

KIT ANTIBULOS

CÓMO COMBATIR

# BULOS Y DESINFORMACIÓN ONLINE



GIRLS  
GET EQUAL



MALDITA.ES  
PERIODISMO PARA QUE NO TE LA CUELEN

# DESINFORMACIÓN Y BULOS ONLINE

## FICHA 1

# QUÉ ES LA DESINFORMACIÓN

### Pregunta clave: ¿Qué es la desinformación?

#### Objetivos:

- Definir qué es la desinformación y la importancia de reconocerla
- Analizar las distintas motivaciones de la desinformación
- Entender cómo se amplifica la desinformación
- Desarrollar el pensamiento crítico para reconocer la desinformación
- Entender que el acceso a la información de calidad es un derecho democrático fundamental.

### ¿Por qué hablamos tanto de desinformación?

Con la popularización del internet móvil y los smartphones vivimos muchos cambios en el modelo de producción y consumo de información: ahora cualquier persona puede publicar, compartir y producir contenidos de manera fácil y rápida. Además, los medios de comunicación tradicionales vienen sufriendo una crisis de legitimidad en los últimos años. Como resultado, nunca tuvimos tanto acceso a la información pero a la par vivimos bajo el ataque constante de bulos y patrañas. Cada día recibimos contenidos falsos o manipulados que se hacen pasar por «informaciones veraces» y tenemos que aprender a reconocerlos y así poder tomar decisiones informadas. Es necesario redefinir nuestra relación con la información y la tecnología y entender que el acceso a información veraz es un derecho democrático fundamental.

### ¿Por qué se desinforma?

Algunas veces se hace para obtener beneficios económicos, otras por influir en una batalla ideológica o simplemente por pura maldad. En Maldita.es hemos identificado las motivaciones más frecuentes:

- **Interés económico:** Retorno económico a partir de los clics (bulos o titulares engañosos que tienen como objetivo generar ingresos publicitarios). En otras palabras: hacer que accedas a una determinada página generando visitas a la misma y/o visualizando publicidad;

- **Interés ideológico:** tratan de modificar nuestra percepción de la realidad para presentar unos hechos distorsionados que favorecen nuestra predisposición a apoyar una determinada ideología.
- **Interés en crear caos o troleear:** Bulos que no conseguimos identificar/definir que, en apariencia, solo buscan sembrar el caos. Con el tiempo pueden hacer que desconfiemos de todo lo que nos llega de los medios y las fuentes oficiales.

En la infografía se pueden diferenciar 10 personajes habituales en el ecosistema de la desinformación:

## LOS 10 PERSONAJES DE LA DESINFORMACIÓN

La desinformación tiene muchos formatos: webs, capturas de pantalla, audios, videos, etc y detrás de ellos siempre hay personas que los crean, todas ellas tienen distintas intenciones.



**1 GENERADOR DE ODIOS**

Crea mensajes falsos para atacar a grupos específicos como mujeres, población LGBTI+, migrantes o grupos minoritarios. Busca viralizar el odio.



**2 CONSPIRANOICO**

Crea teorías sin pruebas, evidencias científicas o datos contrastados. Ante situaciones de crisis o miedo son consumidas y se viralizan como reales.



**3 IMITADOR**

Imita a un medio de comunicación o se hace pasar por periodista. Quiere que hagas click en su sitio y veas la publicidad por la que recibe dinero o que su mensaje político se viralice.



**4 ESTAFADOR**

Crea contenido falso imitando marcas o aprovechando una crisis para obtener datos o dinero con el engaño.



**5 POLÍTICO**

El poder da credibilidad y algunos políticos aprovechan esa confianza para esparcir sus mentiras e intentar cambiar el debate público.



**6 FAMILIAR**

Las personas confían más en familiares o amigos cercanos. Reenvía bulos o contenidos sin pruebas y el receptor se los cree porque confía en quien lo manda.



**7 FALSO INFILTRADO**

Afirma que tiene información real sobre un lugar donde supuestamente vive o trabaja y pide que confíen en ella porque tiene datos "desde dentro". Lo hace sin pruebas.



**8 BROMISTA**

Crea una broma, pero alguien no la entiende y la comparte a otros como si fuera real: se convierte en un bulo.



