comunicación, las organizaciones de la sociedad civil y otros actores no gubernamentales implicados en la verificación de datos y otras actividades relevantes pueden contribuir a mitigar estos desafíos. En este sentido, la participación activa de los profesionales de los medios de comunicación puede ayudar a garantizar que la experiencia periodística y los estándares éticos informen otras acciones adecuadas para promover la integridad de la información. Por ejemplo, la Red Internacional de Verificación de Datos (IFCN) ha desarrollado un código de principios firmado por más de 200 organizaciones de verificación de hechos de todo el mundo (IFCN, 2023^[53]). Cabe destacar que la condición de signatario de la IFCN no se puede otorgar a organizaciones, cuyo trabajo editorial esté controlado por el Estado, un partido político o un político en concreto. Sin embargo, se puede otorgar a organizaciones que reciben financiación de fuentes estatales o políticas cuando el evaluador de la IFCN determine que existe una separación clara e inequívoca del control editorial de la influencia estatal o política. Los signatarios también se comprometen a ser neutrales e imparciales, así como con los principios de transparencia financiera y organizativa. Los compromisos más detallados se incluyen en el «Código europeo de estándares para organizaciones de verificación independientes», aprobado en agosto de 2022 por el proyecto European Fact-Checking Standards Network (EFCSN), con el apoyo de la Comisión Europea. El objetivo principal de este Código es la imparcialidad política y la transparencia de las actividades de las organizaciones (EFCSN, 2022^[54]).

Además, también hay oportunidades para que los gobiernos sean más transparentes en su trabajo con las plataformas en línea. Por ejemplo, mientras que las decisiones de eliminar contenido o de añadir etiquetas de advertencia sobre las propias plataformas, los gobiernos pueden señalar contenidos falsos o engañosos a las plataformas. En estos casos, la transparencia en torno a tales discusiones es

fundamental y se deben implementar los mecanismos de divulgación correspondientes (Full Fact, 2022^[55]). La transparencia de los gobiernos sobre cómo y en qué circunstancias comparten información con las plataformas en línea puede ser una forma importante de reforzar la confianza pública en que se está respetando la libertad de expresión, al tiempo que permite que entidades verificadoras comprueben que tales acciones son necesarias. Además, los gobiernos podrían considerar establecer mecanismos de supervisión independientes para evaluar sus acciones en este espacio y garantizar que no limiten la libertad de expresión (OECD, forthcoming^[49]).

3.4. LA PARTICIPACIÓN PÚBLICA Y LA INVESTIGACIÓN SON ESENCIALES PARA ORIENTAR LA FORMULACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE POLÍTICAS

La construcción de la integridad de la información requiere una mayor comprensión de los problemas específicos para los que se formulan las respuestas políticas. A medida que los gobiernos tratan de fortalecer su capacidad para contrarrestar las amenazas de la interferencia maliciosa y la desinformación, así como reforzar de una manera más amplia la capacidad del público para participar en un debate democrático bien informado, necesitarán comprender qué condiciones dentro del entorno de la información fomentan la democracia y promueven una participación ciudadana activa (Wanless and Shapiro, 2022^[4]). Trabajar con el público y socios no gubernamentales para desarrollar este entendimiento, generar confianza e informar la formulación de políticas efectivas puede funcionar en última instancia como un catalizador para la buena gobernanza y la democracia.

Para el fortalecimiento de la participación y el compromiso habría que tener en cuenta los siguientes enfoques:

- Los mecanismos e instrumentos de democracia directa o participativa pueden ayudar a establecer prioridades políticas para fortalecer la integridad de la información.
- La investigación sobre la integridad de la información financiada por el gobierno debería realizarse con objetivos y barreras claros y definidos. Además, sus resultados deberían utilizarse para fundamentar y guiar el proceso de formulación e implementación de políticas.

3.4.1. Los mecanismos e instrumentos de democracia participativa y deliberativa pueden ayudar a implementar políticas dirigidas a fortalecer la integridad de la información

Los gobiernos también pueden desarrollar iniciativas de participación para facilitar el compromiso con el público, los profesionales de los medios de comunicación, las plataformas, los académicos y las organizaciones de la sociedad civil en general sobre el fortalecimiento de la integridad de la información y la lucha contra la desinformación y la información errónea. Bien estructuradas, estas iniciativas pueden contribuir a concienciar y a establecer una agenda de políticas, que refleje las prioridades públicas, al tiempo que fomentan la confianza entre las personas, los medios de comunicación y los responsables de la toma de decisiones. En un ámbito como la integridad de la información, en el que el escrutinio público sobre la interferencia del gobierno en el espacio de la información es, con razón, importante, y en un momento de poca confianza en las instituciones públicas (OECD, 2022^[56]), será esencial promover la educación cívica e implicar a los ciudadanos y a las diversas partes interesadas en el diseño de estas políticas.

Las oportunidades de participación y compromiso de los ciudadanos y las partes interesadas solo son posibles en una gobernanza abierta y democrática, y se han multiplicado significativamente en los países de la OCDE y más allá en la última década. De hecho, la Recomendación de la OCDE sobre Gobierno Abierto indica que se debe ofrecer a los ciudadanos «oportunidades iguales y justas de ser informados y consultados y participar activamente en todas las fases del ciclo de políticas públicas», y que «esfuerzos específicos deberán ser realizados para llegar a los grupos más relevantes, vulnerables, menos representados o marginalizados de la sociedad, evitando la influencia indebida y la captación de las políticas públicas (OECD, 2017^[57])». En este sentido, el papel de los ciudadanos se refiere al público en general, más que al sentido más restrictivo de un ciudadano legalmente reconocido de un estado. Promover el papel de los ciudadanos y de la sociedad civil significa que los gobiernos deben crear las condiciones necesarias para una participación equitativa, sostenida y sustantiva de la sociedad civil en la formulación de políticas públicas (Forum on Information and Democracy, 2023^[58]) y que

los países deben garantizar la igualdad de condiciones otorgando a todas las partes interesadas un acceso justo y equitativo al desarrollo y la implementación de políticas públicas (OECD, 2010_[59]).

La democracia representativa, donde las preferencias de los ciudadanos se expresan a través de representantes electos, y la democracia directa, donde los ciudadanos votan sobre temas específicos, son las vías más comunes de participación. Más allá de la representación, la promoción de la participación ciudadana debería prever métodos que ofrezcan al público los plazos, la información y los recursos necesarios para poder debatir y deliberar, poder realizar aportaciones de calidad y desarrollar recomendaciones individuales o colectivas para garantizar una formulación de políticas más abierta. Por ejemplo, las convocatorias públicas de propuestas en línea, las consultas públicas y las mesas redondas son ejemplos de mecanismos participativos. Además, la puesta en marcha de mecanismos eficaces de democracia deliberativa que reúnan a un grupo representativo de personas para debatir cuestiones e integrar una visión «representativa» en los procesos de toma de decisiones podría conducir a mejores resultados políticos, facilitar a los responsables políticos la toma de decisiones difíciles y mejorar la confianza entre los ciudadanos y el gobierno (OECD, 2020_[60]).³

Hasta la fecha, las iniciativas de participación en temas de integridad de la información han sido relativamente limitadas, lo que probablemente refleja la necesidad de seguir fomentando la comprensión en torno a las tendencias, los procesos y la claridad de las posibles respuestas políticas. Sin embargo, aunque la identificación de iniciativas políticas para fortalecer la integridad de la información suele considerarse un asunto técnico, en realidad, estas iniciativas son

comprensibles y de interés para el público general. Además de los académicos y otras partes interesadas, como los medios de comunicación, las organizaciones de la sociedad civil y el sector privado, las consultas públicas pueden ser una herramienta valiosa para orientar y apoyar los esfuerzos para construir la integridad de la información.

