



Anti-
RUMQUR

MODULO 2 PREBUNKING Y FACT- CHECKING



Cofinanciado por
la Unión Europea

Financiado por la Unión Europea. No obstante, los puntos de vista y opiniones expresados son exclusivamente los del autor o autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o la Agencia Nacional. Ni la Unión Europea ni la autoridad que concede la subvención pueden ser consideradas responsables de las mismas.

Module 2: Prebunking y Fact-Checking

Tanto el prebunking como el fact-checking son estrategias valiosas para combatir la difusión de la desinformación, que operan de formas distintas pero se complementan eficazmente.

El prebunking consiste en exponer a la gente a información sobre cómo funciona la desinformación antes de que se encuentren con la desinformación en sí. Este método es útil porque funciona como una inoculación psicológica que hace a las personas más resistentes a las tácticas manipuladoras utilizadas en la desinformación. Este enfoque proactivo ayuda a la gente a reconocer y cuestionar las fuentes de información dudosas, promoviendo un cambio de comportamiento que les hace menos propensos a aceptar la información al pie de la letra.

Por otro lado, la comprobación de hechos (o desacreditación) consiste en verificar la veracidad de determinadas afirmaciones o informaciones una vez publicadas o difundidas. El fact-checking es útil porque aborda y corrige directamente las afirmaciones falsas. Este método también responsabiliza a las personas y organizaciones que difunden información falsa, lo que puede evitar la desinformación en el futuro.

Juntos, el prebunking y el fact-checking crean una valiosa defensa contra la desinformación. El prebunking ayuda a prevenir el engaño inicial fomentando el pensamiento crítico, mientras que el fact-checking proporciona correcciones inmediatas. Combinando el enfoque educativo del prebunking con el enfoque reactivo de la comprobación de hechos, las personas pueden reconocer, resistir y combatir la desinformación con mayor eficacia.

2.1 Actividad 1: Input – Prebunking como vacuna contra la desinformación

Tipo: Input

Duración: 15 minutos

Objetivos de aprendizaje Los participantes conocerán las diferentes tácticas de manipulación utilizadas en la desinformación

Materiales/ recursos: Cuadernos y bolígrafos para los participantes. Guión de entrada para el facilitador. Opcional: El facilitador puede preparar una PPT adaptada a la edad y los conocimientos previos del grupo..

El facilitador utiliza la siguiente información para sus aportaciones.

El prebunking es como dotar a tu mente de un conjunto de herramientas para detectar y resistirse a la desinformación antes incluso de que aparezca. Funciona educándote en las tácticas más comunes utilizadas para difundir información falsa. Por ejemplo, si aprendes que la desinformación suele basarse en la manipulación emocional o en falsas figuras de autoridad, serás más escéptico cuando te encuentres con esas tácticas en el mundo real. Al conocer estas estrategias de antemano, es menos probable que te dejes engañar por ellas. Por eso algunos lo llaman «inoculación» contra la desinformación.

Piensa en ello como un refuerzo de tus defensas: te estás entrenando para reconocer las señales de alarma de la desinformación, como titulares sensacionalistas o fuentes dudosas. Así, cuando te encuentres con información engañosa, podrás evaluarla críticamente. Estas son algunas de las tácticas de manipulación más habituales:

Emocionalización:



La emocionalización es una táctica de manipulación para explotar tus sentimientos e influir en tus opiniones. Funciona presentando la información de un modo que desencadena emociones fuertes como la ira, el miedo o la alegría. Cuando estás emocionalmente cargado, es más probable que reacciones rápidamente y compartas la información sin pensar críticamente sobre su exactitud.

Por ejemplo, una pieza de desinformación puede utilizar una historia desgarradora o una imagen impactante para provocar una respuesta emocional inmediata. Esta táctica puede ser especialmente eficaz porque las emociones pueden nublar el juicio, haciéndolo más susceptible de aceptar información falsa como verdadera y más inclinado a compartir e interactuar con el contenido en las redes sociales.