**9 CELEBRIDAD**

Su notoriedad le da credibilidad y distribuye bulos o contenidos sin pruebas.



**10 BOT**

Persona contratada para manejar cuentas falsas de redes sociales para difundir desinformación con el fin de influir en el discurso público.



Fuente: elaboración propia

## ¿Cómo se viraliza la información? ¿Conoces tus sesgos cognitivos?

En esta infografía podemos ver un modelo de amplificación de la desinformación:



La razón es enemiga de la desinformación. Para frenar la cadena de desinformación es fundamental **PARAR Y REFLEXIONAR** sobre el contenido antes de compartirlo. Además de las prisas, al leer y compartir mensajes somos víctimas de muchos **SESGOS COGNITIVOS** que tenemos y algunos de ellos nos hacen caer en los bulos. Nuestro cerebro utiliza atajos mentales para simplificar la vida diaria, porque a veces tenemos que tomar decisiones de forma rápida. Estos atajos, que se llaman heurísticos, responden a la necesidad evolutiva de realizar un filtrado selectivo de los estímulos que nos llegan para así liberarnos de la cantidad de procesos mentales que tendríamos que realizar si procesáramos cada vez toda la información sensorial que recibimos. El problema es que esos atajos nos pueden llevar a juicios incorrectos o interpretaciones erróneas: esto son los sesgos cognitivos.

### Actividades:

#### 1. ¿Qué son los sesgos cognitivos?

Busca información sobre qué son los **SESGOS COGNITIVOS**. Elige cinco que estén directamente relacionados a la difusión de la desinformación. Puedes presentar el resultado de tu investigación por escrito o utilizando una infografía, canva o tabla. ¡Fíjate en este de Pictoline!

**PEQUEÑO DICCIONARIO DE SESGOS COGNITIVOS**

SESGOS O PREJUICIOS CON LOS QUE MUCHAS VECES INTERPRETAMOS EL MUNDO (Y EL INTERNET):

- SESGO DE CONFIRMACIÓN**  
ES LA TENDENCIA A DAR MAYOR IMPORTANCIA A LA INFORMACIÓN QUE CONFIRMA TUS PROPIAS CREENCIAS.  
¡AJÁ! ¡LO SABÍA!
- SESGO DE DESEABILIDAD SOCIAL**  
CUANDO DAS UNA RESPUESTA ACEPTADA SOCIALMENTE, EN VEZ DE EXPRESAR LO QUE REALMENTE PIENSAS.  
18096
- SESGO DE CERTEZA**  
LA TENDENCIA A MOSTRAR UN EXCESO DE CONFIANZA Y CREER QUE SIEMPRE TIENES LA RAZÓN.  
YO SÉ CÓMO FUNCIONA...
- SESGO DE PUNTO CIEGO**  
LA PREDISPOSICIÓN A VERTE A TI MISMO CON MENOS SESGOS O PREJUICIOS QUE LOS DEMÁS.  
JAMÁS ME HA... ...PASADO A MÍ

FUENTES: "Information bias in health research: definition, pitfalls, and adjustment methods" **NCBI** | "Guía para luchar contra tu cerebro: los sesgos cognitivos" Verne | "The Certainty Bias: A Potentially Dangerous Mental Flaw" **Scientific American**.

**PICTOLINE**

## 2. Produciendo material informativo sobre la desinformación

Accede a la cuenta de Maldito Bulo en TikTok y busca todos los videos con el hashtag #QueNoTeLaCuelen: <https://bit.ly/3sTmft1>. Elige uno de los videos y haz un dúo o un nuevo vídeo centrado en uno de los siguientes temas:

- La importancia del contexto de una foto y video
- ¿Cómo identificar tuits falsos?
- Manual contra los bulos
- ¿De dónde salen los bulos?

