

DESINFORMACIÓN, PROPAGANDA Y MANIPULACIÓN DIGITAL

Cómo reconocerlas antes de compartir y
proteger nuestra capacidad de **pensar y decidir**



Aprender a **mirar** antes de compartir.



PAUSA.



AUTOR.



RASTREA.



AMPLÍA.

LibreSta
El Flautista



RED
MUNDIAL
MULTITALENTO
UN MILLÓN DE ALMAS INTERCONECTADAS



@librestaelflautista
@librestajovenestalentos



www.libresta.org

1. EL PROBLEMA YA NO ES SOLO QUE NOS MIENTAN

Cómo reconocer desinformación, propaganda y manipulación digital antes de compartir.



-  Titular alarmista que elimina el contexto.
-  Video dramático fuera de contexto o antiguo.
-  Gráfica sin fuente o recortada para distorsionar.
-  Audio que dice estar siendo censurado (sin pruebas).
-  Comentarios enfurecidos que alimentan la ira.
-  Imagen aparentemente real que puede ser editada o generada con IA.
-  Cuenta que afirma tener información privilegiada.

 Compartes. Después descubres que el video era **antiguo**, la gráfica estaba **recortada**, la imagen fue **generada con IA** o el titular **eliminó el contexto**.



EL PROBLEMA MODERNO NO ES SOLO VERDAD / MENTIRA



HECHO

Algo verificable, que ocurrió.

•... NO ES ...•



INTERPRETACIÓN

Una lectura posible de los hechos.



INFORMACIÓN

Datos que informan.

•... NO ES ...•



PERSUASIÓN

Contenido diseñado para influir.



EVIDENCIA

Respaldo sólido y verificable.

•... NO ES ...•



APARIENCIA DE EVIDENCIA

Algo que parece prueba, pero no lo es.



ERROR

Un fallo o confusión sin intención.

•... NO ES ...•



DESINFORMACIÓN INTENCIONAL

Contenido falso creado para engañar.



REALIDAD

El mundo tal como es.

•... NO ES ...•



REALIDAD MANIPULADA

Una versión alterada para servir a un interés.



Una información puede contener elementos verdaderos y aun así conducir deliberadamente a una **conclusión engañosa**.



2. PRIMERA DEFENSA:

NO CREAS TODO. PERO TAMPOCO DESCONFÍES DE TODO



LA TRAMPA:
DETECTAR MANIPULACIÓN
PUEDE LLEVAR AL CÍNICISMO TOTAL



Ves propaganda por todas partes.



Descubres que intereses ocultos influyen en los mensajes.



Empiezas a dudar de todo.



Terminas pensando que nada es confiable.



Entonces nada es verdad

LA IDEA CLAVE: BUSCAR EL EQUILIBRIO

CREER TODO

Aceptar sin preguntar.



Te hace vulnerable a la manipulación.



DESCONFIAR DE TODO

Rechazar sin analizar.



Te aísla de la realidad y del aprendizaje.

Descubrir que muchas fuentes pueden manipular no nos hace automáticamente más críticos.

Si ninguna fuente merece confianza, cualquier relato puede ocupar su lugar.



LA PREGUNTA CLAVE:

¿Qué evidencia tengo para creer esto y qué podría hacerme cambiar de opinión?



PARA LLEVAR:

El pensamiento crítico no consiste en desconfiar automáticamente. **Consiste en preguntar.**

3. NO TODO CONTENIDO FALSO ES IGUAL

Existen distintos tipos de contenido problemático.
Entender las diferencias ayuda a responder mejor.



INFORMACIÓN ERRÓNEA

Información incorrecta compartida sin intención de engañar.



Suele ser el resultado de un error, desconocimiento o confusión.



?



Puede corregirse con información verificada.



DESINFORMACIÓN

Contenido falso o engañoso creado o difundido deliberadamente para producir una percepción determinada.



Hay intención de engañar o manipular.



Busca generar una reacción o inducir a creer algo falso.



INFORMACIÓN VERDADERA UTILIZADA DE FORMA ENGAÑOSA

Se toman datos, imágenes o videos reales y se los presenta fuera de contexto o con una narrativa falsa.



EJEMPLO

Un video real de disturbios de hace cinco años presentado como si hubiera sido grabado esta mañana. El video es real; la historia que lo acompaña es falsa.

Publicado hoy:
Caos total en la ciudad esta mañana.



Hace 5 años

Hoy



El contenido real se usa para sostener una historia falsa.



PROPAGANDA

Comunicación diseñada para influir sistemáticamente sobre percepciones, actitudes o comportamientos en favor de determinados intereses.

PUEDE CONTENER:



Hechos verdaderos



Interpretaciones



Selección interesada



Símbolos



Emociones



Omisiones



Información falsa



Su fuerza no depende de que todo sea falso, sino de cómo se combina y se presenta.



Propaganda y mentira no son sinónimos.

MENTIRA

Afirmación falsa presentada como verdadera para hacerte creer algo.