En 2020, Irlanda creó la Comisión sobre el Futuro de los Medios de Comunicación como un organismo independiente encargado de realizar un análisis exhaustivo y de amplio alcance de los medios de comunicación audiovisuales, impresos y en línea de Irlanda. En particular, una de las recomendaciones del informe elaborado por esta Comisión fue que el gobierno creara una Estrategia Nacional de Lucha contra la Desinformación (véase Recuadro 3.13), que ilustrara cómo la participación pública puede dirigir las acciones e intervenciones gubernamentales. Un ejemplo similar se puede encontrar en Francia con la organización de los Estados Generales de la Información (*États généraux de l'information*), lanzada a iniciativa del Presidente de la República en julio de 2023 con el objetivo de establecer un diagnóstico de los principales desafíos relacionados con el espacio de la información y proponer acciones concretas desplegadas a nivel nacional, europeo e internacional. El resultado final de este proceso entre el otoño de 2023 y el verano de 2024 será desarrollar un conjunto de propuestas para anticiparse a futuros desarrollos en el espacio de la información. Cinco grupos de trabajo desarrollarán estas propuestas, que integrarán las aportaciones de las asambleas de ciudadanos y los debates organizados presencialmente en Francia, así como mediante una consulta en línea realizada por el Consejo Económico, Social y Medioambiental Francés (CESE).



Recuadro 3.13. La Comisión sobre el Futuro de los Medios de Irlanda

Establecida por el gobierno irlandés en septiembre de 2020, la Comisión sobre el Futuro de los Medios es un organismo independiente que exploró, entre otros temas, cómo los medios de comunicación de Irlanda pueden seguir siendo sostenibles y resilientes en el cumplimiento de los objetivos de servicio público hasta 2030, incluida la garantía de acceso a un periodismo imparcial y de alta calidad.

Publicado en julio de 2022, el Informe de la Comisión sobre el Futuro de los Medios refleja la misión principal de dicha comisión de elaborar recomendaciones sobre la financiación pública sostenible de los medios de comunicación irlandeses y garantizar su viabilidad, independencia y capacidad. En las iniciativas de consulta de la Comisión participaron el público, las organizaciones de medios de comunicación y las partes interesadas del sector, así como los organismos reguladores y los responsables políticos, lo cual contribuyó a facilitar una amplia participación en el proceso de redacción.

El proceso de consulta pública de la Comisión recibió más de 800 presentaciones escritas, mientras que su serie de seis Diálogos Temáticos online contó con la participación de más de 1000 ciudadanos y 50 expertos panelistas en debates y discusiones sobre los temas en cuestión. Además, la Comisión realizó una encuesta exhaustiva para examinar lo que el público consume y valora en términos de contenido de los medios de comunicación y lo que se puede anticipar sobre las tendencias futuras.

El informe contiene 50 recomendaciones, 49 de las cuales fueron adoptadas en principio por el gobierno en el momento de su publicación, lo que demuestra el valor y la relevancia del proceso y de los resultados. En particular, el informe recomendó la creación de una Estrategia Nacional de Lucha contra la Desinformación para abordar la desinformación y mejorar la confianza general en la información y en los medios de comunicación. El informe también señala que el contexto más amplio de los cambios en los modelos de financiación en Irlanda amenaza con centralizar la distribución de la información, haciendo que el panorama mediático sea menos plural, ya que los ingresos por publicidad pasan de las organizaciones de medios de comunicación a las empresas tecnológicas.

Fuente: Gobierno de Irlanda (2022^[61]), Report of the Future of Media Commission, <https://www.gov.ie/pdf/?file=https://assets.gov.ie/229731/2f2be30d-d987-40cd-9cfe-aaa885104bc1.pdf#page=null>.

En 2022, España creó el «Foro contra las Campañas de Desinformación en el ámbito de la Seguridad Nacional», una plataforma de colaboración público-privada para fomentar el debate y la reflexión sobre los riesgos que plantean las campañas de desinformación en el ámbito de la seguridad nacional.

La complejidad de la formulación de políticas en torno a la construcción de la integridad de la información y la necesidad de responder a los desafíos a los que se enfrenta también apuntan al valor de las iniciativas de democracia deliberativa como una herramienta prometedora. Estas se refieren a la «participación directa de los ciudadanos en la toma de decisiones políticas, más allá de la elección de representantes a través de las elecciones». De hecho, cuando se llevan a cabo de manera eficaz, los procesos deliberativos pueden dar lugar a unos mejores resultados políticos,

facilitan a los responsables políticos la adopción de decisiones difíciles y mejoran la confianza entre los ciudadanos y el gobierno (OECD, 2020^[60]).

Por ejemplo, el gobierno canadiense colaboró con organizaciones de la sociedad civil para organizar tres asambleas ciudadanas sobre la Expresión Democrática, en las que participaron 90 canadienses, que en conjunto aportaron 6000 horas de voluntariado para explorar cómo el gobierno debería fortalecer el entorno de la información, en el que los canadienses pueden expresarse libremente. En su informe basado en las asambleas, la Comisión Canadiense sobre la Expresión Democrática recomendó que el gobierno creara un organismo Regulador de Servicios Digitales independiente, con el cometido de establecer normas para el funcionamiento seguro de los servicios digitales y exigir a las plataformas que realicen evaluaciones

periódicas de riesgos. La Comisión también recomendó que el gobierno designara un enviado especial, para servir de enlace a nivel internacional en temas relacionados con la desinformación y fomentar el diálogo con las plataformas de redes sociales, los gobiernos extranjeros y los organismos multilaterales; promover la investigación interdisciplinaria sobre cómo se difunde el contenido; y apoyar los esfuerzos de alfabetización mediática e invertir en periodismo de calidad a nivel nacional, regional y local (Citizens' Assembly on Democratic Expression, 2022^[62]). Además de servir para orientar la formulación de políticas, los procesos deliberativos también ayudan a contrarrestar la polarización y la desinformación, tal y como sugiere la investigación, ya que la deliberación puede ser una forma eficaz de superar las divisiones étnicas, religiosas o ideológicas entre grupos (OECD, 2020^[60]).

