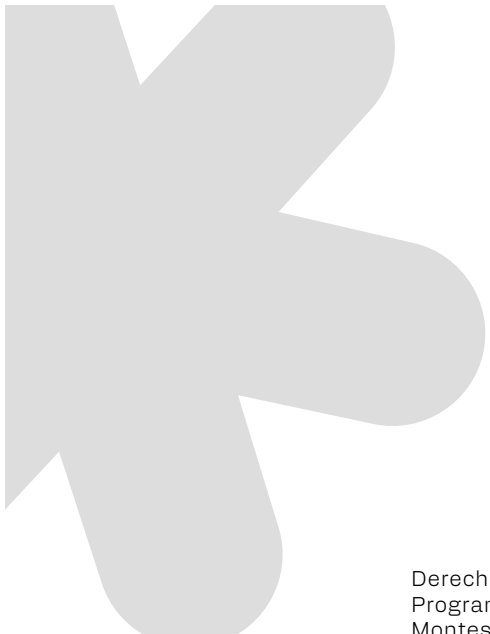


Póñle * Filtro

**...A LA DESINFORMACIÓN
Y A LA INFORMACIÓN ERRÓNEA**

**GUÍA PARA FORTALECER LA INTEGRIDAD DE LA INFORMACIÓN
GUBERNAMENTAL EN TEMAS DE SEGURIDAD Y PROMOVER UNA
CIUDADANÍA BIEN INFORMADA EN EL ESTADO DE ZACATECAS**



Derechos Reservados © 2025
Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)
Montes Urales 440
Col. Lomas de Chapultepec, Alcaldía Miguel Hidalgo.
C.P.11000, Ciudad de México.

Gobierno del Estado de Zacatecas
Circuito Cerro del Gato 1902, Ciudad Administrativa
C. P. 98160, Zacatecas, Zac.

Todos los derechos están reservados. Ni esta publicación ni partes de ella pueden ser reproducidas, almacenadas mediante cualquier sistema o transmitidas, en cualquier forma o por cualquier medio, sea éste electrónico, mecánico, de fotocopiado, de grabado o de otro tipo, sin el permiso previo del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Esta publicación fue realizada en el marco del proyecto 01000381 “Proyecto Especiales de la Unidad de Gobernanza Efectiva y Democracia”, como parte de la iniciativa Estrategia de fortalecimiento intersectorial para prevenir y contrarrestar la infodemia y fomentar la información asertiva y veraz en torno a la temática de seguridad del estado de Zacatecas. El análisis y las conclusiones aquí expresadas no reflejan necesariamente las opiniones del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, de su Junta Ejecutiva, ni de sus Estados Miembros. El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo es el principal organismo de las Naciones Unidas dedicado a poner fin a la injusticia de la pobreza, la desigualdad y el cambio climático. Trabajamos con nuestra extensa red de personas expertas y aliados en 170 países para ayudar a las naciones a construir soluciones integradas y duraderas para las personas y el planeta.
Edición: 2025; PNUD.

Redacción técnica: Magali Franco Romero

Colaboradores: Lorena Cortés Vázquez, Jorge Murguía, Diana Saucedo, Juan José Montiel, Zabel Revuelta

Diseño editorial: Ilse Ovalle, Priscilla Ruíz Sánchez

Directorio

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en México

Lorenzo Jiménez de Luis
Representante Residente

Daniel Vargas
Representante Residente Adjunto

Annabelle Sulmont
*Oficial nacional de Gobernanza efectiva y
democracia*

Lorena Cortés Vázquez
Coordinadora de Proyecto

Gabriela Ríos Landa
*Jefa de Exploración del Laboratorio de
Aceleración PNUD México*

Jorge Munguía
Jefe de Mapeo de Soluciones

Gobierno del Estado de Zacatecas

David Monreal Ávila
Gobernador del Estado de Zacatecas

Rodrigo Reyes Muguërza
Secretario General de Gobierno

Zabel Revuelta
Consultora

Diana Guadalupe Saucedo Nava
Subsecretaría de Prevención Social del Delito

Ana Isabel Pineda Flores
Coordinadora de Comunicación Social

Juan José Montiel Rico
*Coordinador de Asesores del Secretario
General de Gobierno*

Heliud Artemio Palomo Piña
*Director Adscrito a la Subsecretaría de
Prevención Social del Delito de la SGG*

María Elena Guzmán Badillo
*Encargada de la Dirección de Imagen
Institucional*

Rebeca Arantxa de León Hernández
*Coordinadora de Redes Sociales
de la Secretaría General de Gobierno*

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

1. Estrategia de paz y bienestar en el estado de Zacatecas	1
1.1 Antecedentes	
1.2 Consolidación de la Estrategia de Paz en Zacatecas	
a) Fase 1: Año de la Paz	
b) Fase 2: Año del Bienestar	
1.3 La comunicación social un eje transversal en el proceso de construcción de paz y combate a la desinformación en Zacatecas	
a) Necesidad de generar guías de actuación para identificar, prevenir y mitigar la desinformación en temas de seguridad	
b) Por qué una guía dirigida a la Coordinación de Comunicación Social	

CONTEXTO

2. Impacto de la desinformación y la información errónea en la percepción de seguridad y en el desempeño del gobierno en la Estrategia de Paz	5
2.1 Qué es desinformación, información errónea y mal-información	
2.2 Factores que contribuyen a la disseminación de desinformación e información errónea en temas de seguridad	
2.3 Impactos de la desinformación y la información errónea en la percepción de seguridad	
2.4 Impactos de la desinformación y la información errónea en la Estrategia de Paz	
3. El derecho a la información, la transparencia y el gobierno de datos abiertos factores clave para generar credibilidad y confianza entre ciudadanía y gobierno	12
3.1 Transparencia y acceso a la información	
3.2 Gobierno abierto y datos abiertos	
3.3 Responsabilidad de los funcionarios en el combate a la desinformación	
3.4 Propuesta de acciones para recuperar la credibilidad en la información gubernamental en materia de seguridad	
4. Nuevo paradigma en la comunicación, retos y fortalezas presentes en la comunicación social del gobierno	18
4.1 La era de la posverdad	
4.2 Retos por afrontar y propuestas de acción para mejorar la comunicación social	
a) Tabla indicativa sobre situación actual y propuesta de cambios	
4.3 Acciones para el posicionamiento de la Estrategia de Paz	
4.4 Requerimientos para una estrategia de comunicación proactiva	
4.5 Comunicación de gobierno centrada en la ciudadanía	
a) Checklist de acciones clave	

ÍNDICE

ESTRATEGIA PARA FORTALECER LA CALIDAD DE LA INFORMACIÓN GUBERNAMENTAL EN MATERIA DE SEGURIDAD EN MOMENTOS DE CRISIS

5. Comunicación estratégica en momentos de crisis

27

5.1 Reconocer una crisis

- a) ¿Qué es un momento de crisis real o potencial en el contexto de la desinformación y la información errónea?
- b) Identificación y monitoreo de temas de seguridad que pueden escalar

5.2 Prepararse para las crisis

- c) Definición del comité de crisis
- d) Elaboración de un mapa de escenarios y matriz de probabilidad
 - Plantilla para crear un mapa de escenarios
 - Plantilla para crear una matriz de probabilidad de riesgos
 - Cómo interpretar la matriz de probabilidad de riesgos
- e) Mapa de audiencias
- f) Definición de criterios para la generación de narrativas en momentos de crisis por desinformación e información errónea
- g) Definición de canales de comunicación y flujos de información más efectivos para la contención de una crisis por desinformación e información errónea
- h) Capacidades instaladas y herramientas internas, fortalecimiento a voceros

5.3 Monitoreo de narrativas

- a) Herramientas de seguimiento para detectar la desinformación e información errónea en tiempo real
- b) Identificación de señales de desinformación e información errónea
- c) Activación de un equipo de crisis

5.4 Mensaje claro, verificable y oportuno

- a) Negación fundamentada
- b) Desmentidos confusos
- c) Aprovechar el contexto
- d) Uso estratégico de redes sociales institucionales

5.5 Desactivación del equipo de crisis

6. Anexo metodológico

44

7. Glosario

47

8. Referencias bibliográficas

49

Introducción

1. Estrategia de paz y bienestar en el estado de Zacatecas

1.1 ANTECEDENTES

Al entrar en funciones y asumir la responsabilidad de gobernar y dirigir el rumbo del estado de Zacatecas, la presente administración 2021-2027, al frente del gobernador David Monreal Ávila, se enfrentaba a uno de los desafíos más grandes: devolverle la paz y la tranquilidad a los habitantes de una entidad que en ese momento se ubicaba como la más insegura del país.

Desde 2006, con la llamada “Guerra contra el narcotráfico”, Zacatecas comenzó a dejar de ser de los estados más tranquilos para convertirse en uno de los más violentos. En sólo 15 años se había incrementado 21 veces, la presencia de homicidios dolosos, de 81 en 2006 a más de 1,700 en 2021¹.

Cambiar esta situación requería de la implementación de una Estrategia de Paz estrategia coordinada entre los tres órdenes de gobierno que permitiera, de manera urgente, iniciar en Zacatecas un proceso de pacificación. Para comenzar, se incrementó el presupuesto destinado a acciones de seguridad pública y se implementó una estrategia orientada a: 1. **Contener** el aumento de la violencia, 2. **Disminuir** la presencia de homicidios dolosos y 3. **Consolidar y sostener** la paz en la entidad con la que se logró reducir en un 40 por ciento la presencia de homicidios dolosos de 2021 a 2023.

La estrategia se basa en tres etapas:



CONTENCIÓN

Plan Zacatecas II

+

Nuevo modelo de seguridad



DISMINUCIÓN

Atención a municipios prioritarios

+

Disminución de homicidios dolosos 2021-2023



CONSOLIDACIÓN



2024 Año de la Paz



2024 Año del Bienestar

¹ <https://drive.google.com/file/d/1OLxkuRYh1JKag4fBnnXCC3EGsA0JaXFV/view>

1.2 CONSOLIDACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE PAZ EN ZACATECAS

FASE 1.

FASE 1. AGENDA DE PAZ

Aunque al inicio los resultados fueron contundentes, resultaban aún insuficientes. Se requería de una estrategia donde participaran los sectores sociales y productivos así como la ciudadanía en general.

