

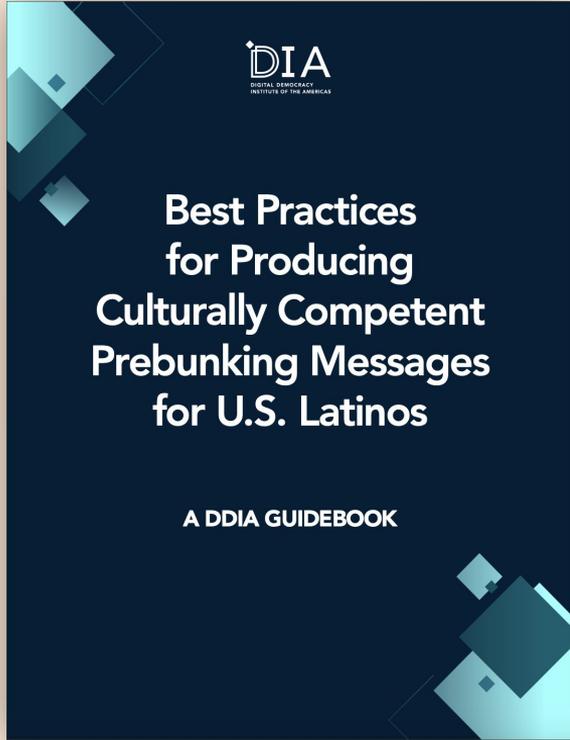
Mejores Prácticas para la Inoculación (Prebunking) contra la Desinformación.



Guía basada en hallazgos de grupos focales, encuestas y experimentos realizados por DDIA en 2024



Tabla de Contenido



¿Qué es Inoculación (Prebunking)? / ¿Por qué Usarla?.....	02
Poniendo en Práctica Esta Guía.....	04
¿Cómo Estructurar la Inoculación? Receta de Tres Pasos.....	05
Lista de Verificación Práctica para la Implementación.....	06
• Antes de Crear Contenido de Inoculación.....	07
• Durante la Producción del Contenido.....	08
• Evaluando la Eficacia.....	10
Casos de Implementación: Tácticas y Narrativas.....	11
Conclusiones Finales: Para Recordar.....	15
¿Necesitas apoyo para implementar estas estrategias?.....	16



Esta guía proporciona recomendaciones basadas en evidencia para ayudar a organizaciones y periodistas a crear contenido de inoculación (prebunking) efectivo.



◆ ¿Qué es Inoculación (Prebunking)?

- El “prebunking,” también conocido como “inoculación,” es una **intervención contra la desinformación** que busca fortalecer la resistencia de las personas ante la influencia o persuasión ilícita. Lo hace **exponiéndolas a formas atenuadas o diluidas de narrativas, argumentos o tácticas de manipulación** antes de que las encuentren en línea.
- Esto es similar al funcionamiento de las vacunas en el cuerpo: la exposición a una forma debilitada de un virus puede ayudar a proteger contra la enfermedad cuando se encuentra con ella en el mundo real más adelante.



◆ ¿Por qué Usar la Inoculación?

- **La inoculación funciona:** En promedio, las audiencias latinas que ven contenido de inoculación son mejores para detectar tácticas manipulativas y menos propensas a compartir publicaciones engañosas.
- **La competencia cultural es clave:** Las intervenciones que incorporan la cultura popular, el humor y mensajeros confiables latinos resuenan de manera más efectiva.
- **Eficacia por subgrupos:** La inoculación (prebunking) no es una solución universal contra la desinformación. Es importante dirigir el contenido de inoculación de manera estratégica. En los experimentos iniciales, las mujeres, las generaciones más jóvenes y los latinos que dominan el inglés respondieron más positivamente a la inoculación. Sin embargo, esta intervención debe dirigirse a la mayoría de los grupos, tanto en inglés como en español, que aún no han caído completamente en la desinformación.



Poniendo en Práctica Esta Guía

Para periodistas:

- Integra estrategias de inoculación (prebunking) en cobertura de noticias y narrativas en redes sociales.
- Educa a las audiencias sobre tácticas manipulativas y metanarrativas de una manera atractiva y neutral.

Para organizaciones:

- Comparte contenido de inoculación (prebunking) para aumentar la conciencia y resistencia contra la desinformación.
- Capacita a líderes locales en la identificación de tácticas y narrativas.

Para creadores de contenido:

- Aplica las mejores prácticas en tono y formato para desarrollar contenido de inoculación (prebunking) creíble y con impacto.
- Usa ejemplos relevantes de la cultura popular que resuenen con las audiencias latinas.



¿Cómo Estructurar la Inoculación? Una Receta de Tres Pasos

1. Advertencia Previa

Informa a las personas que la desinformación existe y que pueden encontrarla.

Ejemplo: "Las cuentas en línea que intentan influir en cómo reaccionas ante algo pueden presentar los temas como 'blanco o negro' para limitar tu pensamiento, cuando la realidad es más compleja."



2. Microdosificación

Introduce brevemente una versión leve de la táctica de manipulación.

Ejemplo: Un video que explica las falsas dicotomías mostrando cómo las publicaciones en redes sociales enmarcan los temas como opciones de "esto o aquello".



3. Refutación

Proporciona un razonamiento claro o contraargumentos basados en hechos para desacreditar la táctica.

Ejemplo: "En realidad, hay múltiples perspectivas sobre este tema (menciónalas), y reducirlo a dos extremos es una estrategia de manipulación."