3.4.2. La investigación pública sobre la integridad de la información debe tener objetivos claros para orientar eficazmente la formulación e implementación de políticas

El objetivo de la investigación en este ámbito debería ser comprender mejor las condiciones existentes en el entorno de la información, susceptibles de fomentar unas sociedades democráticas sanas y promover la participación activa de los ciudadanos (Wanless and Shapiro, 2022^[41]). Los miembros de la OCDE han respondido a las amenazas a la información, en parte, financiando actividades de investigación para analizar las tendencias, como la susceptibilidad a la

desinformación y la información errónea de los diferentes sectores de la población, los patrones de consumo de contenido y las amenazas que plantean los actores extranjeros, que producen y difunden intencionadamente información falsa y engañosa. Los gobiernos también están apoyando la investigación para desarrollar metodologías que permitan evaluar la eficacia de diversas medidas políticas, tales como campañas de sensibilización e intervenciones regulatorias. Por ejemplo, Luxemburgo financia las actividades de la Universidad de Luxemburgo relacionadas con la realización de encuestas para el European Media Pluralism Monitor y el «Local Media Project for Democracy», en plena conformidad con los principios de libertad académica e independencia científica.

La investigación interna realizada por o para el gobierno puede desempeñar un papel importante en el apoyo a un proceso de formulación de políticas mejor informado, especialmente, si implica el acceso a datos confidenciales, privados o clasificados. Por ejemplo, el Gobierno de Canadá en colaboración con la OCDE y el Gobierno francés, realizó un experimento para investigar las intenciones de los canadienses de compartir diferentes tipos de contenido en las redes sociales, con el fin de comprender mejor a las poblaciones vulnerables y diseñar soluciones políticas innovadoras para mitigar la propagación de información errónea (véase Recuadro 3.14).

Recuadro 3.14. Una colaboración internacional para luchar contra la desinformación con la ciencia del comportamiento

En colaboración con la OCDE y el Gobierno francés, el Gobierno de Canadá puso en marcha un ensayo controlado aleatorio (ECA) integrado en el Estudio Longitudinal de Seguimiento de la COVID-19 (COSMO Canada) para probar formas de reducir la propagación de la desinformación en línea. El estudio analizó el efecto de dos intervenciones políticas basadas en el comportamiento. Ambas intervenciones se basaron en una literatura de investigación en rápido crecimiento y ambas tenían como objetivo mejorar la calidad de las noticias publicadas en línea (es decir, la preferencia por compartir enlaces de noticias, cuya veracidad se puede comprobar, sobre enlaces, cuya falsedad se puede comprobar), dando prioridad a la autonomía de las personas. La primera intervención fue una simple solicitud de evaluación de la precisión, que llamaba la atención de los encuestados sobre la precisión, pidiéndoles que calificaran la precisión de un único titular aleatorio antes de interactuar con titulares al estilo de Facebook en línea. La segunda intervención fue una lista de consejos de alfabetización mediática. Esta colaboración internacional tuvo como resultado:

- En primer lugar, que los datos indican una desconexión entre las creencias de los participantes (N = 1872 participantes) y los comportamientos de intercambio de la información. Las personas califican los

titulares, cuya veracidad se puede comprobar, como significativamente más precisos que los titulares, cuya falsedad se puede comprobar (según lo determinado por verificadores de hechos externos), pero son mucho menos exigentes en sus intenciones de compartir. En otras palabras, las personas comparten titulares de noticias que creen que son falsos o cuestionables.

- En segundo lugar, los resultados experimentales muestran que animar a los participantes con consejos de alfabetización mediática digital reduce más de un 20 % su intención de compartir noticias falsas en línea. Si bien la exposición tanto al simple recordatorio de atención a la precisión como a los consejos de alfabetización mediática digital aumentó significativamente la intención de los participantes de compartir titulares verdaderos en lugar de falsos, la eficacia de la intervención de alfabetización mediática superó con creces la eficacia del recordatorio de la precisión. Los consejos de alfabetización mediática digital tuvieron el mayor impacto en la reducción de la intención de compartir titulares falsos en línea, reduciendo un 21 % la intención de compartir, en comparación con el grupo de control (véase la figura siguiente).

Los hallazgos de este ECA indican que las intervenciones conductuales pueden reducir significativamente las intenciones de compartir titulares de noticias falsas en entornos en línea. Las ideas clave de este informe son las siguientes:

1. Una respuesta política integral a la información errónea y la desinformación debería estar basada, por lo tanto, en una mayor comprensión del comportamiento humano.
2. Al empoderar a los usuarios, la ciencia del comportamiento ofrece herramientas políticas eficaces y escalables, que pueden complementar las políticas a nivel de sistema para responder mejor a la desinformación.
3. La experimentación internacional entre gobiernos es vital para abordar los desafíos de política global y generar respuestas sostenibles a la propagación de la desinformación y la información errónea.

Estos resultados proporcionan un fundamento convincente sobre cómo las intervenciones en línea simples y escalables presentadas a las personas antes de que se impliquen con las noticias pueden mejorar la calidad de la información que circula en línea. Para algunos puede ser sorprendente escuchar que las personas están (a veces) dispuestas a compartir noticias, que creen que son falsas o cuestionables. Este estudio proporciona evidencia de que esto efectivamente sucede, probablemente, debido a la falta de atención a la precisión del contenido de las noticias contenidas en las redes sociales. Aunque se necesita más investigación y análisis para comprender por qué las personas deciden compartir titulares falsos o engañosos en línea, estudios como estos son fundamentales para cuestionar las suposiciones sobre el comportamiento humano y para crear soluciones más efectivas y escalables, basadas en las necesidades de las personas a las que están destinadas, y para señalar áreas para futuras investigaciones, que puedan fortalecer nuestro conocimiento sobre desafíos globales del comportamiento como la desinformación y la información errónea.

Fuente: OCDE (2022^[63]), "Misinformation and disinformation: An international effort using behavioural science to tackle the spread of misinformation", *OECD Public Governance Policy Papers*, No. 21, OECD Publishing, París, <https://doi.org/10.1787/b7709d4f-en>.

Aunque es posible que los gobiernos no difundan públicamente los resultados de dichas investigaciones, pueden desempeñar un papel importante en la construcción de la comprensión del espacio de la información. Por otro lado, la cooperación con investigadores externos para proporcionar resultados públicos facilita a los gobiernos la recepción de diversas perspectivas y de asesoramiento. Así pues, será importante seguir desarrollando asociaciones

transparentes, con buenos recursos y que sirvan a objetivos claros en el futuro.