Por esta razón es que se llevaron a cabo 20 foros de consulta y de este ejercicio ciudadano, surge la **Agenda de la Paz** y se establece el 2024 como el **Año de la Paz**. Esta agenda contempló el establecimiento y realización de 100 acciones que agruparon el trabajo de las áreas del gobierno del estado en 4 pilares: **1. Sociedad en Paz, 2. Sociedad Informada y con Valores, 3. Sociedad con Desarrollo y 4. Sociedad Sostenible**. Con esta estrategia Zacatecas pasó del lugar 1 al 10 a nivel nacional en cuanto a homicidios dolosos se refiere.

FASE 2.

AGENDA DEL BIENESTAR

Conscientes de que la paz no implica sólo combatir la violencia con acciones reactivas sino que es un proceso que requiere conocer las causas que la generan, se diseñó una nueva fase de este proceso de pacificación en el que se estableció una nueva **Agenda del Bienestar** y se definió el 2025 como el **Año del Bienestar**. Con esta nueva fase se busca fortalecer las acciones realizadas en la fase 1 y orientar la labor del gobierno y de otros sectores con cerca de 200 acciones ahora bajo los pilares de: **1. Bienestar y Paz, 2. Bienestar y Valores, 3. Bienestar con desarrollo y 4. Bienestar en territorio**.

El proceso de construcción de paz en Zacatecas requiere de fortalecer el tejido social con acciones preventivas que ayuden a disminuir la percepción de inseguridad que vulnera la calidad de vida de las personas. De acuerdo con datos de la Encuesta Nacional de Victimización y Percepción de Seguridad, en Zacatecas el 87 por ciento de la población de 18 años y más considera que el entorno en el que viven es inseguro. Para disminuir esta idea o sensación de inseguridad que tienen las personas, es necesario fortalecer la comunicación y mantener informada a la sociedad y a los medios de comunicación de manera oportuna para evitar que la desinformación y la información errónea en temas de seguridad siga generando miedo, angustia y estrés colectivo.

1.3 LA COMUNICACIÓN SOCIAL,

UN EJE TRANSVERSAL EN EL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE PAZ Y COMBATE A LA DESINFORMACIÓN Y LA INFORMACIÓN ERRÓNEA EN ZACATECAS

La comunicación en el gobierno no sólo es una herramienta para informar, sino un instrumento esencial para la gestión pública eficaz, la inclusión social, y la democracia participativa. En ese sentido, el proceso de construcción de paz en Zacatecas requiere de garantizar que la ciudadanía esté bien informada sobre los avances de esta estrategia y de manera puntual sobre las acciones que se realizan en materia de seguridad.

Generar confianza, promover la participación activa y lograr una gobernanza más transparente a partir de la difusión de las acciones que emprende el gobierno en materia de seguridad para prevenir y contrarrestar la desinformación y la información errónea, es una de las apuestas de la administración estatal 2021-2027.

Para lograr este cometido es que el gobierno estatal, en coordinación con el área de Gobernanza del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD México, implementó el proyecto denominado ***“Estrategia de fortalecimiento intersectorial para prevenir y contrarrestar la infodemia y fomentar la información asertiva y veraz en torno a la temática de seguridad del estado de Zacatecas”***.

Esta estrategia consistió en el diseño de Guías/Protocolos dirigidos a la ciudadanía, principalmente a mujeres y personas jóvenes para brindar herramientas que les permitan fortalecer sus habilidades de pensamiento crítico y aprendan a distinguir, información veraz y confiable que circula en medios, plataformas digitales y redes sociales. Así como la creación de una Guía dirigida a la Coordinación de Comunicación Social del estado con el objetivo de fortalecer la integridad de la información gubernamental en temas de seguridad y promover una ciudadanía bien informada.

Para la generación de esta guía dirigida a las áreas de comunicación social, se llevó a cabo un taller con enlaces de comunicación y entrevistas semiestructuradas con los responsables de la Dirección de Comunicación Social y de la Secretaría de Seguridad Pública para conocer de manera puntual, las dinámicas existentes en la cobertura, generación y difusión de información en materia de seguridad y los retos presentes en torno a la infodemia³. Los hallazgos extraídos de ambas intervenciones y la consulta de diversas fuentes documentales, sirvieron de insumo para la creación de esta Guía de actuación para identificar, prevenir y mitigar la desinformación y la información errónea en materia de seguridad que se enmarca dentro de las acciones de la Agenda de Bienestar 2025.

² https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/envipe/2024/doc/envipe2024_zac.pdf

³ La Organización Mundial de la Salud (OMS) definió “infodemia” como la sobreabundancia de información, tanto precisa como imprecisa, que dificulta la toma de decisiones sobre temas de salud pública. El término se popularizó durante la pandemia de COVID-19, destacando cómo la desinformación puede extenderse tan rápido como el virus. World Health Organization (WHO). (2020). *Infodemic*. World Health Organization.

1.4 ¿POR QUÉ UNA GUÍA DIRIGIDA A LA COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL GOBIERNO DEL ESTADO?

El internet y sus múltiples canales de interacción como las redes sociales han cambiado las formas de comunicar y el acceso a la información se ha democratizado. Sin embargo, la era digital, ha traído consigo la sobreabundancia y la manipulación de la información. **El fenómeno de la posverdad⁴**, donde las emociones y creencias personales tienen más peso que los hechos objetivos, **sitúa a los gobiernos**, y, en particular, a las oficinas de comunicación social de éstos **en el reto de proteger la integridad de la información y asegurar que la verdad siga siendo un valor central** en la sociedad.

Con la incursión de **los nuevos medios sociales**, la comunicación bidireccional cobra mayor relevancia y **demand a los gobiernos adaptarse a un proceso además sumido en la inmediatez**. Hoy en día se requiere sintonizar la agenda gubernamental con las peticiones ciudadanas, a través del monitoreo de los nuevos medios sociales⁵. Por esta razón **se hace necesario definir en el mediano plazo una política de comunicación social que permita conectar nuevamente con las audiencias y recobrar la confianza y credibilidad** así como un protocolo de actuación dirigido a la Coordinación de Comunicación social para establecer las acciones que permitan actuar de manera pronta en situaciones de crisis de desinformación para aminorar los impactos que ésta genera. El papel que tiene la comunicación social en los gobiernos⁶ es fundamental, ya que es el conjunto de estrategias, acciones y procesos mediante los cuales las instituciones gubernamentales transmiten información y se relacionan con la ciudadanía, los medios de comunicación y otros actores sociales.

En ese sentido, la Coordinación de Comunicación Social del gobierno del estado de Zacatecas desempeña un rol crucial en la gestión de la información y la imagen pública del gobernador y del gobierno estatal. Además, es la encargada de asegurar una difusión efectiva y estratégica de los mensajes del gobierno. Al establecer convenios con los medios y definir agendas de comunicación, garantiza que los temas relevantes se posicionen adecuadamente, contribuyendo al fortalecimiento de la imagen institucional y a la construcción de un discurso político coherente.

⁴ El año 2016 fue catalogado por muchos periodistas y analistas políticos como el año de la posverdad. Este término es la traducción de post-truth, elegida palabra de ese año por Oxford Dictionaries. Su significado se refiere a algo que denota unas circunstancias en las que los hechos objetivos son menos influyentes, en la formación de la opinión pública, que la apelación a las emociones y creencias personales. Bajo estos términos, quien desee influir en la opinión pública deberá concentrar sus esfuerzos en la elaboración de discursos fáciles de aceptar, insistir en lo que puede satisfacer los sentimientos y creencias de su audiencia, más que en los hechos reales. Fuente:

<https://www.unav.edu/web/ciencia-razon-y-fe/la-era-de-la-posverdad-la-posveracidad-y-la-charlataneria>

⁵ ESTADO DEL ARTE DE LA COMUNICACIÓN DE GOBIERNO EN TIEMPOS DE MEDIOS SOCIALES, Opera, núm. 32, pp. 81-107, 2023, Universidad Externado de Colombia. Disponible:

<https://www.redalyc.org/journal/675/67575199006/html/#fn2>

⁶ Gelman, J. G. (2001). La comunicación en los gobiernos: El poder de la palabra en las democracias. Editorial Homo Sapiens.

2. Impacto de la desinformación y la información errónea

EN LA PERCEPCIÓN DE SEGURIDAD Y EN EL DESEMPEÑO DE LA ESTRATEGIA DE PAZ EN ZACATECAS

2.1 QUÉ ES **DESINFORMACIÓN**, **INFORMACIÓN ERRÓNEA Y MAL-INFORMACIÓN**

El problema de la desinformación no es algo nuevo, algunos estudiosos del tema señalan a la época del Imperio Romano y la invención de la imprenta como los orígenes del uso de propaganda para denostar y difundir información falsa. En la actualidad, con la llegada del Internet y posteriormente de las redes sociales, se han multiplicado los riesgos de difundir información falsa, errónea y manipulada. Vivimos en un mundo donde la propaganda se ha computarizado, existen falsas identidades cibernéticas, ejércitos de 'trolls', 'bots' y tecnología que puede manipular contenidos así como audio y video. Hoy cualquier persona con acceso a Internet puede interactuar, crear y compartir contenido en tiempo real.

De acuerdo con el Informe de Riesgos Globales 2025 del Foro Económico Mundial, que recopila la información de más de 900 expertos alrededor del mundo, señala a la desinformación como el cuarto riesgo mundial y para el 2027 como el segundo. El primer riesgo se relaciona con los conflictos armados seguido por los temas climáticos y las tensiones geopolíticas y geoeconómicas⁷.

Aunque no existe una única definición ni una postura o comprensión común acerca del significado de la desinformación, la Unión Internacional de Telecomunicaciones y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) señalan a la desinformación como aquellos contenidos falsos o engañosos que pueden provocar un daño específico, independientemente de las motivaciones para hacerlo⁸.

El propósito de la desinformación es desestabilizar, crear dudas y desorientar. Los videos y audios también pueden contener desinformación. Existe también la información errónea y la mala información, la primera es información incorrecta o inexacta que no se comparte con la intención de causar dolo y la segunda es información genuina que se manipula con la intención de causar daño o desprestigiar a una persona, institución o gobierno⁹.