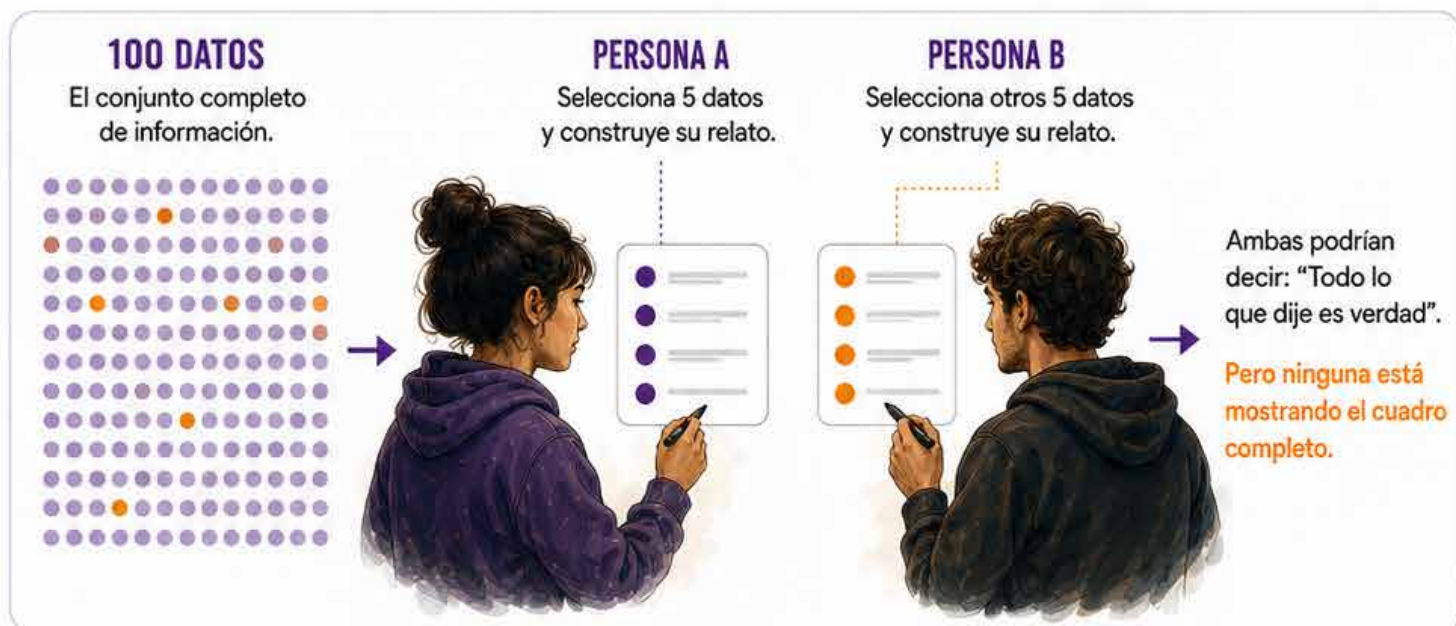


PROPAGANDA

Estrategia más amplia para moldear visiones, lealtades y decisiones.

Reconocer estas diferencias te da poder para analizar, decidir y no ser manipulado.

4. LA MANIPULACIÓN MÁS EFECTIVA NO SIEMPRE INVENTA



MÉTODOS COMUNES DE MANIPULACIÓN INFORMATIVA



SELECCIÓN

Mostrar únicamente aquello que conviene.



OMISIÓN

Dejar fuera información clave para el contexto.



ENCUADRE

Presentar los hechos desde un ángulo específico.



REPETICIÓN

Repetir el mensaje hasta que parezca incuestionable.



ASOCIACIÓN

Vincular algo con ideas, personas o símbolos para generar aprobación o rechazo.



SIMPLIFICACIÓN

Reducir temas complejos a eslóganes fáciles de recordar pero difíciles de cuestionar.

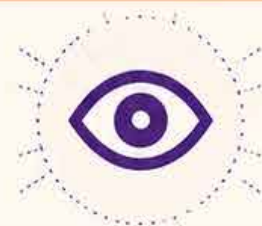


FALSA DICOTOMÍA

Presentar solo dos opciones cuando existen más.



Verificar datos es necesario.
Pero también debemos aprender a ver cómo están siendo presentados.



SI TIENES UN EMPRENDIMIENTO Y QUIERES IMPULSARLO!! HAZ UNA ENTREVISTA CON NOSOTROS. Pregúntanos por DM. @LIBRESTAELFLAUTISTA

5. TU EMOCIÓN ES UNA PUERTA DE ENTRADA



Las emociones no son enemigas de la razón.

El problema aparece cuando alguien consigue que reaccionemos antes de pensar.



INDIGNACIÓN

Injusticias, abuso de poder, corrupción.



MIEDO

Amenazas, peligros, futuro incierto.



BURLA

Ridiculizar, humillar, "no puede ser tan..."



ESPERANZA

Soluciones mágicas, historias inspiradoras.