Por ejemplo, la Iniciativa de Ciudadanía Digital canadiense se centra en ayudar a los canadienses a comprender la desinformación en línea y su impacto en la sociedad canadiense, así como en construir la base de evidencia para identificar posibles acciones y la formulación de políticas futuras en este espacio (véase Recuadro 3.15 y (Government of Canada, 2023^[64])). En

los Países Bajos, el Ministerio de Asuntos de Interior y Relaciones del Reino es uno de los socios que colaboran en el seno de AI, Media and Democracy Lab, una alianza entre la Universidad de Ámsterdam, la Universidad de Ciencias Aplicadas de Ámsterdam y el Instituto de Investigación de Matemáticas e Informática de los

Países Bajos para colaborar con empresas de medios de comunicación e instituciones culturales con el fin de incrementar los conocimientos relacionados con el desarrollo y la aplicación de herramientas generativas de IA (en 2022, el proyecto recibió 2,1 millones de euros).

Recuadro 3.15. La Iniciativa de Ciudadana Digital canadiense

Lanzada por el Gobierno Federal de Canadá, la Iniciativa de Ciudadanía Digital (DCI) financia a organizaciones de la sociedad civil, instituciones educativas e instituciones de investigación para comprender mejor y fortalecer la resistencia contra la desinformación en línea y otros daños relacionados con internet.

Desde su inicio en 2020, el Programa de Contribución Ciudadana Digital de la DCI ha proporcionado más de 21 millones de dólares canadienses en apoyo de 110 proyectos. Estos proyectos incluyen la elaboración y edición de materiales de sensibilización y aprendizaje para el público, los estudiantes y los educadores, así como el apoyo a la investigación para estudiar la creación y difusión de la desinformación en toda Canadá.

Diez convocatorias independientes de propuestas han priorizado cuestiones específicas relacionadas con la desinformación en línea y los daños relacionados con internet. Inmediatamente después de la pandemia de COVID-19, dos convocatorias de propuestas aportaron 3,5 millones de dólares canadienses para ampliar los esfuerzos de las organizaciones que apoyan la capacidad de las personas para identificar y limitar la propagación de la desinformación y la información errónea relacionadas con la salud. Tras la guerra de agresión de Rusia contra Ucrania, una convocatoria específica de 2022 financió iniciativas para ayudar a las personas a identificar la desinformación y la información errónea en línea relacionadas con este tema.

En el Plan Económico de Otoño de noviembre de 2022, el Gobierno de Canadá anunció una inversión ampliada de 31 millones de dólares canadienses para cuatro años. En el periodo 2024-2025, el programa prestará asistencia financiera a las propuestas que:

- desarrollen y publiquen en Canadá herramientas para apoyar las competencias de alfabetización mediática y cívica digital entre las personas ajenas a las instituciones educativas y/o las personas mayores de Canadá;
- desarrollen y publiquen herramientas en Canadá para ayudar a las personas a identificar los contenidos creados y difundidos por bots y/o inteligencia artificial;
- desarrollen y publiquen herramientas para prevenir y abordar la violencia en línea contra las mujeres, las niñas y las comunidades 2SLGBTQI+, así como otras formas de violencia facilitada por la tecnología;
- creen recursos para ayudar a los niños y progenitores de Canadá a abordar y prevenir el ciberacoso;
- desarrollen capacidades técnicas y conocimientos especializados entre las organizaciones de la sociedad civil pequeñas y medianas, que tratan de luchar contra la desinformación y la información errónea, el discurso del odio y el ciberacoso;
- desarrollen y publiquen herramientas para fomentar la resiliencia contra las actividades de desinformación e información errónea de gobiernos extranjeros, dirigidas a personas en Canadá, incluidas las comunidades de la diáspora; y
- realizar investigaciones, pruebas y evaluaciones de herramientas o intervenciones relacionadas con cualquiera de las prioridades anteriores.

Fuente: Gobierno de Canadá (2023^[64]), "Digital Citizen Initiative, <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/services/online-disinformation.html>.

Las instituciones de la Unión Europea también ilustran modelos de toda la sociedad para la financiación a largo plazo de proyectos de investigación relacionados con la lucha contra la desinformación como el ciclo de financiación del programa Horizonte 2020 (European Commission, 2023^[65]). De hecho, la lucha contra la desinformación y la información errónea es una de las principales prioridades de la ronda de financiación actual (2021-2027) del programa «Horizonte Europa». Por ejemplo, el proyecto vera.ai de 7 millones de euros (2022-2025) conecta a 14 organizaciones asociadas, incluida la Unión Europea de Radiodifusión, Deutsche Welle, así como institutos de investigación, universidades, empresas privadas y la agencia de noticias AFP. En conjunto, este consorcio pretende contribuir al desarrollo de soluciones de inteligencia artificial, que puedan ayudar a desenmascarar y neutralizar las técnicas avanzadas de desinformación (VERA.AI, 2023^[66]).

Otro enfoque importante, aunque menos directo, para apoyar la investigación lo ilustra la financiación de la UE al Observatorio Europeo de Medios Digitales (EDMO), que conecta a organizaciones de la sociedad civil y académicos para realizar esfuerzos conjuntos con el fin de reforzar la integridad de la información. La segunda fase del proyecto ha financiado la creación de centros nacionales y multinacionales de investigación sobre medios digitales en toda Europa con 11 millones de euros, a través del Mecanismo «Conectar Europa». Actualmente hay 14 centros regionales de EDMO que cubren los 27 estados miembros de la UE y Noruega. Uno de los aspectos más importantes del trabajo de EDMO son las actividades de investigación centradas en el mapeo de proyectos, así como el apoyo y la coordinación de actividades de investigación sobre desinformación a nivel europeo, incluida la creación y actualización periódica de un repositorio global de artículos científicos revisados por pares sobre la desinformación. De manera similar, Canadá ha realizado una inversión de 4 millones de dólares estadounidenses (5,5 millones dólares canadienses) para crear la Red Canadiense de Investigación de Medios Digitales (CDMRN), que reúne a una serie de instituciones de investigación canadienses para fortalecer aún más la resiliencia de la información de los canadienses investigando cómo la calidad de la información, incluidas las narrativas de desinformación, afecta a las actitudes y comportamientos de los canadienses, y

apoyando estrategias de alfabetización digital de los canadienses.

En el futuro, será necesario comprender mejor el papel y el impacto de los grupos cerrados y los mensajes compartidos en servicios cifrados como WhatsApp. Si bien estas plataformas ofrecen a los usuarios valiosas funciones de privacidad y seguridad, también pueden ser canales importantes para difundir información errónea y desinformación, mientras que su naturaleza privada y encriptada hace que la comprensión de los contenidos difundidos en estos canales sea imposible de analizar (OECD, 2022^[67]). Otro desafío al que se enfrenta el apoyo a la investigación en este ámbito es que las herramientas de investigación, como el software especializado o las interfaces de programación de aplicaciones (API) que se utilizan para facilitar el intercambio de contenidos y datos entre aplicaciones, suelen ser prohibitivamente caras, sobre todo, para los grupos de investigación más pequeños con presupuestos limitados. Además, cada vez es más difícil acceder a los datos de las plataformas de redes sociales.

