



Columnas ESTATALES

11 mayo 2024



Para que cuente,
¡Vota!



Manuel Alejandro Guerrero

@ieem.org.mx

Prevenir, objetivo contra desinformación electoral

Este miércoles 8 de mayo en la Universidad Iberoamericana, presentamos una campaña para prevenir la desinformación electoral elaborada en colaboración con el Instituto Nacional Electoral, a través de su Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica, y el laboratorio participación e innovación social Movilizadorio. Esta campaña, que cuenta con seis cápsulas audiovisuales, está pensada para redes sociales.

El lanzamiento busca ser intensivo desde esta semana y hasta el día de la jornada electoral, el 2 de junio, debido a que, como muestran muchos estudios sobre desinformación en contextos electorales, la información falsa y los rumores tienden a incrementarse en términos de frecuencia y de volumen precisamente en las rectas finales de las campañas y, desde luego, durante los mismos días de votación. En este sentido, gracias a la investigación experimental comparada sobre desinformación en procesos electorales en diferentes países, sabemos que hay ciertas “historias” a las que se recurre con mayor frecuencia —como las de “un gran fraude que se está armando”, “que las boletas no se cuentan”, “que la elección ya está decidida”, o, para el caso de México, “que la tinta del INE se borra”—.

Pero no se trata de una campaña como otras que ya hay, de tipo informativo, acerca de los riesgos de la desinformación. En este caso, algunas de las cápsulas se han elaborado a partir de modelos de psicología social y comunicación que buscan, sobre todo, prevenir la desinformación al ayudar a los públicos a identificar narrativas y técnicas de manipulación a través de una estructura basada en tres pasos.

Primero, en la cápsula se advierte al público que, en el actual contexto electoral, hay que estar muy alerta ante la posibilidad de toparnos con información que pueda resultar falsa, imprecisa o alarmista, ya que podría tener como finalidad manipular nuestras opiniones y emociones en relación con el proceso electoral y sus contendientes. En segundo lugar, se muestra un ejemplo del tipo de información falsa que podríamos en-

contrar, señalando a continuación la técnica utilizada. Y finalmente, se expone brevemente el tipo de falsedad. Por ejemplo, el “falso contexto” (donde se usan imágenes de algo ocurrido en otro lugar u otro tiempo como si fuera actual) o los “contenidos manipulados” (donde se editan imágenes, audios y textos para hacer parecer que alguien dice o hace algo que no sucedió), o los “contenidos fabricados” (donde lo que aparece es creado para engañarnos).

Este tipo de estructura narrativa se conoce como “inoculación”, porque sigue desde luego la analogía de la inmunización médica al postular la posibilidad de generar una cierta resistencia psicológica frente a intentos de persuasión no deseados, de forma semejante a como se gesta la resistencia fisiológica ante agentes patógenos. En algunos de los experimentos realizados, 75 por ciento de las personas que vieron las cápsulas pudieron identificar los patrones de la información falsa, lo cual significa que esta técnica demuestra un alto grado de efectividad.

En nuestros días es inevitable considerar qué tanta credibilidad le otorgamos a la información que consumimos. No podemos olvidar que, de acuerdo con los últimos datos del Reporte de Noticias Digitales del Instituto Reuters (2023), en nuestro país, no sólo el principal consumo de noticias es ya vía online, sino que la credibilidad en la información ha caído de 49, en 2017, a 36 por ciento en 2023. Sin embargo, 48 por ciento de quienes ven noticias online, las comparten. Esto significa que hay muchas personas que, a pesar de que no confían en las noticias que ven, las comparten con sus círculos.

SE COMENTA

Que la lideresa mexiquense tricolor, **Ana Lilia Herrera**, estira un poco más la liga del tema que puede marcar una diferencia en la participación popular rumbo a las elecciones. Señala que en el **Estado de México, 23.28 por ciento de las secciones electorales** están en riesgo de presentar actos de violencia durante la jornada electoral, de acuerdo con un mapeo que presentó la coalición que integran junto con el **PAN, PRD y Nueva Alianza**.

Si bien es un asunto delicado que la dirigente se ocupó de documentar, habría valido la pena que lo contrastara con las cifras de Seguridad estatal, pues el **secretario Andrés Andrade** asegura que ellos no ven puntos de riesgo. ¿Será melón, será sandía?

Que en otro aspecto a tener en consideración, el de los roces entre facciones políticas en campaña, ayer tres personas fueron remitidas al **Ministerio Público de Atizapán de Zaragoza** tras ser sorprendidas desprendiendo material propagandístico del candidato a la reelección **Pedro Rodríguez, de "Fuerza y Corazón por el Edomex"**. Faltan unas semanas para culminar la etapa proselitista y el semáforo comienza a ponerse en amarillo.

Que en **Cuautitlán Izcalli** se cocina un debate entre los aspirantes a la presidencia municipal, encuentro convocado por el gremio periodístico local y que ya se comienza a hacer tradición. Por ahora, la **aspirante** por el **PRI, PAN, PRD y NA, Karla Fiesco**, agradeció la invitación de los convocantes y ha aceptado. Seguramente habrá respuesta positiva de su oponente **Daniel Serrano**, postulado por parte de **Morena, PT y PVEM**, y ambos se estarán preparando. El balón de este ejercicio democrático queda en la cancha del **IEEM**, y pinta para ponerse bueno.

Que a propósito del **Día de las Madres**, en la entidad suman ya más de **4 millones 840 mil mujeres** en ese estatus, de las cuales 48 por ciento están casadas, 23 por ciento viven en unión libre, 10 por ciento son viudas, 9 por ciento están separadas, 7 por ciento informaron estar solteras y el 3 por ciento son divorciadas. Destaca que **solo 179 mil 127** madres pertenecen a alguna de las **cinco etnias originarias**. —