RECHAZO

"No son como nosotros", exclusión, culpa.



SORPRESA

Noticias impactantes, revelaciones inesperadas.



Cuanto más fuerte sea la emoción que te produce una publicación, **más razones tienes para **comprobarla antes de compartirla**.**



VERIFICA

Respira, investiga, contrasta.



NO REACCIONES

No compartas sin comprobar.



Especialmente si confirma exactamente lo que ya pensabas.

6. EL SESGO QUE MÁS CUESTA VER ES EL PROPIO



Tendemos a buscar, interpretar y recordar información que **confirma lo que ya creemos**.



CUANDO PERJUDICA
A LOS **NUESTROS**

Somos más indulgentes.



INFORMACIÓN NEGATIVA

- ✓ Buscamos explicaciones alternativas.
- ✓ Minimizamos el impacto.
- ✓ Damos el beneficio de la duda.

VS.



CUANDO PERJUDICA
A LOS **OTROS**

Somos más rigurosos.



INFORMACIÓN NEGATIVA

- ✗ Buscamos confirmación adicional.
- ✗ Asumimos intención negativa.
- ✗ Juzgamos con severidad.



Mayor tolerancia a la información que contradice.



Mayor exigencia a la información que contradice.



Aceptamos con mayor facilidad información **compatible con nuestras creencias** y examinamos con mayor dureza aquello que las **contradice**.

AUTOEVALUACIÓN



Si exactamente esta misma información perjudicara al grupo, político, empresa, causa o persona que yo apoyo,
¿le exigiría las mismas pruebas?



Si la respuesta es no,
acabas de detectar un posible sesgo.





RED MUNDIAL
MULTITALENTOS
UN MILLON DE ALMAS INTERCONECTADAS

SÍGUENOS

EN TODAS NUESTRAS REDES



Síguenos en todas las redes sociales como
@librestaelflautista y **@librestaJovenesTalentos**



Conecta con nuestras
historias, talentos
y comunidad.



RED
MUNDIAL
MULTITALENTOS
UN MILLON DE ALMAS INTERCONECTADAS

7. HERRAMIENTA CENTRAL: EL MÉTODO P.A.R.A.

Una rutina simple de 4 pasos para pensar antes de compartir.

P — PAUSA



No compartas todavía.

Rompe la reacción automática.



A — AUTOR



- ¿Quién publica esto?
- ¿Es identificable?
- ¿Tiene conocimiento del tema?
- ¿Es la fuente original o copia a otra?



R — RASTREA



- Busca el origen.
- ¿Dónde apareció primero?
- ¿Existe el documento, declaración, estudio o video completo?



A — AMPLÍA



- Busca otras fuentes independientes.
- ¿Qué información falta?
- ¿Qué contexto cambia la interpretación?



P Pausa → **A** Autor → **R** Rastrea → **A** Amplía



No necesitas convertirte en investigador profesional.
Necesitas evitar convertirte involuntariamente
en el siguiente eslabón de una cadena de desinformación.



8. NO LEAS SOLO EL TITULAR

**ESTUDIO DEMUESTRA QUE
X DUPLICA EL RIESGO.**



**HAZTE ESTAS PREGUNTAS ANTES DE CREER
LO QUE DICE UN TITULAR**



1. ¿Qué estudio?



2. ¿Cuántas personas participaron?



3. ¿Duplicar desde qué riesgo inicial?



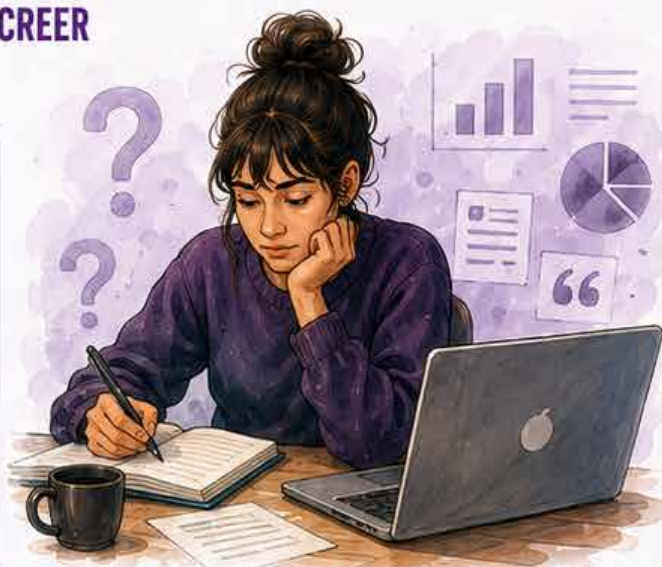
4. ¿Existe relación causal o solamente asociación?



5. ¿Qué dicen los autores?



6. ¿El titular coincide con el estudio?



RIESGO RELATIVO vs. RIESGO ABSOLUTO

RIESGO INICIAL:
1 entre 10.000



De cada 10.000 personas,
1 puede presentar el evento.