En respuesta a estos desafíos, la Ley de Servicios Digitales de la Unión Europea (DSA) trata parcialmente la cuestión de la disponibilidad de los datos para los investigadores (como se analiza más detalladamente en el Capítulo II). En concreto, el artículo 40 de la DSA estipula que «los prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño o de motores de búsqueda en línea de muy gran tamaño proporcionarán acceso a los datos en un período razonable, especificado en la solicitud, a investigadores autorizados, que cumplan los requisitos (especificados), con la única finalidad de realizar estudios que contribuyan a la detección, determinación y comprensión de los riesgos sistémicos en la Unión» (European Union, 2022^[6]).

Una cuestión fundamental relacionada con la investigación en este ámbito, es que a menudo existe una desconexión entre la investigación que se realiza y la capacidad de los gobiernos para utilizar las pruebas recopiladas en la elaboración e implementación de políticas. Investigadores y gobiernos han identificado la falta de formatos eficaces de intercambio de información y cooperación entre los actores pertinentes, tanto a nivel nacional como internacional. Con ese fin, el Gobierno francés ha apoyado el Observatorio Internacional de la Información y la Democracia, que se inspira en el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio

Climático (IPCC) para recopilar y sintetizar las investigaciones existentes, con el fin de comprender mejor el espacio de la información y la comunicación (véase Recuadro 3.16).

Recuadro 3.16. El Observatorio Internacional de la Información y la Democracia

El Pacto por la Información y la Democracia se creó en 2019 a instancias de Reporteros Sin Fronteras (RSF) y con el apoyo del Gobierno francés en 2019. En la actualidad, con 52 Estados signatarios, este proceso de gobernanza internacional no vinculante promueve las salvaguardias para el espacio de la información y la comunicación con el fin de garantizar el derecho a la información fiable, piedra angular del discurso democrático y fundamental para las instituciones democráticas. El Foro sobre Información y Democracia es la entidad civil encargada de la aplicación del Pacto, que trabaja para promover cambios en las políticas y amplificar la voz de los ciudadanos y la participación de la ciudadanía en el establecimiento de agendas y el discurso político, y reforzar el ecosistema de la información.

Un proyecto central del Foro es el Observatorio Internacional de la Información y la Democracia, creado para avanzar en una comprensión común de la estructura del espacio de la información y la comunicación, así como de su impacto en la democracia. Al reunir a la comunidad investigadora, la sociedad civil, los Estados, los reguladores y los representantes de las empresas privadas, el Observatorio se inspira en el IPCC, principalmente, en lo que respecta al espacio de la información y la comunicación. De esta manera, el Observatorio facilita la interacción entre los productores de conocimiento y los responsables políticos.

Desde esta perspectiva democrática, el Observatorio recopila y sintetiza la investigación existente y los datos disponibles a través de informes periódicos, que proporcionan a los líderes de la sociedad civil, investigadores, académicos y responsables políticos una evaluación global periódica del espacio de la información y la comunicación, y su impacto en la democracia. El trabajo del Observatorio servirá de base a las iniciativas de la comunidad internacional para fomentar la adopción de medidas reglamentarias y no reglamentarias eficaces y proporcionadas para la protección de los derechos humanos -incluido el derecho a la información fiable- y la democracia en el espacio digital.

Los informes del Observatorio proporcionan una visión sobre la investigación más innovadora disponible. Su objetivo es ayudar a garantizar que las partes interesadas compartan una comprensión común de los impactos críticos, al tiempo que se revelan las lagunas existentes en los datos de investigación y las variaciones importantes entre las distintas regiones. El Observatorio emplea una metodología sólida, que garantiza la inclusión de las perspectivas y la experiencia de la Mayoría Global. Con una estructura de gobernanza liderada por expertos internacionales de la comunidad científica y la sociedad civil, pero que realiza consultas directas con funcionarios públicos y privados, el Observatorio contribuye a la creación de referencias de conocimiento compartidas para ayudar a realinear las políticas regulatorias y garantizar que la tecnología sirva al interés público.

Los informes del Observatorio están dirigidos a gobiernos, responsables políticos, organismos reguladores, ONG, organismos de información pública y empresas tecnológicas, con el objetivo de proporcionar una comprensión común de cómo la estructura actual del espacio de la información y la comunicación está debilitando las democracias en todo el mundo. A su vez, la ambición del Observatorio es contribuir a estimular un diálogo significativo, orientar las decisiones políticas basadas en evidencia y apoyar la investigación innovadora en el campo del espacio de información digital y la democracia. El primer ciclo de trabajo se completará en diciembre de 2024.

Fuente: Entrevista al Foro sobre Información y Democracia realizada en febrero de 2024.

En última instancia, para los responsables políticos puede resultar complicado transformar los resultados de los estudios académicos en políticas prácticas. Esto sugiere que el ciclo de retroalimentación entre investigadores y gobiernos podría mejorarse para determinar qué condiciones dentro del entorno de la información son beneficiosas para la democracia y ayudar a medir el éxito de las intervenciones políticas (Wanless and Shapiro, 2022^[4]).

3.5. CONSIDERACIONES Y EL CAMINO A SEGUIR

El fortalecimiento de la participación y del compromiso con el público, la sociedad civil y los trabajadores de los medios de comunicación será esencial, a medida que los países busquen reforzar la integridad de la información, reforzar la democracia y generar confianza. Para ello, será necesario un enfoque que incluya a toda la sociedad, basado en la protección y la promoción del espacio cívico, la democracia y los derechos humanos, dado el papel fundamental que las personas y los socios no gubernamentales tienen en la promoción de información saludable y los espacios democráticos.

Cabe destacar, en particular, que los ciudadanos y las partes interesadas, a menudo, poseen experiencia, capital humano y cualificaciones relevantes y necesarias, que pueden proporcionar una perspectiva complementaria a la formulación de las políticas gubernamentales y ayudar a identificar y responder a las amenazas de la desinformación. Los actores no gubernamentales también pueden tener un acceso más fácil y una mayor experiencia trabajando con grupos, a los que los gobiernos no pueden llegar tan fácilmente como, por ejemplo, migrantes, diásporas y otros grupos minoritarios, marginados o socialmente excluidos, que pueden verse especialmente afectados por la desinformación dirigida. En la medida en que los actores no gubernamentales sean vistos como fuentes más fiables de información fidedigna que las instituciones gubernamentales, el público también puede ser más receptivo a los proyectos y a otras iniciativas gestionadas por organizaciones de la sociedad civil.