⁷ El año Informe de Riesgos Globales 2025, Foro Económico Mundial. Disponible: <https://www.weforum.org/publications/global-risks-report-2025/digest/>

⁸ "Contrarrestar la desinformación para promover y proteger los derechos humanos y las libertades fundamentales" Informe del Secretario General de la ONU, Agosto 2022. Disponible: : <https://docs.un.org/es/A/77/287>

⁹ Información extraída de Verificat, proveniente de la Guía para entender el trastorno Informativo desarrollada por First Draft. Disponible en: <https://www.verificat.cat/es/que-es-la-desinformacion/> y Information Disorder Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking By Claire Wardle, PhD and Hossein Derakhshan With research support from Anne Burns and Nic Dias September 27, 2017. Disponible en: <https://rm.coe.int/information-disorder-towards-an-interdisciplinary-framework-for-rese/168076277c>

Sin embargo, como bien menciona la relatora Especial de la ONU sobre la promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y de expresión, Irene Khan¹⁰: “Una parte del problema radica en la imposibilidad de trazar una línea clara entre realidad y falsedad y entre la intención de causar un perjuicio o la ausencia de ella. La información falaz puede ser instrumentalizada por actores con objetivos diametralmente opuestos”.

Por esta razón es que en el contenido de la presente Guía se aborda tanto el término desinformación como el término información errónea para precisar que **la falta de integridad de la información en contextos de violencia no se gesta solamente por aquella información falsa que se difunde con dolo sino también en aquella información falsa que se difunde sin la intención de dolo.**



TAXONOMÍA DE INFORMACIÓN ERRÓNEA Y FALSA



FUENTE: Going Digital Toolkit Note 23, OECD, 2022 disponible en https://www.oecd.org/en/publications/disentangling-untruths-online_84b62df1-en.html

¹⁰ Informe La desinformación y la libertad de opinión y de expresión Informe de la Relatora Especial sobre la promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y de expresión, Irene Khan. Disponible en: <https://docs.un.org/es/A/HRC/47/25>

La desinformación en contextos de crisis o emergencias como la pasada pandemia provocada por la COVID-19 puso sobre la mesa el problema de la infodemia que refiere al aumento en el volumen y la velocidad en la que se propaga la información, principalmente en redes sociales, similar a la rapidez con la que se reproduce un virus¹¹.

Por lo anterior es que en contextos con altos niveles de inseguridad resulta necesario entender qué factores intervienen para la propagación de desinformación e información errónea, el impacto que tienen éstas en la percepción de inseguridad y en la confianza y credibilidad de la ciudadanía hacia sus gobiernos para establecer estrategias que ayuden a prevenir la generación y difusión de información falsa, errónea o imprecisa a través de una comunicación transparente, ética y veraz desde el gobierno.

2.2 FACTORES QUE CONTRIBUYEN A LA , DISEMINACIÓN DE DESINFORMACIÓN E INFORMACIÓN ERRÓNEA EN TEMAS DE SEGURIDAD



Por la sensibilidad del tema, la fuente de seguridad es una de las más sensibles a la desinformación y a la información errónea. El clima de violencia en la entidad ha provocado que la ciudadanía se mantenga en estados de alerta, provocando la propagación de rumores que se viralizan en redes sociales de manera rápida y exponencial, sin posibilidad aparente de poder frenarlos.

Aunado a la propagación de rumores, existen otros factores que contribuyen a la propagación de desinformación e información errónea como son:

FACTORES EXTERNOS

- * **Incremento en la aparición de medios alternativos o emergentes sin regulación efectiva:** Proliferación de medios alternativos y emergentes que han encontrado en la información amarillista y sensacionalista un negocio redituable.
- * **Grupos delictivos que pueden generar desinformación:** Las redes criminales pueden generar y amplificar desinformación para sembrar miedo, desviar la atención o debilitar la confianza en las instituciones de seguridad.
- * **Polarización social y política:** En contextos de fuerte división ideológica, la información sobre seguridad puede distorsionarse para favorecer narrativas de ciertos sectores, aumentando la desconfianza ciudadana.
- * **Baja alfabetización mediática y digital:** La falta de pensamiento crítico y de herramientas para verificar fuentes de información facilita la propagación de datos falsos o inexactos.

FACTORES INTERNOS EN LOS GOBIERNOS

- * **Opacidad o falta de transparencia:** Si el gobierno no proporciona información clara y oportuna sobre la seguridad, se genera un vacío informativo que facilita la especulación, la desinformación y la información errónea.
- * **Contradicciones en la comunicación oficial:** Cuando distintas instancias gubernamentales dan versiones diferentes sobre un mismo hecho de seguridad, se genera confusión y desconfianza.
- * **Uso de datos parciales:** Presentar cifras incompletas o estadísticas ajustadas a una narrativa específica puede generar percepciones erróneas sobre la realidad de la seguridad pública.
- * **Limitado manejo de crisis:** Si el gobierno no responde de manera clara y efectiva ante crisis de seguridad, se abre la puerta a rumores y noticias falsas que llenan el vacío informativo.
- * **Falta de interacción con la ciudadanía y medios confiables:** Si las autoridades no fomentan canales de comunicación accesibles y creíbles, la población recurre a fuentes alternativas, muchas veces no verificadas.



2.3 IMPACTO DE LA DESINFORMACIÓN Y LA INFORMACIÓN ERRÓNEA EN LA PERCEPCIÓN DE SEGURIDAD

La desinformación y la información errónea crea una brecha entre la realidad objetiva y la percepción de inseguridad, afectando la tranquilidad de la ciudadanía y la eficacia de las políticas públicas en materia de seguridad. Aunque la realidad objetiva de la inseguridad en una sociedad puede ser más o menos compleja, dependiendo el contexto, la desinformación y la información errónea pueden moldear cómo las personas perciben esta realidad y lo que desde el gobierno se hace para abatirla.

En Zacatecas, la desinformación¹² es un problema constante al que se enfrentan las áreas de comunicación social para el desempeño óptimo de su labor diaria. La velocidad con que se difunde la información y los rumores en redes sociales, resultan una importante limitación para el trabajo de las áreas de comunicación social del gobierno estatal.

¹² Cabe mencionar, que en el contexto del taller y de las experiencias compartidas, no se entró en detalles sobre si se trata de información generada para manipular/intencionada o errónea de forma accidental. Esta distinción se hará cuando se propongan los protocolos de actuación.

Las redes sociales, que en su mayoría se alimentan de rumores ciudadanos, se han convertido en fuentes de información que llegan a gozar de mayor credibilidad incluso que las fuentes oficiales. Según diversos medios de comunicación de la entidad, uno de los factores que genera esta situación es que en el gobierno estatal existen vacíos de información y tiempos prolongados para que las notas o versiones oficiales salgan, permitiendo con ello que la desinformación y la información errónea corran de manera vertiginosa y exponencial.

"La naturaleza de las notas sobre temas de inseguridad, crimen o desapariciones requieren de cuidado y precisión en el tratamiento de la información para evitar entorpecer las investigaciones. El tiempo que toma en salir una versión oficial, genera que los medios, principalmente emergentes, ganen terreno e "informen" con datos no corroborados con las fuentes oficiales"¹³.

Se observa que las redes sociales han originado cambios en la manera de informar y comunicar, impactando en la calidad y veracidad de la información. Los medios, predominantemente emergentes, toman el rumor como nota, difunden la versión a sus audiencias y después corroboran, aclaran o amplifican la información.

Aunado a los impactos que de manera particular la desinformación y la información errónea generan en la percepción de seguridad en el estado de Zacatecas, existen impactos generalizados que éstas provocan en la percepción de inseguridad que tienen las personas, a continuación se describen algunos:

1. EXAGERACIÓN DEL RIESGO: La difusión de información errónea sobre sectas o grupos con ideas radicales pueden manipular a las personas jóvenes, para que sean afines a ellos, sin saber las consecuencias y lo que realmente están promoviendo.

2. GENERACIÓN DE MIEDO Y ANSIEDAD: Los mensajes alarmistas y las imágenes impactantes pueden generar miedo en la población, incluso cuando los hechos no justifiquen ese nivel de preocupación. La constante exposición a este tipo de información puede llevar a la ansiedad colectiva y a una percepción distorsionada de la seguridad.

3. DESCONFIANZA EN LAS AUTORIDADES: Los mensajes alarmistas y las imágenes impactantes pueden generar miedo en la población, incluso cuando los hechos no justifiquen ese nivel de preocupación. La constante exposición a este tipo de información puede llevar a la ansiedad colectiva y a una percepción distorsionada de la seguridad.

- 
- 4. POLARIZACIÓN SOCIAL:** La desinformación y la información errónea pueden contribuir a la polarización, donde diferentes grupos dentro de la sociedad tienen visiones radicalmente opuestas sobre el nivel de seguridad. Esto puede dificultar la colaboración entre la ciudadanía y las autoridades para abordar problemas reales de inseguridad.
- 5. EFECTO DE LAS REDES SOCIALES:** Las redes sociales son plataformas en las que la desinformación y la información errónea se propaga rápidamente. Muchas veces, los usuarios no verifican la fuente de información antes de compartirla, lo que puede aumentar la difusión de noticias falsas y distorsionar la percepción pública sobre la seguridad. La viralización de contenido sensacionalista puede tener un impacto directo en la forma en que las personas se sienten en su entorno.
- 6. CICLO DE RETROALIMENTACIÓN:** La percepción de inseguridad, alimentada por desinformación e información errónea, puede llevar a una mayor demanda de medidas de seguridad más estrictas, a menudo impulsadas por el pánico o el miedo, y no por una evaluación objetiva de la situación. Esto puede desviar recursos de forma ineficaz o promover políticas que no aborden de manera real los problemas de fondo.
- 7. INHIBE EL DESARROLLO ECONÓMICO:** Los informes falsos sobre índices de violencia y criminalidad perjudican la imagen de un Estado afectando la creación de empleo y la llegada de nuevas empresas.

2.4 IMPACTO DE LA DESINFORMACIÓN Y LA INFORMACIÓN ERRÓNEA EN LOS RESULTADOS DE LA ESTRATEGIA DE PAZ

Con base en los testimonios recogidos durante las entrevistas, la implementación de la Estrategia de Paz en Zacatecas en un inicio fue vista entre la ciudadanía con incredulidad. ***La narrativa del Año de la Paz resultaba opuesta a lo que la realidad presentaba.*** A poco tiempo de su implementación generó resultados favorables pero presenta retos comunicacionales para que en esta segunda fase, se logre informar a la sociedad de manera oportuna y disminuya la percepción de inseguridad que existe en la entidad.