Puedes compartirlo mencionando a @planint\_es con el hashtag #GirlsForReal

### Para saber más (otros recursos)

- ▶ Sesgos cognitivos (ARTÍCULOS)  
<https://bit.ly/32SHQXO> | <https://bit.ly/3tZSSq4>
- ▶ Cómo se crea y difunde la información (VÍDEO - 10')  
[https://youtu.be/d\\_JOG-HkE8w](https://youtu.be/d_JOG-HkE8w)
- ▶ Por qué no debemos hablar de fake news pero de desinformación (VÍDEO - 2'20") <https://youtu.be/0AiA0ufgjbw?t=183>
- ▶ Cómo se viraliza la desinformación (ARTÍCULO)  
<https://bit.ly/3nt3wDA>

## FICHA 2

# CÓMO IDENTIFICAMOS LA DESINFORMACIÓN

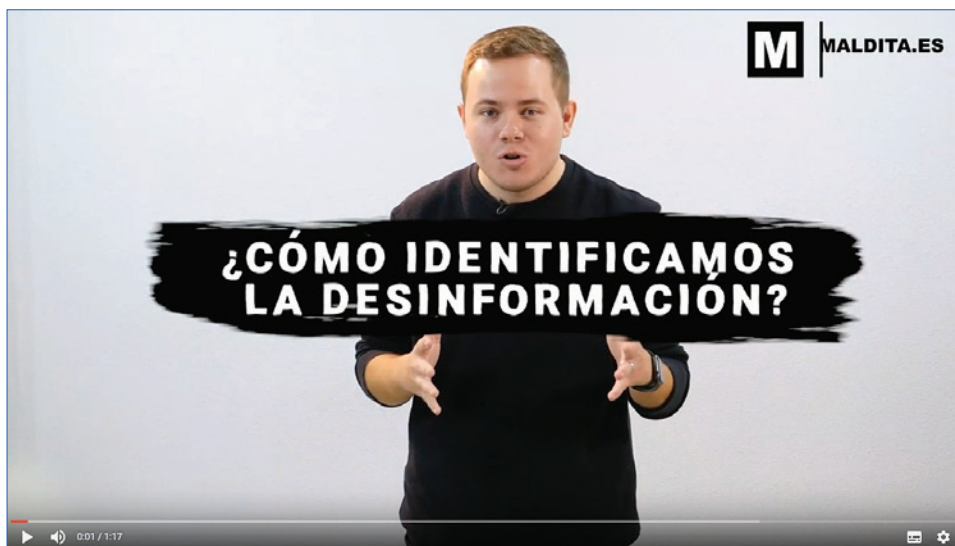
Pregunta clave: ¿Cómo identificamos la desinformación?

### Objetivos:

- Aprender a identificar la desinformación.
- Analizar las distintas motivaciones que hay tras la desinformación
- Identificar los distintos formatos en que podemos encontrarnos con desinformación.
- Desarrollar el pensamiento crítico para poder defendernos de la desinformación.
- Entender que el acceso a la información veraz es un derecho fundamental.

### La desinformación se difunde a la velocidad de la luz

Sabemos que la desinformación se difunde muy rápidamente y lo mejor que podemos hacer es parar, pensar y evaluar muy bien la veracidad de un mensaje que recibamos antes de compartirlo. En este video explicamos cómo podemos hacerlo: [https://drive.google.com/file/d/1SLdIAVSf5m8CGZ8xfR-NYZzezXKpK2Hx\\_/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1SLdIAVSf5m8CGZ8xfR-NYZzezXKpK2Hx_/view?usp=sharing)





### En resumen, analizamos:

1. **El lenguaje:** el lenguaje de los bulos casi siempre va a ser sensacionalista para atraer nuestra atención y para apelar directamente a nuestras emociones (miedo y enfado son las preferidas).
2. **Las evidencias.** La mayoría de bulos nunca aportan ninguna evidencia como pruebas, enlaces o datos concretos.
3. **Las fuentes.** Tampoco esperes que los contenidos falsos te indiquen cuáles son sus fuentes porque o no las hay o no las conoce nadie.

### Formatos de la desinformación

## FORMATOS DE LA DESINFORMACIÓN

La desinformación viene en formatos variados como **memes, cadenas de WhatsApp, imágenes y videos en redes sociales, audios, falsificaciones de Tweets y posts de Facebook, capturas de pantalla...** A veces el bulo se disfraza de noticia copiando el formato de un artículo periodístico o presentándose como un estudio científico. Las capturas de imágenes son muy fáciles de compartir y mueven todo tipo de contenidos. Es fundamental entender que la desinformación puede llegar a través de distintos medios y tener casi cualquier forma.