Los gobiernos están avanzando constantemente en este aspecto, estableciendo cada vez más marcos para una participación y una asociación exitosas con el público y los socios no gubernamentales, reconociendo así que los grupos tienen diferentes necesidades. A medida que

los gobiernos desarrollan enfoques multilaterales, deberían guiarse por las siguientes preguntas:

- ¿Cómo se pueden diseñar y llevar a cabo de la mejor manera iniciativas participativas que impliquen a los ciudadanos y las partes interesadas no gubernamentales para desarrollar la comprensión del espacio de la información y desarrollar unas respuestas políticas eficaces?
- ¿Cuáles son los beneficios y los posibles inconvenientes de las asociaciones y de la colaboración con socios no gubernamentales, incluido el sector privado? ¿Cómo se pueden mitigar los inconvenientes o los riesgos para los socios gubernamentales y no gubernamentales?
- ¿Cómo pueden decidir mejor los gobiernos qué iniciativas dirigidas a fortalecer la integridad de la información deben llevarse a cabo en asociación con las organizaciones de la sociedad civil, los medios de comunicación, el mundo académico y el sector privado (no solo las plataformas en línea) y dónde pueden, o más bien deberían, los gobiernos actuar en solitario?
- ¿Cómo se pueden medir los esfuerzos de toda la sociedad diseñados para fortalecer la integridad de la información para rastrear su eficacia y valor?

Para este fin, los gobiernos deberían considerar las siguientes iniciativas para seguir un enfoque aplicable a toda la sociedad destinado a fortalecer la resiliencia social y la participación de los ciudadanos y de las partes interesadas:

- Mejorar la comprensión pública y las competencias para operar en un espacio de la información gratuito, que conduzca al compromiso democrático. Los gobiernos deben garantizar que la alfabetización, la educación y las iniciativas cívicas, mediáticas y de la información digital formen parte de un esfuerzo más amplio para desarrollar la resiliencia social y medir la eficacia de dichas iniciativas. La promoción de la alfabetización mediática e informativa en los planes de estudio escolares, desde la escuela primaria y secundaria hasta la educación superior, el desarrollo de programas de formación para maestros, la realización de evaluaciones de impacto de los programas de

alfabetización mediática e informativa (incluidos los estudios longitudinales), así como el apoyo a la investigación para comprender mejor a los segmentos más vulnerables de la población al riesgo de la desinformación y para orientar mejor los programas sobre medios de comunicación e información deberían ser los pilares fundamentales del conjunto de herramientas de los gobiernos.

- Implementar leyes de acceso a la información y estándares de gobierno abierto, incluidos los datos abiertos de acceso público, para reducir las barreras que dificultan a los periodistas y los ciudadanos el acceso a la información pública y a los funcionarios públicos.
- Desarrollar competencias y trabajar con colaboradores de toda la sociedad (en particular, académicos, organizaciones de la sociedad civil, medios de comunicación y plataformas en línea) para monitorear y evaluar los cambios y los impactos de las políticas en el espacio de la información. Más allá de las mediciones de resultados, los métodos para comprender el impacto de la desinformación y los esfuerzos contra la desinformación también deberían incluir el seguimiento de los cambios en los indicadores generales a lo largo del tiempo como indicadores de comportamiento y susceptibilidad a narrativas de la desinformación y la información errónea.
- Proporcionar unas directrices y unos mecanismos de supervisión claros y transparentes para el compromiso del gobierno con otros actores con el fin de garantizar que cuando los gobiernos se asocien, financien o coordinen o apoyen de otro modo las actividades de los socios no gubernamentales en cuestiones relacionadas con la integridad de la información, no puedan influir indebidamente en el trabajo de estos actores ni restringir la libertad de expresión. Las reglas, exclusiones o decisiones poco claras podrían generar desconfianza en el proceso. Tales directrices y mecanismos de supervisión son especialmente valiosos para evitar la politización real y percibida del compromiso de los gobiernos con los actores no gubernamentales.
- Desarrollar la capacidad de la función de comunicación pública, aún en gran medida infradesarrollada, para desempeñar un papel constructivo en el suministro de información oportuna y en la sensibilización sobre las amenazas, al tiempo que se desarrolla una gobernanza más sólida para su propio funcionamiento, alejada de la información politizada. A corto plazo, la función podría servir como una fuente importante de información, incluso en tiempos de crisis. A largo plazo, el desarrollo de la capacidad de la función para proporcionar a los ciudadanos las competencias necesarias para comprender mejor el entorno de la información, por ejemplo, a través del *prebunking*, podría ser una herramienta importante para la resiliencia social.
- Fortalecer los mecanismos para evitar conflictos de interés reales o sospechosos con respecto a la función de comunicación pública. La gestión transparente, responsable y profesional de la función de comunicación pública podría contribuir a que esta desempeñe un papel importante, al proporcionar información oportuna, que conciencie sobre los desafíos y las amenazas relevantes y que ofrezca una comunicación proactiva, que contribuya a fortalecer la resiliencia de la sociedad frente a la propagación de la desinformación.
- Ampliar la comprensión del espacio de la información mediante el apoyo a las actividades de investigación para comprender mejor las tendencias en los patrones de consumo de información y de contenido, las amenazas y las tácticas utilizadas por los actores extranjeros, que difunden información falsa y engañosa, y las metodologías para evaluar el impacto de las medidas de mitigación de los riesgos. Fortalecer las oportunidades y los mecanismos de investigación para informar el proceso de formulación de políticas.
- Diseñar e implementar unos mecanismos participativos eficaces con los ciudadanos, los periodistas, las plataformas de redes sociales, los académicos y las organizaciones de la sociedad civil para ayudar a establecer prioridades políticas y aclarar las necesidades y oportunidades relacionadas con el fortalecimiento de la integridad de la información. Construir un compromiso democrático más significativo, incluso a través de asambleas ciudadanas deliberativas, en

torno al diseño y la implementación de políticas relacionadas con la integridad de la información contribuirá a esfuerzos más amplios para fortalecer la resiliencia de la democracia.

- Identificar la colaboración del gobierno en materia de integridad de la información con socios no gubernamentales, incluidos los periodistas, los académicos, el sector privado y otras organizaciones no gubernamentales relevantes. Las actividades y los resultados de la participación, incluidos los relacionados con la financiación, los objetivos de la cooperación y el impacto en las decisiones de contenido, deberían ser claramente identificables por el público. Del mismo modo, el público debería poder identificar si una campaña de comunicación, una actividad de alfabetización mediática o un producto de investigación son

financiados o guiados por instituciones gubernamentales.

- Adoptar medidas para asegurar la transparencia de las fuentes de financiación para mitigar los riesgos de que grupos maliciosos obtengan acceso a los datos o puedan manipular el espacio de la información de un país.
- Mitigar el riesgo para el personal gubernamental, los académicos, las organizaciones de la sociedad civil, el sector privado y otros actores implicados en iniciativas de integridad de la información cuando se convierten en objetivos de campañas de desinformación, otras amenazas y acoso. Cuando sea necesario, habilitar las medidas adecuadas para proteger los derechos humanos de las personas afectadas.