**EL RIESGO
RELATIVO**

RIESGO POSTERIOR:
2 entre 10.000



De cada 10.000 personas,
2 pueden presentar el evento.



El riesgo relativo se duplicó, pero
el **riesgo absoluto** cambia nuestra **percepción**.



**Los números sin contexto pueden ser
técnicamente correctos y
comunicativamente engañosos.**



@librestaelflautista



@librestajovenestalentos



www.libresta.org

9. LA PRUEBA DE LA FUENTE ORIGINAL

AFIRMACIÓN COMÚN	¿QUÉ FUENTE ORIGINAL DEBES BUSCAR?
 “Un estudio demuestra...”	 Busca el estudio .
 “El gobierno aprobó...”	 Busca el documento oficial .
 “Esta persona dijo...”	 Busca la entrevista o declaración completa .
 “Las estadísticas muestran...”	 Busca la base o informe original .
 “Los científicos aseguran...”	 Pregunta cuáles .





Acércate siempre a la **evidencia original antes de compartir.**

Cuanto más cerca estés de la fuente, más responsable será tu decisión.



10. ¿CÓMO EVALUAR UNA FUENTE?



1 ¿QUIÉN?

¿Quién publica?

Identifica al autor, la organización o el medio que publica la información.



2 ¿CÓMO LO SABE?

¿Presenta evidencia?

Revisa si ofrece datos, estudios, cifras o referencias que respalden sus afirmaciones.



3 ¿PUEDO COMPROBARLA?

¿Enlaza documentos, datos o fuentes identificables?

Verifica si incluye enlaces o referencias a documentos y fuentes reales.



4 ¿CORRIGE?

¿Existe mecanismo para reconocer errores?

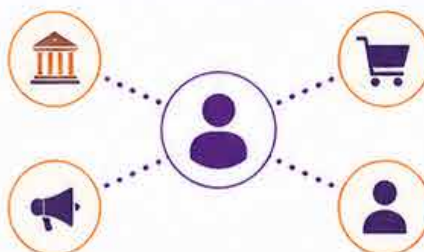
Revisa si corrige información, publica rectificaciones o actualiza sus contenidos.



5 ¿QUÉ INTERÉS PUEDE TENER?

Político, comercial, ideológico, institucional o personal.

Toda fuente tiene intereses. Identificarlos te ayuda a entender su perspectiva.



Tener intereses no invalida automáticamente una fuente.
Pero conocerlos ayuda a interpretar su contenido.

11. TRES FUENTES QUE REPITEN LO MISMO NO SIEMPRE SON TRES FUENTES

Tres publicaciones pueden parecer tres pruebas distintas, pero a veces solo son una misma cadena de origen.



3 PUBLICACIONES
≠ 3 FUENTES INDEPENDIENTES



Tres publicaciones.
Un solo origen.



LA PREGUNTA CLAVE



¿Son fuentes realmente independientes?



¿Todas proceden del mismo punto?



¿Repiten entre sí o aportan evidencia propia?



La cantidad de publicaciones
no sustituye
la diversidad
de evidencia.



Antes de contar cuántas fuentes hay,
identifica cuántos **orígenes reales** existen.



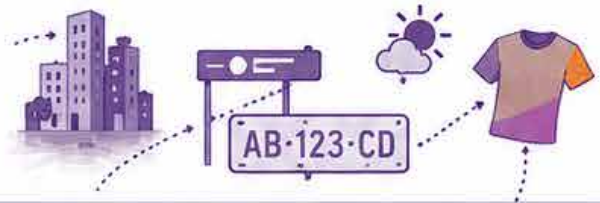
12. CÓMO VERIFICAR UNA IMAGEN

Antes de compartir una fotografía sorprendente, verifica más que su impacto visual.



1 OBSERVA

- Busca carteles, matrículas, arquitectura, clima, ropa, sombras y detalles extraños.



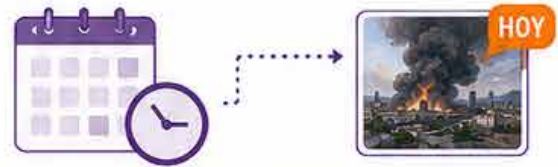
2 BUSCA SU ORIGEN

- Una búsqueda inversa puede mostrar publicaciones anteriores.



3 COMPRUEBA LA FECHA

- Una foto real puede reutilizarse años después con otro relato.



4 BUSCA OTRAS TOMAS

- Un hecho importante suele tener más ángulos o más registros.



5 IDENTIFICA LA FUENTE

- ¿Quién tomó la imagen originalmente?



La pregunta no es solo: ¿esta foto es verdadera?
También es: ¿representa realmente lo que el texto asegura que representa?



13. VIDEO REAL, CONTEXTO FALSO

Ver un video genera sensación de evidencia, pero ver no siempre equivale a comprender.



SI TIENES GRANDES TALENTOS E HISTORIAS DE VIDA INSPIRADORAS, VEN Y CUÉNTALOS CON NOSOTROS. ACCEDE A UNA ENTREVISTA.