¹³ Declaración de funcionario público extraída durante la realización del taller a enlaces de comunicación social del gobierno del estado de Zacatecas.

De acuerdo con las opiniones vertidas tanto en el taller como en las entrevistas¹⁴, se reconocen algunos avances pero también áreas de oportunidad que se sugieren atender para un mejor posicionamiento de la estrategia entre la ciudadanía.

CONSIDERACIONES SOBRE LA ESTRATEGIA DE PAZ, PRIMERA FASE: AÑO DE LA PAZ 2024 DERIVADAS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS¹⁵

LOGROS HACIA AFUERA	LOGROS AL INTERIOR DEL GOBIERNO	ÁREAS DE OPORTUNIDAD
• Zacatecas pasó del lugar 1 al 10 a nivel nacional en homicidios dolosos. • Incremento en la aceptación ciudadana sobre el desempeño del gobernador. • Logros destacados derivados de operativos y acciones de contención y reforzamiento policial . • Organización de eventos deportivos, culturales y programas de beneficio social. • Creación de las redes Mujeres Constructoras de Paz y Juventudes Constructoras de Paz.	• Instauración de la Mesa de Construcción de Paz • Visitas de agregados policiales internacionales para compartir experiencias y mejores prácticas en temas de seguridad y de derechos humanos. • Uso de una narrativa común vinculada a la paz entre todas las dependencias del gobierno estatal. • Puesta en marcha de más de 100 acciones de contención y prevención que involucran a todas las Secretarías de estado (Fase 1) • Definición de pilares/directrices en las que se enmarca el trabajo de las dependencias del gobierno. Fase 1: 1. Sociedad en Paz, 2. Sociedad Informada y con Valores, 3. Sociedad con Desarrollo y 4. Sociedad Sostenible.	• Involucrar activamente a todas las Secretarías de estado con acciones coordinadas que se alineen con la estrategia. • Ausencia de la figura de Vocero. • Inconsistencia en la realización de conferencias de prensa para posicionar los avances de la estrategia de paz. • Vacíos de información y barreras en el flujo de información y difusión. • Comunicación reactiva . • Falta de una agenda sobre temas a posicionar en torno a la Estrategia de Paz. • Desconexión entre las necesidades informativas de los medios de comunicación, la ciudadanía y la información que genera el gobierno.

FUENTE: entrevistas a profundidad con personas responsables de la comunicación de la Estrategia de Paz.

¹⁴ Anexo metodológico con la sistematización y hallazgos del taller con enlaces de comunicación y entrevistas uno a uno con titulares de Comunicación Social.

¹⁵ La información fue extraída de las entrevistas semiestructuradas realizadas a algunos integrantes de la Coordinación de Comunicación Social del estado y de la Secretaría de Seguridad Pública estatal así como de algunas voces de los participantes al taller con enlaces de comunicación del gobierno del estado de Zacatecas.

Con base en las áreas de oportunidad detectadas por las personas responsables de comunicación, se infiere que la falta de acciones coordinadas, la desorganización en la gestión de la información, la ausencia de una vocería y la inconsistencia en la comunicación sobre los resultados y avances sobre la Estrategia de Paz son factores que alimentan la desinformación y afectan negativamente la credibilidad de los esfuerzos del gobierno.

3. El derecho a la información y la transparencia: claves para generar credibilidad y confianza entre el gobierno y la ciudadanía

De acuerdo con el **Índice de Confianza Edelman 2024**¹⁶ (Edelman Trust Barometer), encuesta global anual que mide la confianza pública en las principales instituciones sociales, en México las personas perciben menos competente al gobierno que a las empresas. El 80% considera que los líderes políticos intentan engañar a la gente diciendo cosas que saben que son falsas y el 76% piensa lo mismo de los medios de comunicación.

En lo que se refiere a la confianza en los diferentes órdenes de gobierno, en el caso particular del estado de Zacatecas, los resultados de la Encuesta Nacional de Calidad e impacto Gubernamental¹⁷ (Encig 2023) indica que existe mayor confianza en el gobierno municipal que en el estatal, el 55.5% de las personas mayores de 18 años confían en el gobierno de su municipio mientras que el 36.8% en el gobierno estatal.

De acuerdo con los datos anteriores se deduce que existe una crisis de confianza en las instituciones de gobierno **-la confianza se define como la creencia de una persona de que otra persona o institución actuarán de manera consistente con sus expectativas de comportamiento positivo**¹⁸- que está influenciada por una serie de factores que de acuerdo con algunos académicos puede deberse a la forma en la que están funcionando, la forma en la que gestionan los asuntos públicos, la aprobación de los líderes y el nivel de apertura que tienen.

¹⁶ El Índice de Confianza Edelman se ha convertido en una herramienta influyente para comprender cómo la confianza en las instituciones evoluciona, especialmente en tiempos de crisis o cambios sociales, económicos o políticos. También se utiliza para identificar tendencias de percepción y comportamiento del público hacia las entidades mencionadas y cómo estos factores impactan la comunicación, la toma de decisiones y la interacción pública. Disponible: <https://www.edelman.lat/sites/g/files/aatuss296/files/2024-03/2024%20ETB%20Mexico-final.pdf>

¹⁷ https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/encig/2023/doc/encig2023.principales_resultados.pdf

¹⁸ Panorama de las Administraciones Públicas en América Latina y el Caribe, OCDE 2020 file:

///Users/magalifranco/Downloads/Panorama_de_las_Administraciones_P%C3%BAblicas_Am%C3%A9rica_Latina_y_el_Caribe_2020.pdf

Factores que impactan en la confianza y credibilidad en las acciones de gobierno:

- **Ausencia de información en la difusión de acciones sobre el trabajo que realizan las autoridades y que es de interés de la ciudadanía.** Existe una desconexión entre la agenda que traen los medios, lo que le interesa a la ciudadanía y la agenda del gobierno estatal.
- **Falta de sensibilidad para informar tanto a la ciudadanía como a los propios medios de comunicación,** situación que ha sido aprovechada y capitalizada por los medios alternativos o emergentes que han logrado conectar con las audiencias, incluso aunque sus contenidos no sean de calidad.
- **Ausencia de una estrategia de comunicación,** especialmente en situaciones de crisis relacionadas con la desinformación y la información errónea en temas de seguridad, lo que aumenta la percepción de inseguridad en el estado.
- **Carencia de informes regulares sobre seguridad pública** lo que ha mantenido la sensación de incertidumbre en la sociedad.

3.1 TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN

Para fortalecer la confianza y credibilidad ciudadana y como una manera de impulsar sistemas más democráticos, existen diversos movimientos sociales y políticas públicas que pugnan por la creación de marcos normativos que ponen al centro el derecho de acceso a la información, la transparencia y la rendición para fortalecer la democracia y evitar el abuso de poder.

En consonancia con eso, en México se han dado una serie de regulaciones y ordenamientos que buscan fortalecer la democracia, la transparencia gubernamental y garantizar que los ciudadanos ejerzan su derecho a la información.

Algunos de estos son:

- En 2002 surge la **Ley Federal y Acceso a la Información Pública Gubernamental¹⁹** que de acuerdo con los expertos fue, en su momento, la más avanzada y detallada del continente americano. Esta ley como muchas otras en distintos países de la región latinoamericana considera ordenamientos comunes y **se establece como una garantía exigible al Estado que éste proporcione a la sociedad información veraz, completa y objetiva y obliga tanto a la administración pública federal como a los tres poderes de la unión.**

- En 2015 se aprobó la **Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública**²⁰ que **incluye a estados y municipios y establece procedimientos y condiciones homogéneas en el ejercicio del derecho de acceso a la información**, a una cultura de transparencia y a la promoción de la participación ciudadana en las decisiones públicas y la rendición de cuentas.

- En 2016 la **Ley General de Responsabilidades Administrativas**, que establece un marco legal para la rendición de cuentas de los funcionarios públicos y mecanismos para sancionar a aquellos que incurran en actos de corrupción.

Como se observa, en México se cuenta con marcos legales y normativos que delimitan el terreno para poder reconstruir la confianza de la ciudadanía en el gobierno a través del impulso de una verdadera transparencia y del acceso a la información de manera oportuna y expedita.

Beneficios de promover un verdadero acceso a la información y una mayor transparencia en la información del gobierno:

- 1. Acceso a la información:** Cuando los ciudadanos tienen acceso a información clara, comprensible y completa sobre las acciones y decisiones del gobierno, se pueden sentir más confiados del trabajo que desempeñan las autoridades. El acceso a datos públicos (como presupuestos, contratos, políticas, programas y servicios) permite a los ciudadanos entender cómo se toman las decisiones y cómo se gestionan los recursos.

¹⁹ 1) Toda la información que posean las dependencias oficiales es pública, salvo los casos que la propia ley determine, sin un rango de discrecionalidad demasiado amplio; 2) La ley debe precisar con claridad cuáles son los sujetos obligados de proporcionar la información; 3) La ley debe reconocer el carácter de derecho humano a la información, su universalidad para que todos tengan la posibilidad de ejercer ese derecho; 4) La autoridad no puede exigirle a quien le solicita información que justifique para qué la quiere; 5) El derecho de acceso a la información tiene excepciones, la "información clasificada" es de dos tipos: la información reservada y la confidencial; 6) La información reservada tendría que ver con alguna hipótesis que plantee la ley, por ejemplo, puede afectar la seguridad de la entidad, siempre que la ley sea clara y determine hipótesis puntuales; 7) La información confidencial es la relacionada con las personas: debe proteger datos personales, y 8) Existe información que debe difundirse "de oficio" o por obligación legal, aunque nadie la pidiera. <https://ordenjuridico.gob.mx/Congreso/pdf/39.pdf>

²⁰ <https://rei.iteso.mx/server/api/core/bitstreams/3a56db9f-95c8-49c1-9266-804d369880a7/content>

2. Transparencia: Cuando las acciones y procesos del gobierno se lleven a cabo de manera abierta, sin ocultar información, se muestra a los ciudadanos que se está comprometido con el interés público, y que no hay agendas ocultas.

3. Rendición de cuentas: Mostrar que los funcionarios públicos son responsables de sus decisiones y acciones, y que tienen el deber de explicar su desempeño.