La emocionalización no tiene por qué ser una táctica utilizada únicamente en el texto. Las imágenes que evocan emociones también son una forma frecuente de manipular al público.

Chivos expiatorios:



Utilizar a un chivo expiatorio significa culpar a una persona o grupo de los problemas o acontecimientos negativos. Esta táctica consiste en culpar a una persona o a un grupo concretos y presentarlos como la causa de diversos problemas, aunque no exista una base objetiva para ello. El objetivo es desviar la atención de las causas reales del problema y crear un enemigo común contra el que la gente pueda unirse. A menudo se utiliza para perjudicar o desacreditar deliberadamente a determinados grupos de personas o partidos (por ejemplo, campaña de desprestigio).

Esta manipulación aprovecha los sesgos y prejuicios existentes, facilitando que la gente acepte la falsa narrativa sin cuestionarla. Reconocer esta táctica ayuda a ver a través de los intentos de simplificar cuestiones complejas apuntando injustamente a otros.

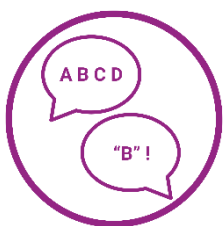
Falsa Autoridad:



Se habla de falsa autoridad cuando alguien intenta parecer experto o entendido en un tema, aunque en realidad no tenga la experiencia o las cualificaciones necesarias. Pueden emplear varias tácticas, como utilizar jerga técnica, mencionar nombres, afirmar estar afiliado a instituciones prestigiosas o destacar su experiencia en áreas que parecen estar relacionadas, pero que en realidad no lo están.

Con estas estrategias, intentan persuadir a los demás para que confíen en sus opiniones o consejos, a pesar de carecer de verdadera autoridad. Reconocer la falsa autoridad te ayuda a ver a través de los intentos de manipular las opiniones basándose en credenciales falsas o en una experiencia injustificada. Se trata de cuestionar si alguien tiene realmente los conocimientos o las cualificaciones para hablar sobre un tema concreto y no dejarse influir por sus falsas afirmaciones.

Descontextualización:



La descontextualización se produce cuando la información se presenta sin su contexto adecuado, lo que conduce a una comprensión o interpretación distorsionada. Esta táctica consiste en resaltar selectivamente ciertos detalles y omitir otros, distorsionando así el sentido o significado global de la información. Al despojarse del contexto, los individuos pueden manipular percepciones, influir en opiniones o reforzar creencias preconcebidas.

La descontextualización se utiliza a menudo para enmarcar las narraciones bajo una luz particular, haciendo hincapié en ciertos aspectos y restando importancia o ignorando otros para servir a un programa o punto de vista específico. Es como ver una pieza de un rompecabezas sin saber dónde encaja, lo que dificulta la comprensión del cuadro completo y puede dar lugar a malentendidos o interpretaciones erróneas.

La descontextualización también puede utilizarse en las imágenes: Las fotografías de acontecimientos se utilizan en un contexto diferente al que se produjeron originalmente. O puede mostrarse una imagen de una sola acción o escena sin mostrar el contexto completo de lo sucedido.

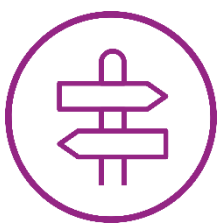
Ad Hominem:



Ad hominem es un término latino (lit. contra lo humano) para un concepto bastante sencillo: atacar a la persona en lugar de su argumento. Es una táctica de manipulación para desacreditar las ideas de alguien criticando su carácter, sus rasgos personales o sus antecedentes, en lugar de abordar su argumento real.

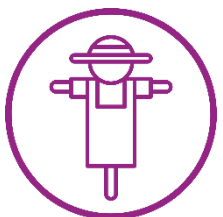
Reconocer los ataques ad hominem te ayuda a ver a través de los intentos de socavar argumentos legítimos atacando a las personas que los presentan. Se trata de centrarse en el contenido real de las discusiones y debates en lugar de desviarse por ataques personales.