Escríbenos por DM instagram @librestaelflautista



CUIDADO:

Un video puede ser real, pero su contexto puede ser falso, engañoso o incompleto.



UN VIDEO PUEDE...



estar recortado.



ser antiguo.



pertenecer a otro país.



haber perdido el audio original.



llevar narración añadida.



mostrar solo unos segundos.



estar manipulado.



BUSCA



VERSIONES MÁS LARGAS

Amplían el contexto y pueden mostrar lo que falta.



PUBLICACIONES ANTERIORES

Ayudan a conocer el origen y evolución del video.



OTROS ÁNGULOS

Diferentes perspectivas pueden cambiar la interpretación.



MEDIOS LOCALES

Pueden confirmar lo ocurrido desde la fuente cercana.



UBICACIÓN

Verifica dónde ocurrió el hecho.



FECHA

Confirma cuándo ocurrió el hecho.



Ver algo no significa necesariamente **comprender** lo que estamos viendo.



LibreSta

El Flautista



RED MUNDIAL
MULTITALENTOS

UN MILLÓN DE ALMAS INTERCONECTADAS

IMPULSA TU EMPRENDIMIENTO

HAZ UNA ENTREVISTA CON NOSOTROS



Si tienes un emprendimiento y
quieres impulsarlo, haz una entrevista con nosotros.

Pregúntanos por DM.



Comparte tu **proyecto**, conecta con
nuevas audiencias y dale **visibilidad**
a tu historia.



Instagram @librestaelflautista

LibreSta

El Flautista



RED
MUNDIAL
MULTITALENTOS

UN MILLÓN DE ALMAS INTERCONECTADAS



14. INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y DEEPFAKES

Hoy es posible generar contenidos sintéticos con niveles crecientes de realismo.

HOY PODEMOS GENERAR



rostros



voces



fotografías



videos



documentos



declaraciones
ficticias



ERROR QUE DEBEMOS EVITAR

“Si no encuentro defectos visuales, entonces es real”



Los típicos 'seis dedos' o pequeños errores visuales **no son** un sistema fiable de verificación.



LA PREGUNTA MÁS IMPORTANTE

¿De dónde viene este contenido?



Busca procedencia



fuelle original



contexto



confirmación independiente



En la era de la IA, la procedencia puede ser **más importante** que la **apariencia**.



16. CUANDO MILES DE PERSONAS PARECEN ESTAR DE ACUERDO

Muchos comentarios en la misma dirección no equivalen automáticamente a una mayoría social.



PUEDES PENSAR



“Todo el mundo piensa esto.”

VS.



PERO PUEDE HABER



cuentas automatizadas



campañas coordinadas



grupos movilizados



cuentas duplicadas



comunidades altamente concentradas



Quienes comentan no representan necesariamente a toda la sociedad.



Las redes sociales no son una **encuesta científica.**



Una tendencia digital tampoco equivale automáticamente a una **mayoría social.**

17. CÁMARAS DE ECO: CUANDO EL MUNDO EMPIEZA A PARECERSE DEMASIADO A NOSOTROS

Seguimos personas parecidas, interactuamos con ciertos contenidos y las plataformas aprenden.



No para creerlos a todos.
Para compararlos.



Cuando todo lo que vemos se parece demasiado a nosotros, **aumenta el riesgo de perder contexto.**



18. EL ALGORITMO NO NECESITA TENER IDEOLOGÍA PARA INFLUIR

Un sistema de recomendación puede influir en nuestra percepción aunque solo optimice resultados de interacción.



UN SISTEMA PUEDE OPTIMIZAR



tiempo de permanencia



interacción



clics



reproducciones



conversiones



Si ciertos contenidos generan **más interacción**



obtienen **mayor distribución**



pueden favorecer mensajes **polémicos, indignantes, sorprendentes y polarizantes.**



No necesariamente porque alguien decidió: 'quiero que la sociedad piense esto'.

También puede ocurrir porque el sistema aprendió: **'esto hace que la gente siga mirando'.**



Aunque no tenga ideología, el resultado también **puede modificar nuestra percepción del mundo.**



19. PROPAGANDA:

APRENDE A RECONOCER LA ESTRUCTURA

La propaganda no depende solo de mentiras.
También usa estructuras repetidas para influir.



1. EL ENEMIGO SIMPLE

Señalan a una persona o grupo como la causa de todos los problemas.



2. NOSOTROS CONTRA ELLOS

Dividen al mundo en dos bandos para generar lealtad y rechazo.



3. EL SALVADOR

Presentan a un líder, partido o idea como la única solución.



7. DESHUMANIZACIÓN

Quitar humanidad al otro facilita justificar ataques o violencia.



8. FALSA UNANIMIDAD

Simulan que "todos piensan igual" para silenciar dudas.



4. REPETICIÓN

Reiteran el mensaje una y otra vez para parecer verdad.



