



#NOTECREASTODO:

Contaminación informativa
en redes sociales
durante la campaña del
plebiscito constitucional
de octubre de 2020



Uno de los principales desafíos que enfrentan las democracias a nivel mundial es **combatir la contaminación informativa** a la que se ven expuestas las y los ciudadanos a través de rumores, conspiraciones, información engañosa, publicidad falsa y noticias inventadas. Estos fenómenos limitan la posibilidad de que las personas puedan acceder a información correcta y diversa para formar sus preferencias y así participar en igualdad de condiciones en las decisiones públicas.

En los últimos años, Chile no ha estado exento de la contaminación informativa, lo que es particularmente preocupante dado que el país está atravesando por un proceso constituyente en el que las y los ciudadanos han participado activamente en diversas etapas, y en el que, el próximo 4 septiembre deberán emitir su voto para aprobar o rechazar la propuesta de nueva Constitución

Con el objetivo de aportar al desafío global de combatir la contaminación informativa con datos y así fortalecer la democracia, el **Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), en colaboración con el Instituto Milenio Fundamentos de los Datos (IMFD) llevó a cabo una investigación exploratoria sobre la distribución y viralización de la contaminación informativa en redes sociales en el contexto de la campaña por el plebiscito de entrada del proceso constituyente del 25 de octubre de 2020.**

Para ello, se recogieron **interacciones y viralizaciones de noticias de desinformación en Twitter** entre el 15 de septiembre y el 26 de octubre de 2020, utilizando la interfaz de programación (API) de Twitter y siguiendo la plataforma de verificación (fact checking) Contexto Factual (www.plataformacontexto.cl). Este sistema de control y chequeo de información categorizó a las noticias como “verdadera”, “falsa”, “discutible” o “exagerada”.

De esta investigación se desprende lo siguiente:



Por un lado, se constató que en la campaña en torno al plebiscito de entrada del proceso constituyente **hubo contaminación informativa** con piezas que desinformaban a la población. **Las piezas que más circularon involucraban o tenían su origen en personajes públicos altamente** visibles y fueron viralizadas, en general, en referencia a cuentas altamente influyentes en el Twitter nacional.

Por otro lado, las **6 piezas más influyentes** entre las chequeadas por Contexto Factual (más de 1.000 interacciones) tuvieron una **vida corta e impacto restringido** y no lograron impactar la pauta de los medios de comunicación. Así, los impactos visibles de la contaminación informativa se concentraron en grupos altamente politizados, pero fueron de muy bajo alcance en términos numéricos y con una duración muy limitada (un par de días).

Además, se observó que **las piezas contaminadas se viralizan más que los antidotos**. Estos últimos, con mínimas excepciones (solo un antidoto logró más de 1.000 retuits), fueron **relativamente invisibles** en Twitter. En otras palabras, si bien la contaminación informativa fue limitada, la circulación de antidotos para corregirla fue significativamente menor que la de las piezas originales. Este resultado es consistente con la evidencia comparada y sugiere **lo difícil que es combatir la contaminación informativa en redes sociales**.

Este estudio provee de una línea base para próximas investigaciones sobre la presencia, distribución y viralización de la contaminación informativa y la desinformación en elecciones, de modo que se pueda identificar más claramente cómo y en qué medida estos fenómenos impactan sobre los procesos de deliberación y elección democrática. Para ello es necesario realizar nuevas mediciones a lo largo del tiempo que tomen en consideración el tipo de elección y los niveles de competitividad en ellas, junto con metodologías mixtas de investigación, que permitan dar luces de las medidas que pueden tomarse al respecto y así fortalecer la democracia.