**M** | **MALDITA.ES**  
PERIODISMO PARA QUE NO TE LA CUELEN

An illustration of a woman with dark hair in a bun, wearing a blue striped tank top and blue pants, looking at her smartphone. She is surrounded by various icons: a red virus particle, a speech bubble with a WhatsApp logo, a Twitter post, a document with a red 'X' over it, a yellow envelope with a red 'X' over it, a red play button, and a document with the word 'BULO' in red. The background is a light blue gradient.

### Consecuencias de la desinformación

Los bulos y la desinformación APELAN A NUESTROS SENTIMIENTOS Y SEGOS intentando llevarnos a actuar de determinada forma por la vía de las pasiones. Los desinformadores utilizan formatos que saben que tienen gran impacto en nuestros sentidos y nuestro recuerdo, aumentando así su capacidad de manipularnos. Tras recibir un bulo y verlo varias veces, puede pasar que nos lo creamos del todo, ya que tenemos más tendencia a creer los contenidos que hemos visto muchas veces.

Si el bulo te llega por varios grupos de WhatsApp, por redes sociales, por la televisión o lo ves en una web, hay más posibilidades de que te lo creas. Incluso puede pasar que se convierta en una «verdad» para mucha gente, como lo que ha ocurrido en algunos países con el movimiento antivacunas. La desinformación está por todas partes y afecta a todos los colectivos. Para parar ese proceso la información verificada y contrastada tiene que estar al alcance de todo el mundo.

## MANUAL PARA LUCHAR CONTRA LOS BULOS

- 1 ¿Quién lo publica?**  
Cuidado si no tiene fuente. Si la tiene ¿conoces la web?
- 2 No te quedes en el titular**  
Manipular titulares es otra forma de desinformar. Lee el texto completo.
- 3 Las citas falsas**  
No te fies de fotos de políticos con supuestas declaraciones sin fuente ni fecha.
- 4 ¿Quizás es humor?**  
¿Demasiado llamativo para ser real? Observa si es una página satírica.
- 5 Alertas en emergencias**  
Cuidado con las cadenas de whatsapp. Si no lo tienes verificado, no lo compartas.
- 6 Contacta con Maldita.es**

+34 644 229 319

@MalditoBulo

facebook/MalditoBulo

**M** MALDITA.ES

## Actividades

1. En esta actividad, asumimos el rol de creadores de desinformación. Escribe un bulo en forma de un pequeño texto en formato periodístico, respondiendo a las 5W del periodismo (quién, qué, cuándo, dónde y por qué) para presentar el suceso de manera sencilla y completa. El tema es libre pero tiene que estar relacionado con un suceso real. La narrativa tiene que ser verosímil y estar escrita de acuerdo con las características más frecuentes de los bulos estudiados. La «noticia» tiene que tener título y, por lo menos, dos párrafos.

Al acabar la tarea, cambia tu bulo con el de un compañero o compañera y analiza las características de su texto que indican que se trata de desinformación. Algunas ideas para abrir el debate:

- ¿Qué deberías observar para comprobar que se trata de un bulo?
- ¿Qué características tiene este contenido que nos indican que puede ser falso?
- ¿Cuál era el objetivo de difundir esta mentira? (Publicidad, troleo, timos, sembrar el caos, interés ideológico u otros)
- ¿Qué pruebas necesitas para confirmar que es un bulo?
- ¿Cómo podrías convencer a tus amigos de que se trata de desinformación?
- ¿Crees que este contenido podría viralizarse dentro de tu instituto?
- ¿Cuál sería el impacto de publicar la historia sin saber si es real o no?
- ¿Qué personas o colectivos serían perjudicados con este bulo?

### La actividad tiene como objetivos:

1. Que se entienda cuáles son las características y objetivos más frecuentes de la desinformación.
2. Que, al elaborar nuestro propio bulo disfrazado de noticia, comprobemos cómo es fácil generar y compartir desinformación.
3. Que seamos capaces de pensar críticamente en las consecuencias sociales que provocan la viralización de los bulos.

## 2. ¿Verdad o bulo? - Juego de mesa

¿Verdad o bulo?: Coronavirus Edition es un juego didáctico para entre 5 y 9 jugadores adultos y jóvenes (mayores de 14 años). Utiliza ejemplos de información y desinformación que han circulado en torno a la COVID-19. Cada partida dura alrededor de 30 minutos.