5. MIEDO

Usan amenazas reales o exageradas para provocar ansiedad.



6. IDENTIDAD

Apelan a símbolos, valores o tradiciones para generar pertenencia.



9. URGENCIA

Presionan para que decidas rápido y no tengas tiempo de pensar ni verificar.



Quando veas varios elementos juntos,
reduce velocidad y **aumenta verificación**.



20. UNA TÉCNICA ESPECIALMENTE PELIGROSA: DESHUMANIZAR

Los conflictos pueden convertir personas en etiquetas para reducir empatía y justificar abusos.



EJEMPLOS EN EL DISCURSO PÚBLICO Y POLÍTICO

“PLAGA”

• “TRAIDORES”

• “ANIMALES”

• “ENEMIGOS”

• “PARÁSITOS”



La deshumanización reduce nuestra capacidad de empatizar y puede facilitar la aceptación de abusos que rechazaríamos contra personas percibidas como semejantes.



CIUDADANÍA CRÍTICA

Podemos discutir con dureza ideas, decisiones y responsabilidades sin dejar de reconocer la dignidad de las personas.



Detecta cuándo el lenguaje intenta convertir a grupos humanos en algo que supuestamente ya no merece derechos, escucha o protección.



21. EL ENGAÑO TAMBIÉN PUEDE SER COMERCIAL

La manipulación no ocurre únicamente durante elecciones.

También puede afectar decisiones de compra y protegernos de perder dinero.



1. FALSOS TESTIMONIOS

"Esto cambió mi vida."



2. ESCASEZ ARTIFICIAL

"Solo quedan dos."



3. AUTORIDAD FALSA

"Los expertos recomiendan..."



4. RESULTADOS EXTRAORDINARIOS

"Gana 10.000 en una semana."



5. PUBLICIDAD DISFRAZADA

Contenido aparentemente espontáneo que en realidad es patrocinado.



6. ESTAFAS DE SUPLANTACIÓN

Personas o empresas falsas que imitan organizaciones conocidas.



La alfabetización mediática también **protege nuestro dinero.**



22. CIENCIA: UNA SOLA INVESTIGACIÓN RARA VEZ CIERRA UN DEBATE

Cuando leas: "La ciencia demuestra definitivamente...", pregunta más y mejor.



¿Qué investigación?



¿Qué metodología?



¿Qué tamaño de muestra?



¿Ha sido replicada?



¿Qué dice el conjunto de evidencia?



La ciencia funciona acumulando, contrastando y revisando conocimiento.



ACUMULA
Se generan nuevos datos.



CONTRASTA
Se comparan evidencias.



REVIS
Se corrigen ideas y conclusiones.



No conviertas un estudio aislado en una **verdad universal solo porque confirma tu posición.**



23. EL PROTOCOLO DE LOS 60 SEGUNDOS

No siempre tendrás media hora para verificar algo. Utiliza esta versión rápida.

1	 0-10 SEGUNDOS	¿Qué emoción me produce?	
2	 10-20	¿Quién lo publica?	
3	 20-30	¿Cuál es la fuente original?	
4	 30-40	¿De qué fecha es?	
5	 40-50	¿Otra fuente independiente lo confirma?	
6	 50-60	¿Tengo suficiente evidencia para compartirlo?	



Si la respuesta final es no,
no pasa absolutamente nada por no compartir.



24. PROTOCOLO PARA INFORMACIÓN DE ALTO IMPACTO

Cuanto mayores sean las consecuencias, mayor debe ser el estándar.

EJEMPLOS DE TEMAS DE ALTO IMPACTO

								
emergencias	salud	violencia	acusaciones contra personas	elecciones	conflictos	seguridad	inversiones	acontecimientos potencialmente peligrosos

1		FUENTE PRIMARIA	¿Existe?
2		CONFIRMACIÓN INDEPENDIENTE	¿Quién más lo confirma?
3		CONTEXTO	¿Qué falta?
4		FECHA	¿Es actual?
5		EVIDENCIA	¿Puedo verla?
6		CONSECUENCIA	¿Qué podría ocurrir si esto es falso y lo comparto?



Cuando el riesgo sube,
también debe subir tu nivel de verificación.



25. EJERCICIO: DESMONTA UNA PUBLICACIÓN

Escoge una publicación viral, incluso si estás de acuerdo con ella, y desármala paso a paso.

 AFIRMACIÓN PRINCIPAL	 FUENTE
 FUENTE ORIGINAL	 EVIDENCIA
 FECHA	 CONTEXTO OMITIDO
 EMOCIÓN QUE INTENTA ACTIVAR	 OTRAS FUENTES
 CONCLUSIÓN	

CLASIFICACIÓN:
☐  Confirmada
 ☐  Parcialmente correcta
 ☐  Engañosa
 ☐  No verificable con la información disponible
 ☐  Falsa



Haz este ejercicio varias veces y empezarás a realizar parte del proceso automáticamente.

26. CREA TU DIETA INFORMATIVA

Una buena dieta informativa no consiste en encontrar un solo medio y consumir solamente ese. Construye diversidad.