Falsa Dicotomía:



Falsa dicotomía es cuando alguien presenta sólo dos opciones como si fueran las únicas posibilidades, ignorando la existencia de otras alternativas. Es como decir que o estás con nosotros o estás contra nosotros, sin dejar espacio para el término medio o los matices. Esto crea una falsa sensación de urgencia y limita el debate a sólo dos opciones extremas, ignorando otras posibles soluciones más equilibradas. Reconocer las falsas dicotomías te ayuda a ver a través de los intentos de simplificar en exceso cuestiones complejas y manipular las opiniones limitando las opciones.

Hombre de paja:



Un hombre de paja es cuando alguien tergiversa el argumento de su oponente para que sea más fácil atacarlo. En lugar de abordar los puntos reales, crean una versión distorsionada de la posición de su oponente y la atacan en su lugar. Argumentan contra algo que el oponente no ha dicho.

Instrucciones de los participantes Escuchar la intervención del facilitador, tomar notas y hacer preguntas si algo no está claro.

Posibles alteraciones: Dependiendo de la edad, los conocimientos y la formación de los participantes, se puede ajustar la aportación. En general, al tratarse de una actividad de tipo conferencia, el facilitador puede llevarla a cabo de la forma que mejor se adapte al grupo. No obstante, debe transmitirse toda la información necesaria para que las actividades siguientes sean viables.

Reflexión: Pregunta a los participantes si tienen alguna duda.

Fuentes bibliográficas:

<https://inoculation.science/inoculation-videos/>

<https://www.klicksafe.de/desinformation-und-meinung/prebunking-schutz-vor-desinformationen>

<https://populismus.online/>

<https://www.zdf.de/show/mai-think-x-die-show/maithink-x-folge-31-populismus-100.html>



2.2 Actividad 2: Encuentra la táctica de manipulación

Tipo: Quiz / Discusión de grupo

Duración: 10 min

Objetivos de aprendizaje: Al comprobar ejemplos concretos y analizarlos, los participantes comprenderán mejor las tácticas de manipulación y estarán mejor preparados para detectarlas en su uso cotidiano de los medios de comunicación.

Mayateriales/ recursos:

Anexo 2;

O bien mostrar las entradas en una pantalla grande (proyector/TV) a través de un ordenador portátil y un archivo PDF/PPT

O preferiblemente Mentimeter Poll (PC + Proyector/TV, un smartphone / tablet por participante)

1. Establezca una encuesta de respuesta múltiple en <http://www.mentimeter.com> (o una plataforma similar).
2. Prepara siete diapositivas y añade las siete tácticas de manipulación como opciones, todas ellas con la pregunta «¿Qué manipulación describe mejor este tuit?»
3. Añada una imagen de publicación por diapositiva (puede que no se muestre de forma ideal en la diapositiva debido al formato, pero los participantes la verán correctamente en sus dispositivos).
4. En la sección «Interactividad», desactiva «Mostrar respuestas en directo».

Instrucciones para el facilitador

Cuando utilices una encuesta menti, comparte el código con el grupo. Muestre el modo «Presentar» de mentimeter.com en la pantalla grande. Pide a los participantes que seleccionen la táctica de manipulación que mejor describa el mensaje que se muestra. Cuando todos hayan votado, pulsa «H» para revelar las respuestas. Comenta brevemente con el grupo por qué han elegido sus respuestas. Varias respuestas pueden ser verdaderas.

Si no utilizas un sondeo de mentiras, muestra los posts uno a uno en una pantalla grande y pregunta a los participantes qué tácticas de manipulación se pueden encontrar en cada uno y por qué piensan así.

Ten en cuenta que todos estos mensajes son falsos. Todos los nombres y textos son inventados. Las imágenes son de archivo.

Some points to bring up:

Lukas Schäfer:

- La respuesta más adecuada: Chivo expiatorio
- Culpa a un grupo concreto de un problema complejo en el que influyen muchos factores diferentes.
- Los nuevos empleados tecnológicos pueden contribuir a un mayor volumen de tráfico, pero no son los únicos responsables del problema..