REFERENCIAS

- Basol, M. et al. (2021), "Towards psychological herd immunity: Cross-cultural evidence for two prebunking interventions against COVID-19 misinformation", *Big Data & Society*, Vol. 8/1, [34]
<https://doi.org/10.1177/20539517211013868>.
- Be media smart (2023), "Be media smart website", <https://www.bemediasmart.ie/> (accessed on [22]
 15 February 2024).
- Citizens' Assembly on Democratic Expression (2022), , [62]
<https://static1.squarespace.com/static/5f8ee1ed6216f64197dc541b/t/632c7bdb8e8994a793e6256d8/1663859740695/CitizensAssemblyOnDemocraticExpression-PPF-SEP2022-FINAL-REPORT-EN-1.pdf>.
- CLEMI (2023), *Bilan de formation 2021-2022*, <https://www.cleml.fr/fr/bilans-de-formation.html>. [35]
- CLEMI (n.d.), *CLEMI website*, Centre pour l'éducation aux médias et à l'information, [18]
<https://www.cleml.fr/fr/qui-sommes-nous.html> (accessed on 15 February 2024).
- Council of Europe (2016), *Mapping of media literacy practices and actions in EU-28*, [36]
<https://rm.coe.int/media-literacy-mapping-report-en-final-pdf/1680783500>.
- EFCSN (2022), "The European Fact-Checking Standards Network Project", European Fact-Checking [54]
 Standards Network, <https://eufactcheckingproject.com/>.
- European Comission (2023), "Funded projects in the fight against disinformation", [65]
https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/coronavirus-response/fighting-disinformation/funded-projects-fight-against-disinformation_en.

- European Commission (2023), *Guidelines pursuant to Article 33a(3) of the Audiovisual Media Services Directive on the scope of Member States' reports concerning measures for the promotion and development of media literacy skills*, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52023XC0223%2801%29>. [12]
- European Commission (n.d.), "DigComp", https://joint-research-centre.ec.europa.eu/digcomp_en. [41]
- European Union (2022), *Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market For Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act)*, Publications Office of the European Union, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?ur>. [6]
- European Union (2018), *Directive (EU) 2018/1808 of the European Parliament and of the Council of 14 November 2018 amending Directive 2010/13/EU on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the provis*, Publications Office of the European Union, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32018L1808>. [7]
- Faktograf (2023), *Harassment of Fact-checking Media Outlets in Europe*, <https://faktograf.hr/site/wp-content/uploads/2023/03/preliminary-survey-report-final.pdf>. [52]
- Forum on Information and Democracy (2023), *OECD Tackling disinformation: Strengthening democracy through information integrity conference*. [58]
- Forum on Information and Democracy (2023), *Pluralism of news and information in curation and indexing algorithms*, <https://informationdemocracy.org/wp-content/uploads/2023/08/Report-on-Pluralism-Forum-on-ID.pdf>. [14]
- Full Fact (2022), *Full Fact Report 2022: Tackling online misinformation in an open society - what law and regulation should do*, <https://fullfact.org/media/uploads/full-fact-report-2022.pdf>. [55]
- Government of Canada (2023), *Digital Citizen Initiative*, <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/services/online-disinformation.html>. [64]
- Government of Finland (2019), *Media Literacy in Finland: National Media Education Policy*, Ministry of Education and Culture, <https://medialukutaitosuomessa.fi/mediaeducationpolicy.pdf>. [16]
- Government of Ireland (2022), *Report of the Future of Media Commission*, <https://www.gov.ie/pdf/?file=https://assets.gov.ie/229731/2f2be30d-d987-40cd-9cfe-aaa885104bc1.pdf#page=null>. [61]
- Government of Netherlands (2022), *Government-wide strategy for effectively tackling disinformation*, <https://www.government.nl/documents/parliamentary-documents/2022/12/23/government-wide-strategy-for-effectively-tackling-disinformation>. [5]
- Government of New Zealand (2020), *Make summer unstoppable by hitting COVID-19 for six*, <https://www.beehive.govt.nz/release/make-summer-unstoppable-hitting-covid-19-six>. [47]
- Government of Portugal (2017), *Resolução do Conselho de Ministros n.º 142/2023*. [15]
- Government of the UK (2022), *Government Communication Service Propriety Guidance*, <https://gcs.civilservice.gov.uk/publications/propriety-guidance/>. [46]

- Government of the UK (2022), "Help for vulnerable people to spot disinformation and boost online safety", <https://www.gov.uk/government/news/help-for-vulnerable-people-to-spot-disinformation-and-boost-online-safety>. [25]
- Guess, A., J. Nagler and J. Tucker (2019), "Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook", *Science Advances*, Vol. 5/1, <https://doi.org/10.1126/sciadv.aau4586>. [24]
- Hill, J. (2022), "Policy responses to false and misleading digital content: A snapshot of children's media literacy", *OECD Education Working Papers*, No. 275, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/1104143e-en>. [11]
- IFCN (2023), "Commit to transparency — sign up for the International Fact-Checking Network's code of principles", International Fact-Checking Network, <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/>. [53]
- Kalenský, J. and R. Osadchuk (2024), *How Ukraine fights Russian disinformation: Beehive vs mammoth*, <https://www.hybridcoe.fi/wp-content/uploads/2024/01/20240124-Hybrid-CoE-Research-Report-11-How-UKR-fights-RUS-disinfo-WEB.pdf>. [45]
- Latvian State Security Service (n.d.), "Annual reports", <https://vdd.gov.lv/en/useful/annual-reports> (accessed on 15 February 2024). [30]
- Louis-Sidois, C. (2022), "Checking the French Fact-checkers", *SSRN Electronic Journal*, <https://doi.org/10.2139/ssrn.4030887>. [50]
- Maertens, R. et al. (2021), "Long-term effectiveness of inoculation against misinformation: Three longitudinal experiments", *Journal of Experimental Psychology: Applied*, Vol. 27/1, pp. 1-16, <https://doi.org/10.1037/xap0000315>. [33]
- Media Literacy Ireland (n.d.), "What is Media Literacy Ireland?", <https://www.medialiteracyireland.ie/> (accessed on 15 February 2024). [21]
- Media literacy now (2022), *Media Literacy Policy Report 2022*, <https://medialiteracynow.org/policyreport/>. [13]
- Media Literacy Week (2023), "Media Literacy Week celebrates diversity in creating and developing a better media environment for all", <https://mediataitoviikko.fi/in-english/>. [23]
- Morris, K. (2023), *Ofcom's Toolkit for Evaluating Media Literacy Interventions*, Media & Learning Association, <https://media-and-learning.eu/type/featured-articles/ofcoms-toolkit-for-evaluating-media-literacy-interventions/>. [40]
- Neylan, J. et al. (2023), "How to "inoculate" against multimodal misinformation: A conceptual replication of Roozenbeek and van der Linden (2020)", *Scientific Reports*, Vol. 13/1, <https://doi.org/10.1038/s41598-023-43885-2>. [43]
- Norwegian Media Authority (2021), *Critical Media Understanding in the Norwegian Population*, https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/kritisk-medieforstaelse/211214-kmf_hovudrapport_med_engelsk_2021.pdf. [38]
- Norwegian Media Authority (2021), *Stop, think, check: How to expose fake news and misinformation*, <https://www.medietilsynet.no/english/stop-think-check-en/>. [20]
- OECD (2023), *Drivers of Trust in Public Institutions in New Zealand, Building Trust in Public Institutions*, OECD Publishing, <https://doi.org/10.1787/948accf8-en>. [48]