 FUENTES PRIMARIAS Documentos, estadísticas, investigaciones, declaraciones completas.	 PERIODISMO Más de una línea editorial.	 ESPECIALISTAS Personas con conocimiento demostrable del tema.	 VERIFICADORES Para contenidos dudosos.	 INFORMACIÓN LOCAL Para acontecimientos territoriales.	 FUENTES INTERNACIONALES Para comparar encuadres.
--	---	--	---	--	---



Periódicamente, lee argumentos serios con los que no estás de acuerdo.
No para cambiar necesariamente de opinión, sino para comprobar si entiendes la posición contraria.



Suscríbete y síguenos en redes para conocer más !



@librestaelflautista

@librestajovenestalentos



www.libresta.org



El Flautista



RED MUNDIAL
MULTITALENTOS
UN MILLON DE ALMAS INTERCONECTADAS

TUS TALENTOS Y TU HISTORIA IMPORTAN

VEN Y CUÉNTALOS CON NOSOTROS



Si tienes grandes talentos
e historias de vida
inspiradoras, **ven y
cuéntalos con nosotros.**



Accede a una entrevista.
Escríbenos por DM



Instagram **@librestaelflautista**



El Flautista



RED
MUNDIAL
MULTITALENTOS
UN MILLON DE ALMAS INTERCONECTADAS

27. SI TE EQUIVOCASTE, CORRIGE

Compartiste algo falso. ¿Qué haces?



No lo borres silenciosamente
si ya tuvo difusión importante.



Corregirse no destruye credibilidad.
Pretender no equivocarse puede hacerlo.



28. PARA MEDIOS, COLECTIVOS Y ORGANIZACIONES: PROTOCOLO DE PUBLICACIÓN

Antes de publicar información sensible, define reglas claras.

	RESPONSABLE	¿Quién verifica?	☒
	FUENTES	¿Cuántas necesitamos?	☒
	DOCUMENTACIÓN	¿Dónde se conserva?	☒
	CONFLICTOS DE INTERÉS	¿Existen?	☒
	DERECHO DE RESPUESTA	¿Corresponde solicitarlo?	☒
	CORRECCIONES	¿Cómo se harán?	☒
	IA	¿Cómo se identificará o verificará contenido sintético?	☒