Thalia Katsaros:

- La respuesta más adecuada: Falsa Dicotomía
- Hablar en dos absolutos: o esto o lo otro
- Las soluciones alternativas podrían ser una opción, por ejemplo, introducir cambios en la reforma
- "sacrificar el futuro de nuestros hijos» también puede contarse como emocionalización

Andrea Christou:

- La respuesta más adecuada: Ad Hominem
- En lugar de argumentar por qué cree que los cálculos de la ministra son erróneos, la ataca a nivel personal

Julienne Dupont:

- La respuesta más adecuada: Falsa Autoridad
- Aunque es doctora en ciencias por una universidad prestigiosa, su licenciatura en física no la convierte en experta en medicina.
- «mejor que cualquier vacuna» también podría contarse como falsa dicotomía: cuando se trata de reforzar el sistema inmunitario en general, hay otras opciones además de las vacunas y la leche de vaca

Frank Tonmann

- La respuesta más adecuada: Emocionalización
- Crea ira y miedo utilizando un lenguaje fuerte como «destruir vidas», «niños inocentes
- «Las empresas jugueteras chinas» también podría considerarse un chivo expiatorio: Se culpa a un grupo concreto de empresas y a una nación.

Maria Bader / Valentina Flores:

- La respuesta más adecuada: Descontextualización
- Valentina sólo cita una parte de la declaración original de Maria Bader, argumentando que Bader está en contra de la transición a las renovables. Sin embargo, Bader sí dijo que «las renovables son el futuro».

Diego García / Elena González:

- La respuesta más adecuada: Straw Man
- Elena argumenta contra algo que Diego no dijo: que hay que ignorar la economía. Tergiversa su afirmación original.
- "extremistas, radicales» también podría contarse como emocionalización

Instrucciones para los participantes:

Abre menti.com en tus dispositivos portátiles. Introduce el código que te da el facilitador. Mira la entrada que aparece en tu dispositivo y elige la táctica de manipulación que creas que mejor describe esta entrada.

Posibles alteraciones:

Los facilitadores también pueden utilizar sus propios ejemplos y crear entradas adicionales. También es posible utilizar capturas de pantalla de entradas o artículos reales.

Reflexión: ¿Cómo puedes aplicar estos conocimientos sobre las tácticas de manipulación en tu uso diario de los medios de comunicación online?

2.3 Actividad 3. Contenido Verificado

Tipo: GrActividad de grupo / Discusión

Duración: 20 min

Objetivos de aprendizaje: Los participantes aprenderán a identificar y verificar la autenticidad de la información y a desarrollar las habilidades de pensamiento crítico necesarias para discernir las fuentes creíbles de la desinformación.

Materiales/ recursos Ordenadores portátiles/tabletas/teléfonos inteligentes con acceso a Internet, Acceso a sitios web y herramientas de verificación de hechos. Artículos preparados de noticias falsas y reales (Anexo 3 o material propio del facilitador), cuaderno y bolígrafo para anotar las conclusiones.

Instrucciones para el facilitador

Divida a los participantes en pequeños grupos de 2-4 miembros.

Haz una breve introducción sobre la importancia de la comprobación de hechos.:

En el mundo actual, nos bombardean constantemente con información de las redes sociales, sitios web de noticias y diversas aplicaciones. Con tanto contenido, puede ser difícil saber qué es verdad y qué no. El prebunking puede ayudarte a prepararte para reconocer la desinformación y a ser más escéptico sobre el contenido que encuentras en Internet.

Sin embargo, a menudo sigue sin ser tan fácil saber por uno mismo si una información es verdadera o falsa. Reconocer las tácticas de manipulación puede ser útil para hacerse una idea de si el contenido es, en general, fiable o manipulador. Si quieres estar completamente seguro de si una información es cierta o no, debes practicar la comprobación de los hechos: Verificar la información con la que te encuentras.

Existen varios sitios web y herramientas que pueden ayudarte a conseguirlo. Utilizaremos un par de ellas en la próxima actividad.

Muestra una diapositiva con herramientas de comprobación de hechos que puedan utilizar para verificar la información. Si lo necesitan, pueden ver un breve tutorial de la caja de herramientas contra el rumor en el que se explica cómo utilizar la herramienta (en inglés con subtítulos en alemán, griego y español).