En conjunto, la transparencia, el acceso a la información y la rendición de cuentas son aspectos que crean un entorno donde los ciudadanos sienten que su gobierno actúa de manera ética y responsable, lo que fomenta la confianza. Si los gobiernos son accesibles, transparentes y están dispuestos a rendir cuentas, los ciudadanos pueden sentirse más seguros de que sus intereses y necesidades están siendo atendidos, lo que a su vez fortalece la estabilidad política y social.

3.2 GOBIERNO ABIERTO Y DATOS ABIERTOS EN TEMAS DE SEGURIDAD

En 2008 la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) adoptó una serie de principios para fomentar el gobierno abierto. Estos principios enfatizaban la transparencia, el acceso a la información y la participación activa de los ciudadanos en los procesos de toma de decisiones, a través de una serie de recomendaciones como el uso de la tecnología no solo para mejorar los servicios públicos sino también para facilitar el acceso a la información en línea y permitir una mayor interacción con la ciudadanía.

“Un Gobierno Abierto es aquel que establece una constante deliberación con los ciudadanos, que toma decisiones basadas en sus necesidades y preferencias, que facilita la colaboración de los ciudadanos y funcionarios en el desarrollo de los servicios que presta y que comunica todo lo que decide y hace de forma abierta y transparente (Calderón y Lorenzo, 2010). Por otro lado, se puede considerar como una doctrina política que sostiene que los temas de gobierno y administración pública deben ser abiertos a todos los niveles posibles en cuanto a transparencia para conseguir una mayor participación ciudadana y una mejor regulación”²¹.

²¹ file:///Users/magalifranco/Downloads/Dialnet-GobiernoAbiertoYDemocraciaParticipativa-4817923.pdf

En 2011 surge en el contexto internacional la denominada Alianza por el Gobierno Abierto conocida como **Open Government Partnership**²², iniciativa multilateral, que propicia compromisos entre sociedad civil y gobierno para promover la transparencia, aumentar la participación ciudadana en los asuntos públicos, combatir la corrupción y aprovechar las nuevas tecnologías para expandir la gobernanza. México se adhirió a esta Alianza y en 2022 surgió la estrategia “Abramos México” impulsada por representantes de la sociedad civil, la academia y los organismos garantes del Sistema Nacional de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales (SNT) con el objetivo de construir una Política Nacional de Datos Abiertos aplicable a todos los sujetos obligados contemplados en la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

Algunos de los objetivos de esta Política Nacional²³ son:

- Promover una mayor participación ciudadana y la **vigilancia social de las instituciones del Estado mexicano**.
- **Propiciar una mayor colaboración entre la sociedad, las empresas y las instituciones públicas** para el desarrollo de mejores políticas públicas.
- Motivar el cambio institucional y la mejora de la gestión pública mediante la **transformación digital de las organizaciones**.
- **Contribuir a cerrar brechas y garantizar la igualdad en el ejercicio del derecho de acceso a la información** como en el ejercicio de los derechos humanos.
- **Fortalecer la vida democrática de las personas mediante el uso de la información pública** en la construcción de posibles soluciones a los problemas que les afectan.

El gobierno abierto juega un papel fundamental en el combate a la desinformación y a la información errónea en temas de seguridad, ya que promueve la transparencia, la rendición de cuentas, y la participación ciudadana²⁴. Estos principios pueden ayudar a contrarrestar la desinformación al permitir que los ciudadanos accedan a información oficial confiable, al mismo tiempo que fomentan la colaboración entre el gobierno y la sociedad civil.

²² <https://www.gob.mx/inafed/documentos/gobierno-abierto-347537>

²³ <https://portal-transparencia.buengobierno.gob.mx/datos-abiertos/datos-abiertos-de-la-sfp/politica-nacional-de-datos-abiertos/#:~:text=El%20principal%20objetivo%20de%20la,las%20instituciones%20del%20Estado%20mexicano>

²⁴ Gobierno Abierto es un enfoque que propone una forma particular de entender los procesos de gobierno, a partir de principios como los de la transparencia proactiva y la participación ciudadana en co-creación. El gobierno abierto en México, en cualquiera de los tres órdenes de gobierno, debe fundamentarse en los principios de máxima publicidad, universalidad, progresividad, y propersona. Información retomada del portal del INAI. Disponible en:

https://micrositios.inai.org.mx/gobiernoabiertoymtransparencia/?page_id=63

3.3 LA RESPONSABILIDAD DEL ESTADO Y LOS FUNCIONARIOS PÚBLICOS EN EL COMBATE A LA DESINFORMACIÓN Y A LA INFORMACIÓN ERRÓNEA

De acuerdo con la Corte Interamericana de Derechos Humanos, en su **“Declaración Conjunta Sobre Libertad De Expresión Y “Noticias Falsas” (“Fake News”), Desinformación y Propaganda”**²⁵ señala que los actores estatales, en consonancia con sus obligaciones jurídicas y sus deberes públicos, deberán procurar difundir información confiable y fidedigna, incluida aquella de interés público, como la relativa a la seguridad. Asimismo indica que:

*Deben constatar los hechos en los que fundamentan sus opiniones, y deberán hacerlo con una diligencia aún mayor a la de cualquier otra persona, en razón de su investidura, alcance y efectos que sus expresiones pueden tener en ciertos sectores de la población, para evitar que los ciudadanos reciban una versión manipulada de determinados hechos*²⁶.

En México, la Ley General de Responsabilidades Administrativas dispone, en su Artículo 7²⁷ que los Servidores Públicos observarán en el desempeño de su empleo, cargo o comisión, los principios de disciplina, legalidad, objetividad, profesionalismo, honradez, lealtad, imparcialidad, integridad, rendición de cuentas, eficacia y eficiencia que rigen el servicio público. Bajo este contexto la responsabilidad del Estado y de los funcionarios públicos en el combate a la desinformación es fundamental para garantizar el bienestar de la ciudadanía, preservar la democracia y mantener la confianza que se les confiere en el ejercicio de sus funciones.

A continuación se describen algunas acciones que podrían disminuir la propagación de información falsa e imprecisa, de acuerdo a las atribuciones que tienen los funcionarios públicos.

a) Garantizar el acceso a la información veraz y transparente

Ofrecer información clara, precisa y accesible sobre todos los temas relevantes para la ciudadanía, especialmente en temas relacionados a la seguridad pública. La información oficial debe ser fácilmente verificable, actualizada y estar disponible para todas las personas, independientemente de su nivel educativo o su ubicación geográfica

²⁵ <https://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=1056&IID=2>

²⁶ Idem

²⁷ Ley General de Responsabilidades Administrativas. Disponible en:

<https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGRA.pdf>

b) Fomentar la transparencia y la rendición de cuentas

Los funcionarios públicos deben ser los primeros en rendir cuentas sobre sus acciones y decisiones, haciendo públicos los datos e informes relevantes que demuestren cómo se toman las decisiones y qué evidencia las respalda.

c) Promover el diálogo y la participación ciudadana

Fomentar un espacio de diálogo abierto y constructivo donde los ciudadanos puedan expresar sus dudas y recibir respuestas claras y bien fundamentadas sobre temas públicos. Esto también implica escuchar a la sociedad civil y considerar sus preocupaciones, para que las políticas gubernamentales sean más inclusivas y no se presten a distorsiones.

4. Nuevo paradigma en la comunicación, retos y fortalezas presentes en la comunicación social del gobierno

4.1 LA ERA DE LA POSVERDAD

La era digital ha transformado por completo la forma en que las personas se comunican y se relacionan con la información. Con el internet y las redes sociales se ha democratizado el acceso a la información pero también la presencia y exposición de narrativas que apelan a las emociones y a las creencias personales por encima de los hechos verificables, lo que hace que la búsqueda de una "verdad" objetiva sea hoy cada vez más difícil de encontrar. A ello se conoce como era de la posverdad²⁸.

Algunos estudiosos del fenómeno de la posverdad señalan que hoy la información está siendo como información "a pedido" o "a la carta", donde se selecciona el perfil y la tendencia de la información que se quiera conocer y se deja de lado a la información, que quizá sea más verdadera o trascendente, por no coincidir con las formas de pensar y las creencias de las personas. Se está en un momento donde los hechos compiten entre sí para luchar por llegar a convertirse en una verdad relativa, siempre y cuando la persona que la escuche esté dispuesta a creerla.

²⁸ Palabra que en 2016 de acuerdo con el Diccionario de Oxford fue de las más buscadas debido principalmente a dos procesos políticos: 1) la victoria de Donald Trump en las elecciones de Estados Unidos, y 2) el fenómeno social de la Unión Europea, específicamente en Reino Unido, conocido como el Brexit. En ambos casos, las campañas fueron altamente emocionales y se centraron en narrativas simples y polarizantes que apelaban a los miedos, frustraciones y deseos de los votantes, en lugar de centrarlos en hechos o argumentos racionales.

De acuerdo con algunos especialistas en comunicación y análisis del discurso²⁹, las posverdades son mentiras repetidas, por las redes sociales esencialmente, que se convierten en realidades porque quienes las reciben y las difunden creen que son ciertas al encontrar en esas noticias un mensaje que resuena con sus opiniones o fortalece sus creencias.

Ante estos sesgos cognitivos es difícil que los argumentos, la realidad y los hechos tengan más fuerza que las creencias y lo que dicen las redes sociales. El problema es que las mentiras que proliferan en redes sociales se ocultan en formatos de noticias con titulares llamativos, una redacción capaz de engañar y con fotos y videos que se han vuelto comunes en el mundo digital. Las **fake news** navegan a una velocidad mayor que las noticias verdaderas, de acuerdo con un estudio del MIT Initiative on the Digital Economy las noticias falsas tienen un 70% más probabilidades de ser compartidas y aceptadas³⁰.

*En un estudio de la consultora en ciberseguridad, Kaspersky (2022) reveló que **cerca de un 70% de los latinoamericanos es incapaz de distinguir una noticia falsa de una verdadera.***³¹

De acuerdo con datos de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH), el 81.2% de los mexicanos son usuarios de Internet³² y las plataformas digitales y las redes sociales han desplazado a los periódicos y otros medios de comunicación tradicionales como la principal fuente de noticias, siendo Whatsapp (92.6%), Facebook (91.6%), Instagram (80.6%) y Tik Tok (78.6%) las redes más usadas entre los internautas mexicanos mayores de 16 años³³. Ello hace que los procesos actuales para la obtención de la información se encuentren cada vez más vinculados a las tecnologías de la información; haciendo que exista un mayor riesgo de que ésta pueda ser parcial, tendenciosa o falsa.

