

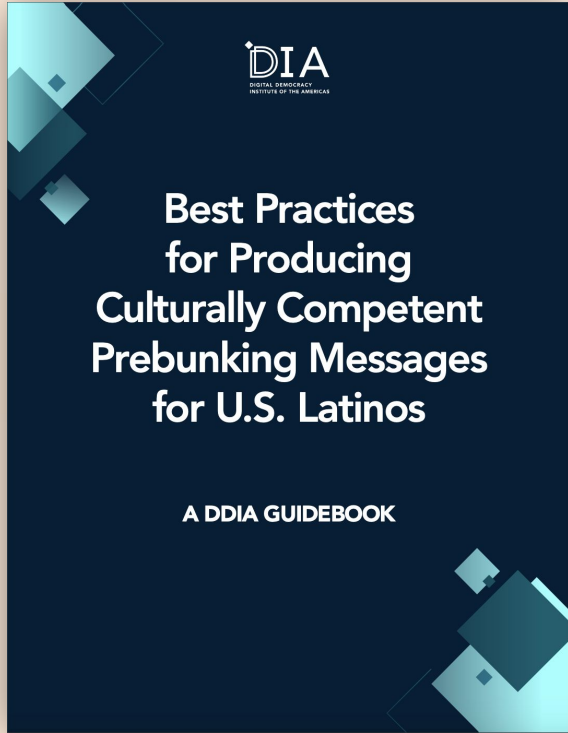
# Mejores Prácticas para la Inoculación (Prebunking) contra la Desinformación.



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.

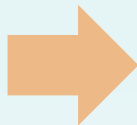


# ¿Cómo Estructurar la Inoculación? Una Receta de Tres Pasos

## 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.**





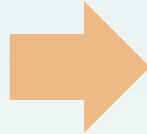
# Conclusiones Finales: Para Recordar

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](mailto:info@ddia.org)

Contacto directo: [dnaranjo@ddia.org](mailto:dnaranjo@ddia.org) / Asociada de Programas

Sitio web y recursos: [www.ddia.org](http://www.ddia.org)

 **DIA**

**DIGITAL DEMOCRACY  
INSTITUTE OF THE AMERICAS**