- Google Fact Check Explorer:
 - <https://toolbox.google.com/factcheck/explorer>
 - Un motor de búsqueda sólo para artículos de fact-check
 - Tutorial Anti-Rumour Toolkit: <https://www.youtube.com/watch?v=ooJig7a8i5M>
- TinEye:
 - <https://tineye.com/>
 - Un motor de búsqueda inversa de imágenes
 - Tutorial Anti-Rumour Toolkit: <https://www.youtube.com/watch?v=RwfgNRD2UmE>
- Google Reverse Image Search:
 - <https://images.google.com/>
 - Un motor de búsqueda inversa de imágenes
 - Tutorial (Insider Tech): <https://www.youtube.com/watch?v=H7IF5SugDZI>

- Sitios web de verificación de datos más destacados de su país
 - Alemania: [dpa Faktencheck](#), [Correctiv Faktencheck](#), [Tagesschau Faktenfinder](#), [AFP Faktencheck](#)
 - España: Maldita, Newtral, Google Fact Check Explorer
 - Grecia: Fact Finders, Greece Fact Check, Greek Hoaxes Detector
 - Chipre: Cyprus Fact Check, AFP Fack Check

Da a los participantes acceso a tres contenidos que deban verificar. Puedes hacerlo dándoles acceso a un documento online (por ejemplo, Google Docs, Word 365) o enviándoles enlaces e imágenes en un chat de grupo en un mensajero de tu elección.

Para elegir ejemplos adecuados y herramientas de comprobación de hechos, recomendamos

- Elige mensajes / artículos / imágenes falsas en la lengua materna de los participantes. Debe ser información falsa para que los participantes se sientan realizados al desmentirla.
- Prueba primero la fiabilidad de cada herramienta para encontrar una solución. ¿Aparece en Google Fact Check Explorer un artículo adecuado con las palabras clave pertinentes? ¿Un motor de búsqueda inversa de imágenes muestra sitios web relevantes que refutan la información? La actividad debe funcionar de la forma más fluida posible para los participantes.
- Si prefieres no utilizar tus propios ejemplos o no tienes mucho tiempo, puedes echar un vistazo a la Lección 1 - Módulo 3 - Actividad 1, Lección 2 - Módulo 3 - Actividad 2 o Lección 2 - Módulo 4. Estas actividades ofrecen varios ejemplos relacionados con cuestiones sociales y medioambientales.

Los participantes disponen de 10 minutos para escribir su primera opinión (verdadero/falso/parcialmente verdadero), comprobar la información y emitir una opinión final (verdadero/falso/parcialmente verdadero) sobre cada uno de los tres artículos/imágenes. Transcurridos 10 minutos, recoja sus conclusiones y discuta cómo han abordado la tarea.

Instrucciones a los participantes:

- Observa los tres artículos y las imágenes. Escribe tu opinión inicial sobre cada uno de ellos. ¿Crees que son reales, falsos o parcialmente ciertos?
- Utiliza uno o varios de los recursos de verificación de hechos que te ha mostrado tu facilitador. Busca artículos de organizaciones de verificación de hechos y utiliza la búsqueda inversa de imágenes para obtener más información sobre las fotos.
- Después de investigar, escribe tu juicio final sobre cada información / foto: ¿real, falsa o parcialmente cierta.
- Tienes 10 minutos para completar esta tarea

Possible alterations:

Los animadores pueden utilizar los artículos y fotos del Anexo 3. Sin embargo, recomendamos encarecidamente que utilicen sus propios ejemplos: Adáptalos al contexto de tu país, busca ejemplos que sean más recientes, encuentra información que sea especialmente relevante para el grupo demográfico de tus participantes.

Debrief: ¿te costó contrastar la información? ¿Fue correcta o no tu opinión inicial?

Fuentes bibliográficas:

Encontrará más información sobre herramientas de comprobación de hechos en el toolkit Anti-Rumour: <http://www.anti-rumour.eu>