²⁹ La era de la posverdad en la sociedad del riesgos, Héctor Alejandro Ramos Chávez, Investigador y Académico de la Universidad Autónoma de México. Disponible en:

file:///Users/magalifranco/Downloads/03_posverdad_noticias_falsas_hector_ramos.pdf

³⁰ https://ru.iibi.unam.mx/jspui/bitstream/IIBI_UNAM/CL1161/1/L223_Cap2.pdf

³¹ Ibidem

³² Encuesta Nacional Sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares, (ENDUTIH) 2023, INEGI. Disponible en: https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2024/ENDUTIH/ENDUTIH_23.pdf

³³ <https://es.statista.com/estadisticas/1035031/mexico-porcentaje-de-usuarios-por-red-social/>



4.2 RETOS POR AFRONTAR Y PROPUESTAS DE ACCIÓN PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN SOCIAL

La producción masiva de contenidos hoy ya no sólo emerge de los medios de comunicación ni de las fuentes oficiales, hay una amplia red de generadores de información que marcan tendencias y reconfiguran la llamada agenda **setting**³⁴. Por un lado, los medios aún inciden en qué pensar, pero también toman las tendencias virales en redes sociales como insumo para su agenda informativa. Se ha pasado a una comunicación horizontal, donde todos construyen la información.

Un Gobierno que se dedica a analizar y a entender lo que los ciudadanos están diciendo en las redes sociales respecto a sus políticas públicas es un Gobierno que escucha. Y un Gobierno que habla y que escucha, gobierna mejor.

Sin embargo, es necesario que desde el gobierno se proteja la verdad y se fomente una ciudadanía bien informada. Para ello, es necesario como fuentes de información que son los gobiernos, que se genere información de calidad para contrarrestar la desinformación y la información errónea y satisfacer las expectativas ciudadanas que se tienen de él.

Para lograrlo, hay que quitar aquellas barreras que propician la generación de desinformación e información errónea y establecer acciones para generar una comunicación constante, efectiva y que tome la iniciativa ante cualquier situación trascendente para lograr legitimar el actuar del gobierno entre la ciudadanía, los medios de comunicación, otros gobiernos y sectores de la sociedad.

RETOS A AFRONTAR PARA EVITAR LA DESINFORMACIÓN Y LA INFORMACIÓN ERRÓNEA AL INTERIOR DEL GOBIERNO DE ZACATECAS

- **Desfase en los tiempos en los que se difunde una nota aclaratoria y el tiempo en el que las notas son difundidas** por los medios de comunicación y en las redes sociales.
- Existen **vacíos de información**, lo que da pie a que la desinformación circule, se maximice y se posicione entre las audiencias versiones de la realidad, fragmentadas, manipuladas y tergiversadas al no existir información que contrarreste o que permita informar con exactitud.

PROPUESTAS DE CAMBIO

- **Mantener informada a la ciudadanía y a los medios a lo largo de todo el proceso de un evento o situación**, con actualizaciones constantes de la versión oficial según surjan nuevos hechos.
- Llevar a cabo un **monitoreo constante de las redes sociales, medios de comunicación y plataformas digitales para identificar** rápidamente cuando surjan **vacíos de información o** cuando se comience a difundir **versiones incorrectas o tergiversadas de la realidad**. Una vez detectado un vacío informativo, **generar y difundir un comunicado oficial en tiempo real**.

³⁴ Agenda-Setting: "La prensa no tiene mucho éxito en decir a la gente qué tiene que pensar pero sí lo tiene en decir a sus lectores sobre qué tienen que pensar" (Cohen, B. 1963, p. 13). La agenda setting estudia cómo los medios ejercen influencia en las audiencias mediante los temas que consideran de mayor relevancia para la opinión pública. A este conjunto de contenidos se los denomina comúnmente: Agenda de los Medios.

RETOS A AFRONTAR PARA EVITAR LA DESINFORMACIÓN Y LA INFORMACIÓN ERRÓNEA AL INTERIOR DEL GOBIERNO DE ZACATECAS

- **Ausencia de información en la difusión de acciones sobre el trabajo que realizan las autoridades y que es de interés de la ciudadanía.** Existe una desconexión entre la agenda de los medios, lo que le interesa a la ciudadanía y la agenda del gobierno estatal.
- **Fallas y ralentización en el flujo rápido de información** al interior de las dependencias.
- La **carencia de informes regulares** sobre seguridad pública ha mantenido la sensación de incertidumbre en la sociedad.
- Narrativas que restan credibilidad a los medios.
- **Versiones oficiales que se contraponen con versiones extraoficiales** difundidas en medios.
- **Las comunicaciones son reactivas y no proactivas.**
- **Titulares de dependencias** con **poco** entrenamiento para una **presencia asertiva** en medios de comunicación.
- **Fallas y ralentización en el flujo rápido de información al interior de las dependencias.**

PROPUESTAS DE CAMBIO

- Realizar foros, en línea y presenciales, para **discutir temas clave de interés público.**
- **Mejorar la presencia del gobierno en redes sociales** (Facebook, Twitter, Instagram, TikTok) para llegar a las audiencias más jóvenes.
- Interacción constante en redes sociales: **Responder preguntas, comentarios y dudas de los ciudadanos en tiempo real,** para mantener una comunicación abierta y transparente.
- **Generar encuestas de opinión y análisis de redes sociales** para medir el nivel de conocimiento de la ciudadanía sobre las acciones del gobierno.
- **Establecer protocolos estandarizados y claros para la autorización de la información,** de modo que los responsables de la comunicación en cada dependencia tengan lineamientos específicos sobre cuándo y cómo pueden publicar o difundir información sin tener que esperar la autorización centralizada de los altos mandos. Definir **cráterios claros sobre qué información puede ser difundida sin revisión centralizada,** tales como datos generales de proyectos, avances en programas o eventos.
- **Desarrollar informes semanales y/o quincenales de seguridad pública y distribuirlos en los canales oficiales.** Organizar sesiones informativas con los integrantes de la Mesa de Paz y transmitirlos en vivo.
- **Propiciar un discurso de respeto y colaboración con los medios,** valorando su rol en la sociedad y en el proceso de construcción de la información pública.
- **Asegurarse de que los desmentidos oficiales estén respaldados por datos verificables,** como imágenes, informes oficiales, declaraciones de testigos o cualquier otra evidencia que pueda aportar credibilidad a la información oficial. Trabajar de manera cercana con los medios de comunicación para corregir versiones extraoficiales que circulan, proporcionándoles información clara y precisa para que puedan informar correctamente a la ciudadanía.

PROPUESTAS DE CAMBIO

- **Crear un plan estructurado y anticipado para la gestión de la comunicación,** en el que se identifiquen temas clave o coyunturas que serán objeto de comunicación en el futuro. Identificar eventos (operativos de seguridad, lanzamientos de políticas públicas, situaciones de emergencia) que puedan ser de interés y preparar comunicados, notas informativas y campañas de sensibilización.
- **Brindar capacitación** y entrenamientos en medios tanto **a los enlaces de comunicación como a los titulares de las dependencias** para desarrollar sus habilidades de comunicación.

4.3 PROPUESTA DE ACCIONES PARA UN MAYOR POSICIONAMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE PAZ EN ZACATECAS

A partir de la sistematización de hallazgos derivados de las entrevistas a personas encargadas de la comunicación social del gobierno del Estado y con base en el análisis del equipo del PNUD se propone llevar a cabo las acciones que a continuación se describen para lograr un mayor posicionamiento de la Estrategia de Paz en la entidad.

1. Fomentar el involucramiento activo y la coordinación entre las Secretarías del Estado

- **Reuniones periódicas de los Subcomités de Bienestar:** Llevar a cabo reuniones de trabajo periódicas entre el Comité de Evaluación y Comunicación y los Subcomités de Bienestar (1. Bienestar y Paz, 2. Bienestar y Valores, 3. Bienestar con Desarrollo y 4. Bienestar en Territorio) para asegurar que los mensajes y las acciones se sincronicen con la Estrategia de Paz.

2. Incentivar el nombramiento de una vocería oficial

- **Nombrar una vocería oficial:** Con autoridad y credibilidad, que centralice la comunicación oficial y represente al gobierno en los temas de seguridad. Esta persona vocera debe ser el principal punto de contacto con los medios de comunicación para evitar mensajes dispersos o contradictorios.
- **Entrenamiento en medios:** Capacitaciones y entrenamiento en medios para comunicar de manera clara y efectiva los avances, desafíos y medidas adoptadas en la estrategia de paz.

3. Garantizar la consistencia en las conferencias de prensa

- **Establecer una frecuencia regular para las conferencias de prensa:** Planificar conferencias de prensa periódicas en las que se informe a los medios de comunicación sobre los avances, los retos y las acciones en la estrategia de paz.
- **Diversificar los formatos de comunicación:** Además de las conferencias de prensa, considerar otros formatos y medios como transmisiones en vivo en redes sociales, o informes interactivos, para alcanzar una audiencia más amplia y mantener el interés.

4. Eliminación de vacíos de información y mejora en el flujo de difusión

- **Desarrollar un sistema centralizado de comunicación:** Sumar esfuerzos para centralizar toda la información y actualizaciones oficiales sobre la Estrategia de Paz en un mismo sitio, ya sea el sitio web oficial del gobierno del Estado o en la página www.bienestartzac.mx
- **Utilizar canales alternativos:** Hacer uso de aplicaciones móviles, redes sociales, WhatsApp, y boletines electrónicos para garantizar que la información llegue de manera rápida, eficaz y accesible a todos los sectores de la sociedad.

5. Comunicación proactiva

- **Planificar campañas de comunicación:** Anticipar posibles preocupaciones o desinformación y generar comunicados previos sobre temas que podrían generar controversia.
- **Involucrar a los ciudadanos en la comunicación:** No sólo reaccionar a noticias, sino generar contenido como infografías o testimonios de los ciudadanos que resalten el beneficio de las acciones de seguridad emprendidas.

6. Definir una agenda clara para posicionar temas de comunicación sobre la Estrategia de Paz

- **Desarrollar una agenda de temas clave:** Definir temáticas mensuales o trimestrales que se difundan de manera consistente, involucrando a actores externos (sociedad civil, empresas, instituciones académicas) para enriquecer la discusión.