- OECD (2023), "Good practice principles for public communication responses to mis- and disinformation", *OECD Public Governance Policy Papers*, No. 30, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/6d141b44-en>. [28]
- OECD (2023), "What is resilience and how to operationalise it?", OECD, Paris, <https://www.oecd.org/dac/conflict-fragility-resilience/risk-resilience>. [1]
- OECD (2022), *Building Trust and Reinforcing Democracy: Preparing the Ground for Government Action*, OECD Public Governance Reviews, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/76972a4a-en>. [67]
- OECD (2022), *Building Trust to Reinforce Democracy: Main Findings from the 2021 OECD Survey on Drivers of Trust in Public Institutions*, Building Trust in Public Institutions, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/b407f99c-en>. [56]
- OECD (2022), "Misinformation and disinformation: An international effort using behavioural science to tackle the spread of misinformation", *OECD Public Governance Policy Papers*, No. 21, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/b7709d4f-en>. [63]
- OECD (2022), *OECD Guidelines for Citizen Participation Processes*, OECD Public Governance Reviews, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/f765caf6-en>. [68]
- OECD (2022), *The Protection and Promotion of Civic Space: Strengthening Alignment with International Standards and Guidance*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/d234e975-en>. [3]
- OECD (2022), *Trends Shaping Education 2022*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/6ae8771a-en>. [10]
- OECD (2021), *21st-Century Readers: Developing Literacy Skills in a Digital World*, OECD Publishing, <https://doi.org/10.1787/a83d84cb-en>. [2]
- OECD (2021), *OECD Report on Public Communication: The Global Context and the Way Forward*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/22f8031c-en>. [44]
- OECD (2020), *Innovative Citizen Participation and New Democratic Institutions: Catching the Deliberative Wave*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/339306da-en>. [60]
- OECD (2017), "Recommendation of the Council on Open Government", *OECD Legal Instruments*, OECD/LEGAL/0438, OECD, Paris, <https://legalinstruments.oecd.org/en/instruments/OECD-LEGAL-0438>. [57]
- OECD (2010), *Recommendation of the Council on Principles for Transparency and Integrity in Lobbying*, <https://legalinstruments.oecd.org/en/instruments/OECD-LEGAL-0379>. [59]
- OECD (forthcoming), *Unlocking public communication's potential for stronger democracy and increased trust*. [49]
- Ofcom (2023), *A toolkit for evaluating media literacy interventions*, <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research/approach/evaluate/toolkit>. [39]
- Ofcom (2023), *Making Sense of Media*, <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research>. [8]
- Pew Research (2019), *Republicans far more likely than Democrats to say fact-checkers tend to favor one side*, <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/06/27/republicans-far-more-likely-than-democrats-to-say-fact-checkers-tend-to-favor-one-side/>. [51]

- Portuguese Regulatory Authority for the Media (2023), *Media Literacy in Portugal: 1st Report under No. 2 of Article 33.A of the Audiovisual Media Services Directive*, <https://www.erc.pt/en/reports/media-literacy/1st-report-under-n-2-of-article-33-a-of-the-audiovisual-media-services-directive-eu/>. [17]
- Republic of Lithuania (2022), *National Threat Assessment 2022*, State Security Department (VSD)/Defence Intelligence and Security Service under the Ministry of National Defence (AOTD), <https://www.vsd.lt/wp-content/uploads/2022/04/ANGL-el-.pdf>. [31]
- Roozenbeek, J. and S. van der Linden (2021), *Don't Just Debunk, Prebunk: Inoculate Yourself Against Digital Misinformation*, <https://www.spsp.org/news-center/blog/roozenbeek-van-der-linden-resisting-digital-misinformation>. [26]
- Roozenbeek, J. and S. van der Linden (2020), "Breaking Harmony Square: A game that "inoculates" against political misinformation", *Harvard Kennedy School Misinformation Review*, <https://doi.org/10.37016/mr-2020-47>. [42]
- Supo (2022), "Supo Yearbook 2021: Finns must be prepared for influencing efforts from Russia during NATO debate", SUPO Finnish Security and Intelligence Service, <https://supo.fi/en/-/supo-yearbook-2021-finns-must-be-prepared-for-influencing-efforts-from-russia-during-nato-debate>. [29]
- Swedish Security Service (n.d.), "Sweden Security Police Yearbooks", <https://www.sakerhetspolisen.se/om-sakerhetspolisen/publikationer/sakerhetspolisens-arsberattelse.htm> (accessed on 15 February 2024). [32]
- The Dutch Media Literacy Network (n.d.), "About Dutch Media Literacy Network", <https://netwerkmediawijsheid.nl/over-ons/about-dutch-media-literacy-network/> (accessed on 15 February 2024). [19]
- UK Department for Digital, Culture, Media & Sport (2021), *Online media literacy strategy*, <https://www.gov.uk/government/publications/online-media-literacy-strategy>. [37]
- UNESCO (2023), *Media and information literacy*, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, <https://www.unesco.org/en/media-information-literacy#:~:text=Media%20and%20information%20literacy%20empowers,to%20information%2C%20and%20sustainable%20development>. [9]
- Van der Linden, S. (2023), *Foolproof: Why we fall for Misinformation and How to Build Immunity*, 4th Estate. [27]
- VERA.AI (2023), *Project Summary: Facts & Figures*, <https://www.veraai.eu/project-summary> (accessed on 19 October 2023). [66]
- Wanless, A. and J. Shapiro (2022), *A CERN Model for Studying the Information Environment*, <https://carnegieendowment.org/2022/11/17/cern-model-for-studying-information-environment-pub-88408>. [4]

NOTAS

¹ para obtener información adicional, consulte: <https://www.mk.gov.lv/lv/media/14255/download>

² Para obtener información adicional, consulte: <https://www.isdatechtzo.nl/>

³ Para obtener información adicional, consulte OCDE (2022_[68]), *Directrices sobre Participación Ciudadana de la OCDE*.



From:
**Facts not Fakes: Tackling Disinformation,
Strengthening Information Integrity**

Access the complete publication at:

<https://doi.org/10.1787/d909ff7a-en>

Please cite this chapter as:

OECD (2024), “Fomentar la resiliencia social frente a la desinformación”, in *Facts not Fakes: Tackling Disinformation, Strengthening Information Integrity*, OECD Publishing, Paris.

DOI: <https://doi.org/10.1787/bbbdee0b-es>

This document, as well as any data and map included herein, are without prejudice to the status of or sovereignty over any territory, to the delimitation of international frontiers and boundaries and to the name of any territory, city or area. Extracts from publications may be subject to additional disclaimers, which are set out in the complete version of the publication, available at the link provided.

The use of this work, whether digital or print, is governed by the Terms and Conditions to be found at <http://www.oecd.org/termsandconditions>.