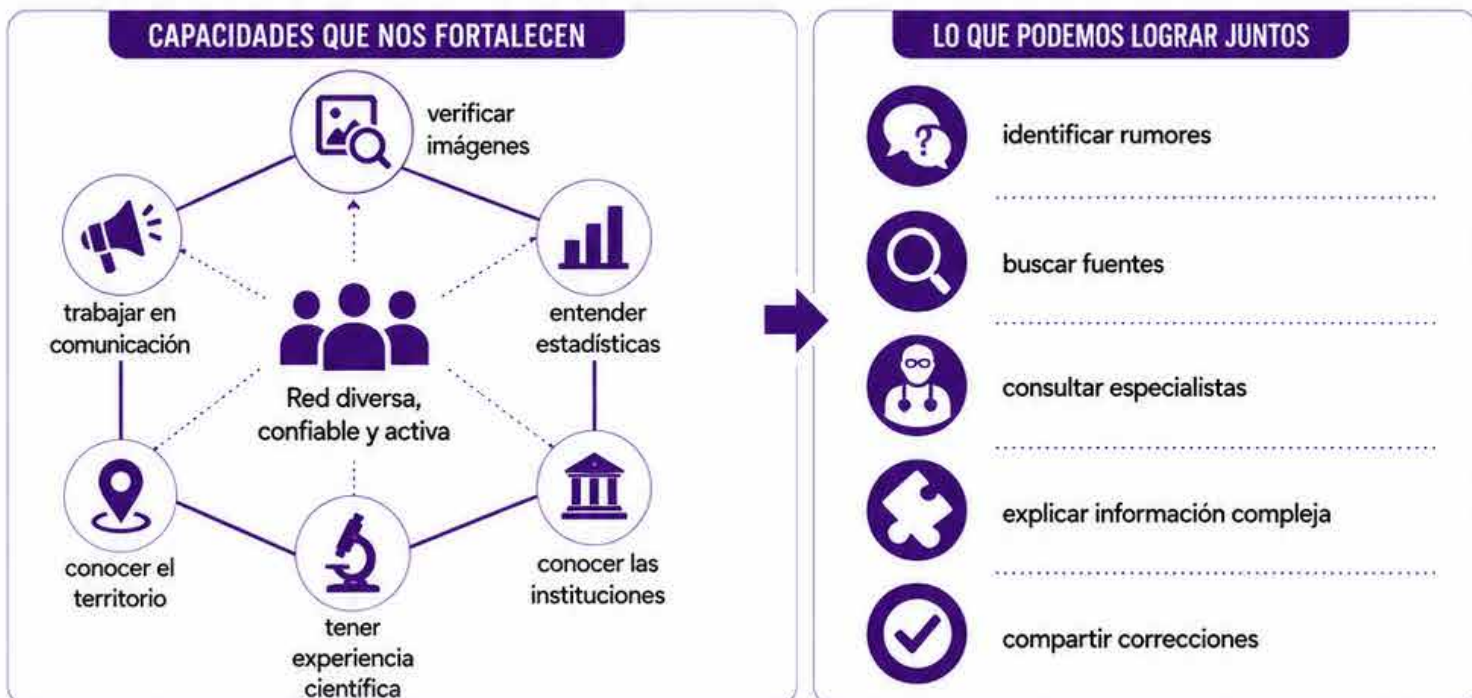


Crear protocolos antes del error
es mucho más sencillo que inventarlos
durante una crisis.



29. UNA COMUNIDAD TAMBIÉN PUEDE DEFENDERSE DE LA DESINFORMACIÓN

La alfabetización mediática no tiene por qué ser solo individual. También puede convertirse en una capacidad compartida.



Juntas y juntos formamos **inteligencia colectiva**: saberes, experiencias y recursos al servicio del bien común.



Eso es construir una **infraestructura comunitaria** para proteger la verdad y fortalecer la democracia.

30. CHECKLIST ANTES DE COMPARTIR

Antes de pulsar compartir, haz una pausa crítica.

🔍	1	¿Leí más que el titular?	Sí	NO
🔍	2	¿Sé quién lo publica?	Sí	NO
🔍	3	¿Conozco la fuente original?	Sí	NO
🔍	4	¿La fecha corresponde?	Sí	NO
🔍	5	¿Existe evidencia verificable?	Sí	NO
🔍	6	¿Busqué otra fuente independiente?	Sí	NO

🔍	7	¿La imagen corresponde realmente al hecho?	Sí	NO
🔍	8	¿Estoy diferenciando hecho de interpretación?	Sí	NO
🔍	9	¿Detecté lenguaje diseñado para provocar reacción inmediata?	Sí	NO
🔍	10	¿Estoy compartiendo porque confirma lo que ya creo?	Sí	NO
🔍	11	¿Podría perjudicar a alguien si es falso?	Sí	NO
🔍	12	¿Sé suficiente para compartirlo como cierto?	Sí	NO



Si aparecen varios NO: **detente.**



31. EL RETO DE LOS 7 DÍAS: RECUPERA EL CONTROL DE TU INFORMACIÓN

Durante una semana, entrena tu criterio con acciones pequeñas y concretas.

DÍA 1 — OBSERVA:  Identifica qué fuentes consumes.	DÍA 2 — RASTREA:  Busca la fuente original de tres noticias.	DÍA 3 — COMPARA:  Lee tres versiones diferentes del mismo acontecimiento.	DÍA 4 — VERIFICA:  Comprueba una imagen o video viral.	DÍA 5 — CONTRASTA:  Lee un argumento serio contrario a una opinión propia.	DÍA 6 — DETECTA:  Busca técnicas de persuasión en cinco publicaciones.	DÍA 7 — CAMBIA:  Elimina, añade o reorganiza fuentes para mejorar tu dieta informativa.
---	--	---	--	---	--	---



¿Estoy mejor informado o simplemente estaba muy expuesto a información? **No son lo mismo.**



32. CIERRE — LA BATALLA MÁS IMPORTANTE ES POR NUESTRA CAPACIDAD DE DECIDIR

 Nunca habíamos tenido acceso a tanta información , ni había sido tan fácil producir, modificar y distribuir contenido.	 El problema aparece cuando para influir se utiliza engaño, ocultamiento, suplantación, manipulación o deshumanización .	 Una sociedad democrática necesita ciudadanos capaces de preguntar: ✓ ¿Quién me está diciendo esto? ✓ ¿Cómo lo sabe? ✓ ¿Qué evidencia presenta? ✓ ¿Qué falta en esta historia? ✓ ¿Qué emoción intenta activar? ✓ ¿Quién se beneficia de que yo lo crea?	 Necesitamos redes comunitarias capaces de compartir conocimientos, contrastar información y conectar capacidades.	 Una comunidad informada y conectada es más difícil de manipular .
--	---	---	---	---



Pausa.



Autor.



Rastrea.



Amplía.



Defender nuestra libertad no consiste solo en poder decir lo que pensamos. También consiste en **proteger cómo llegamos a pensar lo que pensamos.**

PENSAR ANTES DE COMPARTIR

La alfabetización mediática es una herramienta
para proteger nuestra libertad, nuestro criterio
y nuestra **capacidad de decidir.**



PAUSA.



AUTOR.



RASTREA.



AMPLÍA.

LibreSta
El Flautista



RED
MUNDIAL
MULTITALENTOS
UN MILLÓN DE ALMAS INTERCONECTADAS

SUSCRÍBETE Y SÍGUENOS EN REDES PARA CONOCER MÁS !



@librestaelflautista
@librestajovenestalentos



www.libresta.org