7. Orientar los eventos y acciones hacia una audiencia más amplia

- **Diseñar eventos inclusivos:** Organizar eventos pensados en la participación de la sociedad civil, organizaciones comunitarias, académicos, medios de comunicación, y actores clave del sector privado para generar mayor vinculación y colaboración.

4.4 REQUERIMIENTOS PARA UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PROACTIVA

Para lograr una comunicación gubernamental efectiva debe priorizarse en todo momento la proactividad y solo dejar una pequeña parte a la comunicación reactiva. De acuerdo con algunos especialistas en comunicación en gobiernos⁵⁵, para diseñar una estrategia de comunicación es necesario primero llevar a cabo un proceso de investigación, redactar la estrategia, definir el mensaje y elaborar un plan de medios.

1. INVESTIGACIÓN

- **Conocimiento de la entidad y de las personas voceras:** Para tener una visión objetiva y acertada de lo que piensa la gente, los sondeos de opinión y los **focus group** son los mejores aliados para medir las percepciones de los ciudadanos acerca de una situación que viven a diario, como la seguridad. También es importante conocer qué opinión tienen del gobernador y de los secretarios ya que ellos son portavoces del gobierno: cómo los perciben políticamente, qué se piensa de su imagen, en qué temas tiene más autoridad .
- **Segmentación de audiencias:** para diseñar diversas estrategias dependiendo del número de personas seguidoras o detractoras o de los sectores clave a quienes se quiere dirigir. 1. Segmentación sociodemográfica: por sexo, edad, estado civil, escolaridad, nivel de ingresos. 2. Segmentación geográfica: por región, municipios o localidades. 3. Segmentación política: seguidores duros, blandos, opositores duros y blandos.
- **c) Definición de agenda, políticas y acciones para dar a conocer:** Para comunicar sobre determinada política, por ejemplo la Estrategia de Paz se requiere determinar cómo se va a posicionar el tema dentro de la agenda pública; es decir, convertir el problema en una de las primeras preocupaciones de las audiencias para informar cómo esa política pública va a resolver el problema. Cuando el tema se vuelve prioritario en la agenda pública, posicionarlo dentro de las agendas mediáticas es más fácil: los medios reportan lo que comentan los políticos y la gente se preocupa por lo que ve en los medios. Por último investigar acerca de cómo esa política pública puede afectar a la gente y elaborar un mensaje que minimice los efectos negativos, enfatizando la necesidad del actuar del Gobierno sobre esa política en el largo plazo.

2. ELEMENTOS A CONSIDERAR DENTRO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PROACTIVA

La estrategia es la columna vertebral que estructura todos los mensajes y acciones en el corto, mediano y largo plazo. Se trata de un documento sintético, que se basa en la investigación y proyecta la acción del Gobierno para lograr un objetivo de gestión gracias a un manejo adecuado de la comunicación.

³⁵ "Manual de comunicación de gobierno: estrategias para proyectar las políticas públicas" Realizado por un grupo de académicos expertos en comunicación política de la Universidad Externado de Colombia: Angie Katherine González, Eugenia Richardson, Diego Mazorra, Jorge Luis del Castillo, Ricardo Arias, Ivette Hernández, Ismael Crespo, año 2016.

La estrategia se basa en la investigación y se enfoca en:

- Los temas por tratar
- El mensaje que se va a divulgar
- El público que se deberá informar
- Los lugares a dónde ir
- Los eventos por organizar
- Los aspectos favorables de la política del Gobierno a difundir
- Los medios que se van a utilizar
- El calendario por aplicar.

Aunado a la estrategia de comunicación se recomienda llevar a cabo las siguientes acciones:

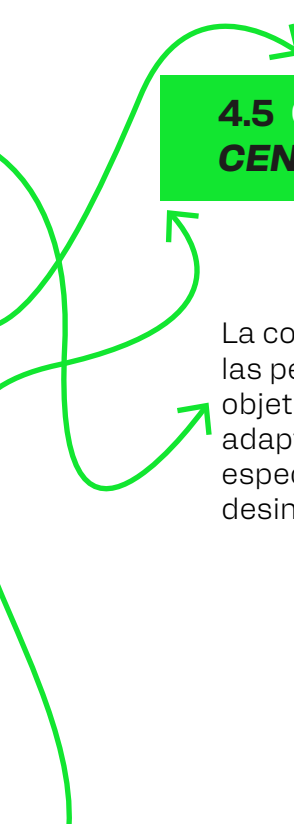
1. Diseñar un plan de comunicación, que fije las políticas que se deben seguir en la comunicación en línea y en otros medios o plataformas.

2. Trazar un mapa de comunicación, cuando los equipos de trabajo tengan dudas, deben saber a quién preguntar para obtener respuestas rápidas. Los medios de comunicación agradecen las soluciones inmediatas.

3. Responder a las inquietudes de los medios, en los casos que lo requieran hay que dar la cara y aclarar las dudas que se presenten frente a determinada actuación o decisión.

4. Ser fuente de información. Los gobiernos deben convertirse en fuente de información obligada para los periodistas. Para lograrlo es necesario contar con información actualizada y verificable.

5. Trabajar en equipo: es indispensable que la administración cuente con un equipo de alta eficacia que se apropie de los mensajes.



4.5 COMUNICACIÓN DE GOBIERNO CENTRADA EN LA CIUDADANÍA

La comunicación de gobierno centrada en la ciudadanía es un enfoque que pone a las personas en el centro de las políticas y la gestión de la comunicación pública. Su objetivo es establecer un canal directo, abierto y empático con la población, adaptándose a sus intereses, preocupaciones y necesidades. Esta estrategia es especialmente relevante en momentos de crisis, como las generadas por la desinformación, donde la confianza y el apoyo de la ciudadanía son fundamentales.

ELEMENTOS CLAVE DE UNA COMUNICACIÓN DE GOBIERNO CENTRADA EN LA CIUDADANÍA

La base de una comunicación empática es escuchar de manera activa las preocupaciones, necesidades y sentimientos de la ciudadanía. El gobierno debe no solo emitir mensajes, sino también escuchar y comprender lo que preocupa a la población.

Checklist de acciones clave:

- **Monitoreo constante de opiniones:** Utilizar redes sociales, encuestas, mesas de diálogo, y otras herramientas para identificar los temas que más preocupan a la ciudadanía.
- **Responder a las preocupaciones de manera personal:** Dirigirse a la gente de manera directa, mostrando que se comprende y se valida su preocupación, especialmente durante crisis.
- **Escuchar a todos los sectores de la sociedad:** Asegurarse de que la comunicación no sea unilateral y que se tengan en cuenta diferentes perspectivas, especialmente las de grupos más vulnerables.
- **Humanizar el mensaje:** El tono debe ser cercano y empático, como si estuvieras hablando directamente con una persona, no solo como una entidad institucional.
- **Explicar las decisiones:** Los ciudadanos deben comprender por qué se toman ciertas decisiones gubernamentales, especialmente si son complejas o difíciles.
- **Reconocer errores cuando ocurren:** Si hay fallos en las decisiones o en la implementación de políticas, el gobierno debe ser honesto y asumir su responsabilidad, explicando cómo se corregirán.
- **Fomentar la participación:** Invitar a los ciudadanos a colaborar, ya sea mediante el cumplimiento de las normas, participación en encuestas o programas de voluntariado, lo que ayuda a reforzar el sentido de comunidad.
- **Comunicar con sensibilidad cultural:** Ser consciente de las diferencias culturales, regionales y de contexto al crear los mensajes.

5. Comunicación estratégica en momento de crisis *por desinformación e información errónea*

En tiempos de hipercomunicación, todos estamos a un clic de una crisis. Se deben tomar medidas para que una crisis por desinformación e información errónea no afecte la reputación ni operación del Gobierno. Un simple comentario de un funcionario público ante un micrófono en la calle puede hacer que caiga por completo la línea de comunicación elaborada por el Gobierno.

5.1 RECONOCER UNA CRISIS

a) **¿Qué es un momento de crisis real o potencial en el contexto de la desinformación e información errónea?**

Un momento de crisis real o potencial en el contexto de la desinformación y ante la presencia de información errónea se refiere a una situación en la que la difusión de información falsa o manipulada tiene el poder de causar daños significativos en la sociedad, en la política, en la economía o en la seguridad. Estos momentos pueden surgir de forma inmediata (**crisis real**) o en un futuro cercano (**crisis potencial**).

b) **Identificación y monitoreo de temas de seguridad que pueden escalar**

Detectar, seguir y analizar las posibles amenazas o situaciones relacionadas con la seguridad que tienen el potencial de empeorar debido a la desinformación. Para ello, es necesario realizar un seguimiento constante de cómo se está desarrollando un tema vinculado a la seguridad en las plataformas de comunicación (redes sociales, medios tradicionales, foros en línea, etc.) ya que la desinformación podría hacer que una situación inicialmente controlable se convierta en una crisis mayor.

5.2 PREPARARSE PARA LAS CRISIS

Tener una estrategia de comunicación bien definida para momentos de crisis es crucial porque ayuda a gestionar la situación de manera eficiente, minimizar el daño a la reputación, protege la seguridad, combate la desinformación y facilita la recuperación. Una estrategia de comunicación sólida en momentos de crisis por desinformación e información errónea asegura que las autoridades puedan proporcionar información veraz, clara y coherente y que se restaure la confianza lo más pronto posible.

a) Definición del comité de crisis

La formación de un comité de crisis es fundamental para coordinar la respuesta efectiva ante una situación de crisis por desinformación. Este comité **debe estar integrado por personas con roles clave en la toma de decisiones, la gestión de la comunicación y la implementación de las medidas necesarias.**



PORTAVOCES O DIRECTORES DE COMUNICACIÓN

Son esenciales para coordinar los mensajes oficiales y asegurar que la comunicación sea clara, coherente y transparente. **Son responsables de ofrecer respuestas rápidas** y evitar la propagación de desinformación e información errónea.



ESPECIALISTAS EN CIBERSEGURIDAD

Su función es identificar la fuente de la desinformación o de la información errónea (si es digital), **mitigar ataques cibernéticos y asegurar que las plataformas en línea sean monitoreadas** de forma efectiva para detectar y bloquear información falsa antes de que se propague masivamente.