La dinámica del juego ha sido desarrollada por un grupo de estudiantes de la Universidad de Stanford, con el fin de ofrecer a todo el que quiera un rato divertido, aprendiendo a combatir la desinformación a través de distintos personajes: el verificador, el desinformador, el lector honesto. Para jugar puedes descargarlo en este enlace: <https://bit.ly/3exdb9G>.



### Para saber más (otros recursos)

- ▶ ¿Qué es la desinformación? - (VÍDEO - 5' 20'')  
<https://youtu.be/0AiA0ufgjbw>
- ▶ Cómo se crea y se difunde la desinformación - (VÍDEO 10')  
[https://youtu.be/d\\_JOG-HkE8w](https://youtu.be/d_JOG-HkE8w)
- ▶ Cómo se viraliza una desinformación y cómo la frena el desmentido (ARTÍCULO): <https://bit.ly/3nt3wDA>

# EJERCICIOS

## EJERCICIO 1

# VERIFICAR CITAS HISTÓRICAS

### ¿Dijo Marie Curie esa frase?

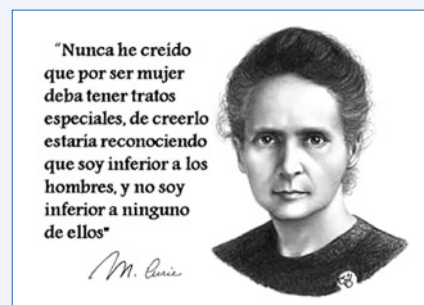
Seguramente te has encontrado con citas llamativas atribuidas a personajes históricos. En muchas de ellas, ¡te la han colado! Te explicamos cómo descubrir si una cita es real o no.

### Pasos a verificar

1. **Una cita correcta siempre incluye el origen de la misma:** dónde fue pronunciada o escrita, en qué año... Si no encuentras ningún tipo de información sobre el origen, puedes empezar a sospechar.
2. **Intenta buscar la fuente original.** Si la cita es real debe estar recogida en alguna publicación de la época. ¿Sólo te aparece en foros o webs que no sabes de dónde salen? Si es así, sigue desconfiando.
3. **Consulta con instituciones especializadas.** Puedes preguntar por la cita a fundaciones o instituciones que custodien el legado de ese personaje histórico. En este caso, preguntamos al Museo Marie Curie perteneciente al Instituto Curie de París, que nos dijo que no reconocían esta cita y la consideraban «dudosa», porque no concuerda con lo que se conoce de la célebre científica.

### ¿Ya has terminado?

Puedes ver las conclusiones en la página 19 ;)



## EJERCICIO 2

# VERIFICAR IMÁGENES

**¿Estas dos mujeres llevan pancartas con mensajes contradictorios sobre los hombres en la misma manifestación?**

En redes sociales circulan muchas fotos llamativas sin fuentes ni autor. Por ejemplo, es extraño que estas dos mujeres que participan juntas en una manifestación lleven pancartas con mensajes contradictorios sobre los hombres. ¿Cómo puedes verificar si la imagen está manipulada?



### Pasos a verificar

1. **Mira bien la foto.** Observar con atención la imagen puede darnos pistas para saber si podemos fiarnos de lo que vemos. Puede aparecer el nombre del fotógrafo que la ha tomado, del medio que la ha publicado o de algún usuario que la ha manipulado. En este caso, vemos que la imagen incluye el hashtag #HilaranTVMx y un logotipo. En Facebook encontramos una página con ese nombre que se define como «podcast irreverente, divertido y lleno de pensamientos locos». Eso nos da una pista de que puede ser una foto manipulada. En su Twitter encontramos que @HilaranTvMx publicó la foto viral el 10 de marzo de 2020.



2. **¿Cuál es el origen de la imagen?** Google, Bing y otros buscadores ofrecen la posibilidad de «búsqueda inversa». Al entrar en el buscador hay que hacer clic en el icono de la cámara y subir la fotografía. Al hacerlo, los buscadores nos devolverán resultados en los que se puede ver la foto que buscamos u otras similares. El buscador TinEye es in-

interesante porque permite ordenar los resultados por fecha y saber cuál es la imagen más antigua que encuentra. En este caso, encontramos varios artículos publicados en El País. En ellos se ve la misma foto pero con otros mensajes que no son contradictorios.