Lista de Verificación Práctica para la Implementación





◆ Antes de Crear Contenido de Inoculación (Prebunking):

- ❑ **Aclara tu objetivo:** ¿Qué táctica específica de desinformación estás abordando?
- ❑ **Conoce tu audiencia:** ¿A qué subgrupos latinos estás dirigiéndote?
- ❑ **Elige un formato:** ¿Será tu contenido un video corto, un artículo, una publicación en redes sociales o un anuncio de servicio público?



◆ Durante la Producción del Contenido:

- ❑ Respetar la inteligencia de tu audiencia – las personas son escépticas, no ingenuas.
- ❑ Usar un lenguaje sutil, sin sermonear.
- ❑ Utilizar mensajeros neutrales y presentar claramente sus credenciales.
- ❑ Incorporar la cultura y eventos actuales, evitando referencias políticas demasiado agresivas (deja que las personas conecten los ejemplos con la realidad por sí mismas).
- ❑ Sustentar tus argumentos y afirmaciones con evidencia.



◆ Durante la Producción del Contenido:

- ❑ Produce contenido en inglés y español: Evita el Spanglish o los acentos exagerados.
- ❑ Incorpora elementos visuales que ayuden a desglosar ideas complejas o a ilustrar puntos clave que refuercen el mensaje.
- ❑ Incluye subtítulos en los videos y asegúrate de que haya suficiente contraste de color y fuentes legibles en los materiales visuales.



◆ Evaluando la Eficacia:

- ❑ **Monitorea la interacción:** Rastrea compartidos, comentarios y retroalimentación de la audiencia.
- ❑ **Prueba diferentes formatos:** Compara el desempeño entre distintos estilos y mensajeros.
- ❑ **Mantente abierto a ajustar el mensaje** según la respuesta de la audiencia.



Caso de Implementación 1:

◆ DDIA creó contenido de inoculación (prebunking) para abordar las siguientes tácticas de manipulación

- **Falsas Dicotomías:** Opciones de "blanco o negro" que no dejan espacio para los matices.

Ejemplo: “O apoyas esta política, o no te importa tu comunidad.”

- **Lenguaje Emocional:** El contenido manipulador exagera el miedo, la ira o la indignación para provocar reacciones emocionales intensas y reducir el pensamiento crítico.

Ejemplo: “¡Vienen a quitarnos todo!”

- **Ataques Ad Hominem:** En lugar de debatir ideas, la desinformación suele atacar personalmente a individuos o grupos para desacreditarlos.

Ejemplo: “No confíes en esta fuente, son solo marionetas de las élites.”



Caso de Implementación 2:

- ◆ DDIA desarrolló contenido de inoculación (prebunking) para abordar los siguientes temas mediante un enfoque explicativo.



Seguridad Electoral



Votación de No Ciudadanos





Más Videos de Inoculación de la Investigación de DDIA

Videos de Prebunking (Enfocados en Tácticas)

Abordaje 1 (MediaPlus):

- [Lenguaje emocional](#)
- [Ataques Ad-hominem](#)
- [Falsas dicotomias](#)

Abordaje 2 (Cabezahueca Films):

- [Lenguaje emocional](#)
- [Ataques Ad-hominem](#)
- [Falsas dicotomias](#)

Abordaje 3 (Factchequeado)

- [Lenguaje emocional](#)
- [Ataques Ad-hominem](#)
- [Falsas dicotomias](#)

Abordaje Original (Laboratorio de Toma de Decisiones Sociales de la Universidad de Cambridge)

- [Emotional language](#)
- [Ad-hominem attacks](#)
- [False dichotomies](#)

Videos de Prebunking (Enfocados en Narrativas)

¿Los que no son ciudadanos pueden votar? (Non-Citizens Voting)

- [Video completo \(Spanish\)](#)
- [YouTube Short 1](#)
- [YouTube Short 2](#)

¿Son seguras las elecciones en EE.UU.? (Election Security)

- [Video completo \(Spanish\):](#)
- [YouTube Short 1:](#)
- [YouTube Short 2:](#)



- ◆ El contenido de DDIA fue probado en un ensayo controlado aleatorio entre latinos en EE.UU., demostrando que las intervenciones de inoculación fueron efectivas, aunque con distintos niveles de éxito.



Abordar las falsas dicotomías y el lenguaje emocional fue más efectivo que contrarrestar los ataques ad hominem, los cuales resultaron ser más resistentes al cambio.



Conclusiones Finales: Para Recordar

1. **La inoculación (prebunking) es proactiva, no reactiva.** Brinda a las audiencias las herramientas para reconocer la manipulación antes de que ocurra.
2. **La sutileza es clave.** Usa preguntas, narrativas cercanas y humor para guiar a la audiencia hacia el pensamiento crítico.
3. **Quién transmite el mensaje importa.** Utiliza mensajeros neutrales y preséntalos adecuadamente para generar credibilidad y confianza.
4. **La relevancia cultural potencia el impacto.** Las referencias a los valores latinos hacen que la inoculación (prebunking) sea más cercana y efectiva.
5. **Prueba, ajusta e innova.** Pequeños cambios en el tono, los elementos visuales o la plataforma pueden tener un gran impacto en la interacción y efectividad.



◆ ¿Necesitas apoyo para implementar estas estrategias?

Comunícate con DDIA para colaboraciones, recursos adicionales, u oportunidades de capacitación.



Consultas generales y prensa: info@ddia.org

Contacto directo: dnaranjo@ddia.org / Asociada de Programas

Sitio web y recursos: www.ddia.org

 **DIA**

**DIGITAL DEMOCRACY
INSTITUTE OF THE AMERICAS**