- ▶ Escanea el **código QR** para ver la imagen viral
- ▶ QR TinEye



3. **Compara las fechas.** También es útil comparar las fechas de publicación de la imagen que se está difundiendo. La cuenta de Twitter que publica la foto con los mensajes contradictorios puso el tuit el 10 de marzo de 2020. Sin embargo, en El País apareció publicada el 10 de abril de 2018.

### ¿Ya has terminado?

Puedes ver las conclusiones en la página 19 ;)



## EJERCICIO 3

# COMPROBAR UN VÍDEO

### ¿Esta protesta de mujeres se produjo en Afganistán?

Agosto de 2021. Los talibanes han entrado en Kabul y en Twitter se empieza a difundir un vídeo de una supuesta manifestación de mujeres en Afganistán contra la restricción de sus derechos. Pero, ¿se ha producido realmente allí esa protesta?

► Escanea el código QR para ver el vídeo.



### Pasos a verificar

#### 1. ¿Qué nos dice la búsqueda inversa sobre este vídeo?

Existen herramientas como InVID que sirven para analizar vídeos. Lo mejor es descargarse su extensión, acceder a «Análisis de vídeo» e introducir un link de YouTube, Facebook o Twitter. InVID descompone el vídeo en fotogramas y da la opción de hacer búsquedas inversas de esos fotogramas con Google, Yandex y otros buscadores. En este caso, a través de Google Images encontramos post de Facebook y Twitter que sitúan la protesta en Qom, en Irán, y no en Afganistán.

► Código QR extensión InVID.



2. **Busca por palabras clave.** Ya sabemos que la manifestación puede haberse producido en Qom (Irán). Para encontrar más pistas buscamos en Google con palabras clave como «protesta», «mujeres», «Afganistán» y «Qom» y localizamos varias noticias en persa sobre una manifestación contra los talibanes en Qom el 16 de agosto. Ahora ya sabemos que sí hubo una protesta en esa ciudad iraní en esa fecha. Truco: seguramente no dominas el persa, así que usa un traductor online para hacer las búsquedas.

3. **Fíjate bien en el vídeo.** Aún hay que verificar si el vídeo viral se corresponde con la manifestación de Qom. Lo miramos con atención para encontrar algo que nos ayude a geolocalizarlo y vemos que en la calle hay varias esculturas. Hacemos en Google Images una búsqueda con las palabras clave «bustos», «monumentos», «calle», «qom» (usa otra vez el traductor) y encontramos fotos en las que se ven esas esculturas y el nombre de la calle: Acera de la Revolución.

4. **Busca y compara imágenes.** Localizamos en Internet imágenes de esa calle y comparamos elementos visuales de esas fotos y el vídeo. Por ejemplo, aquí vemos que coinciden los carteles de los comercios, las esculturas y la decoración vegetal.



### ¿Ya has terminado?

Puedes ver las conclusiones en la página 19 ;)

# CONCLUSIONES DE LOS EJERCICIOS



## EJERCICIO 1

Internet está lleno de citas erróneamente atribuidas a personajes históricos. Además es muy típico atribuir citas veraces de unos personajes a otros. Antes de utilizar o compartir una frase de un personaje histórico diciendo que es suya, comprueba si es cierto.

---



## EJERCICIO 2

La fotografía que se ha viralizado para intentar ridiculizar al movimiento feminista está trucada. A veces para comprobar si una imagen está manipulada basta con observarla con cuidado y hacer una sencilla búsqueda inversa. Si en algún sitio ves alguna foto que te resulta extraña, comprueba su origen antes de compartirla o comentarla.

---



## EJERCICIO 3

Muchas veces no hacen falta grandes medios técnicos para verificar una información. En este caso hemos utilizado buscadores sencillos y usamos un traductor para facilitar la búsqueda de un idioma como el persa. Si no se te ocurre cómo encontrar algo, el trabajo en equipo suele funcionar.

---



C/ Pantoja, 10. 28002 Madrid, España.

Atención al Donante: 900 244 000

[Plan-international.es](http://Plan-international.es)

Síguenos en   