ANALISTA DE DATOS

Necesarios para rastrear, verificar y analizar la desinformación y la información errónea que circula. **Pueden usar herramientas** de análisis de datos y monitoreo en redes sociales **para identificar patrones y orígenes de campañas de desinformación e información errónea.**



DIRECTORES DE SEGURIDAD PÚBLICA

En casos donde la desinformación y la información errónea tengan implicaciones para la seguridad del estado, **estos funcionarios son clave para gestionar amenazas potenciales y coordinar la respuesta con otras instancias de seguridad.**



ASESORES LEGALES

Ayudan a garantizar que la respuesta del gobierno sea legalmente adecuada, proteja los derechos fundamentales (como la libertad de expresión) **y esté en línea con la legislación sobre protección de datos y privacidad.**



ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES (ONGs)

Estas **pueden aportar una visión desde la perspectiva de la sociedad civil**, sobre todo en lo relacionado con la educación digital y la lucha contra la desinformación y la información errónea. Las ONGs **también pueden colaborar en campañas de alfabetización mediática.**



INVESTIGADORES Y ACADÉMICOS

Expertos en comunicación, medios digitales y desinformación. Ellos **pueden ayudar a diseñar estrategias basadas en la evidencia para educar al público** y crear mejores políticas informativas.

b) Elaboración de un mapa de escenarios y matriz de probabilidad

Ante un escenario de alto impacto y baja probabilidad debe elaborarse un plan de acción robusto y detallado. En el caso de un escenario de alta probabilidad y bajo impacto deben definirse protocolos de atención y solución de corto plazo, para controlar y mitigar la posibilidad de que el impacto sea superior.

De acuerdo con especialistas en crisis de comunicación, existen diversas tipologías de riesgos³⁶ que pueden presentarse en el sector público. Una estrategia de comunicación en crisis en contextos de desinformación y de información errónea **se debe centrar en las fallas informativas que se pueden presentar y de ahí desarrollar un mapa de escenarios con una matriz de probabilidad.**

³⁶ Idem

Las fallas informativas que se pueden presentar son:

FALLAS INFORMATIVAS

- Fallas por desinformación
- Por exceso de información
- Declaraciones que generan debate
- Ataques de la opinión pública
- Ataques de los medio de comunicación
- Ataques de la oposición

1. MAPA DE ESCENARIOS

El mapa de escenarios es una **herramienta que ayuda a visualizar cómo cada tipo de crisis podría desencadenarse, qué consecuencias podría tener y qué respuestas serían necesarias**. Aquí, se asocian las tipologías de crisis a escenarios específicos y se definen sus componentes clave (causas, efectos y respuestas posibles).

PASOS PARA CREAR EL MAPA DE ESCENARIOS

1.

Identificar las fuentes o factores que provocan cada tipo de crisis

Estas son las causas de la desinformación y la información errónea que desencadenan cada tipo de crisis.

2.

Determinar las consecuencias de cada tipo de crisis: *¿Qué sucede si no se controla la crisis?, ¿Cómo impacta a la opinión pública, la política o la estabilidad del gobierno?*

3.

Definir las respuestas estratégicas

que el gobierno debe adoptar ante cada escenario: *¿Cómo se aborda cada tipo de crisis?*

EJEMPLO DE MAPA DE ESCENARIOS

TIPOS DE CRISIS	CAUSAS	CONSECUENCIAS	RESPUESTAS ESTRATÉGICAS
FALLAS DE INFORMACIÓN	Faltan datos o la información proporcionada es incompleta o errónea	Confusión generalizada, desconfianza pública, toma de decisiones incorrectas por parte de la ciudadanía	Verificación y corrección inmediata de la información, generar comunicados claros y transparentes
EXCESO DE INFORMACIÓN	Sobrecarga informativa, datos contradictorios, falta de filtrado.	Confusión, dificultad para tomar decisiones informadas, desinformación por saturación de mensajes	Filtrar y organizar la información clave, hacer resúmenes claros y concisos, mejorar los canales de comunicación
DECLARACIONES QUE GENERAN DEBATE	Declaraciones mal formuladas o mal interpretadas	Polarización de opiniones, desviación de la atención de temas importantes	Aclaración y contextualización inmediata de las declaraciones, preparación de voceros, utilizar plataformas oficiales para aclarar
ATAQUES DE LA OPINIÓN PÚBLICA	Críticas amplificadas por falta de comunicación o errores en la gestión	Pérdida de apoyo público, crisis de legitimidad, presión social para cambios inmediatos	Responder con hechos verificables, mejorar la comunicación de logros y políticas, mostrar cercanía con la ciudadanía.
ATAQUES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	Cobertura sesgada o manipulación de hechos por parte de los medios	Desinformación masiva, daño a la reputación gubernamental, posible pérdida de credibilidad	Proveer información precisa a los medios, organizar conferencias de prensa, formar alianzas con medios clave, corregir informaciones erróneas
ATAQUES DE LA OPOSICIÓN	Campañas de desinformación, críticas desde partidos opositores	Desestabilización política, pérdida de apoyo, desconfianza en las instituciones	Responder proactivamente con desmentidos, mantener un discurso cohesivo, demostrar hechos y logros concretos

2. MATRIZ DE PROBABILIDAD DE RIESGOS

Una matriz de probabilidad de riesgos **permite clasificar los escenarios según su probabilidad de ocurrir y su impacto potencial**. Esta herramienta ayuda a priorizar las acciones preventivas.

PASOS PARA ELABORAR MATRIZ DE PROBABILIDAD DE RIESGOS

1.

Listar los escenarios identificados en el mapa de escenarios.

2.

Evaluar la probabilidad de que cada tipo de crisis ocurra, asignando un puntaje de 1 a 5 (1= impacto bajo, 5=impacto alto).

3.

Evaluar el impacto de cada crisis en caso de que ocurra, también con una puntuación de 1 a 5 (1= impacto bajo, 5=impacto alto).

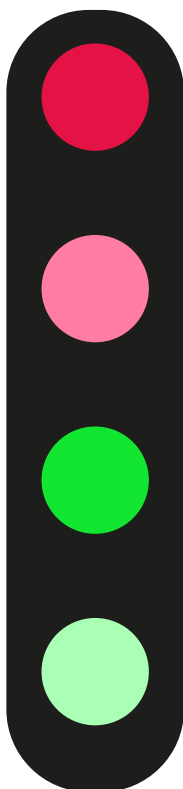
4.

Calcular el puntaje de riesgo: Multiplica la probabilidad por el impacto para obtener el puntaje de riesgo. Los escenarios con mayor puntaje requieren una respuesta más urgente.

EJEMPLO DE LA MATRIZ DE PROBABILIDAD DE RIESGOS

TIPOS DE CRISIS	PROBABILIDAD (1-5)	IMPACTO (1-5)	PUNTAJE DE RIESGO (PROBABILIDAD X IMPACTO)
FALLAS DE INFORMACIÓN	3	4	12
POR EXCESO DE INFORMACIÓN	4	3	12
DECLARACIONES QUE GENERAN DEBATE	4	3	12
ATAQUES DE LA OPINIÓN PÚBLICA	5	5	25
ATAQUES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	3	4	12
ATAQUES DE LA OPOSICIÓN	4	5	20

3. INTERPRETACIÓN DE LA MATRIZ



ATAQUES DE LA OPINIÓN PÚBLICA (PUNTAJE 25)

Este es el escenario con mayor probabilidad y mayor impacto, por lo que debe ser una prioridad máxima. Se debe tener una estrategia de comunicación proactiva y transparente para restaurar la confianza pública.

ATAQUES DE LA OPOSICIÓN (PUNTAJE 20)

Aunque la probabilidad de que este escenario ocurra es alta, su impacto sería severo. Se debe preparar una respuesta estratégica sólida, respaldada por datos y hechos verificables, para contrarrestar la desinformación y la información errónea.

FALLAS DE INFORMACIÓN, EXCESO DE INFORMACIÓN Y DECLARACIONES QUE GENERAN DEBATE (PUNTAJE 12)

Estos escenarios tienen una probabilidad moderada de ocurrir, pero el impacto es significativo. En estos casos, es fundamental contar con planes de contingencia, como la verificación y corrección inmediata de información.

ATAQUES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN (PUNTAJE 12)

Aunque la probabilidad de que ocurran ataques de los medios es moderada, el impacto es relevante. Es importante establecer relaciones sólidas con los medios y estar preparados para desmentir cualquier información errónea rápidamente.

C) Mapa de audiencias

Seguidores: Son quienes coinciden con una ideología, política, posición o decisión.

Indecisos: Son aquellos que no tienen aún una posición clara frente a un tema.

Indiferentes: Son quienes consideran que el tema de debate no afecta sus intereses.

Opositores: Son aquellos que con argumentos, o sin ellos, tienen una clara posición en contra, la hacen saber a los demás, e incluso ejercen acciones para inclinar la balanza del debate a su favor.

Con relación a quienes están en contra, es necesario identificar los argumentos que tienen para poder refutar, contraargumentar o desactivar; quienes permanecen neutros, hay que tener cuidado de no activarlos como audiencia a favor o en contra en el momento de la crisis; y a quienes están a favor, se les debe entregar herramientas para que puedan migrar de una actitud pasiva a una actitud proactiva, a fin de convertirlos en validadores.

d) Definición de criterios para la generación de narrativas en momentos de crisis por desinformación

1. Claridad y simplicidad

La narrativa debe ser clara, directa y fácil de entender para evitar más confusión. Usar un lenguaje accesible garantiza que el mensaje llegue de manera efectiva a todos los públicos.

2. Transparencia y honestidad

La narrativa debe ser completamente transparente sobre los hechos y la situación. No se deben ocultar detalles. Hay que ser honestos, incluso cuando se trata de situaciones difíciles. Ser claro sobre lo que se sabe y lo que no se sabe aún, las medidas que se están tomando y el progreso en tiempo real.

3. Coherencia y consistencia

La narrativa debe ser coherente entre todos los actores involucrados en la comunicación y entre todos los funcionarios del gobierno. Todos deben contar la misma historia. Las contradicciones en los mensajes aumentan la desconfianza y alimentan la desinformación.

4. Apoyo a la veracidad y los hechos

Toda narrativa debe estar basada en hechos verificables y datos contrastados. Responder con datos, cifras, investigaciones y estudios verificados que respalden la información proporcionada.

5. Adaptabilidad

La narrativa debe ser flexible y capaz de adaptarse a nuevos desarrollos a medida que la crisis evoluciona. Establecer una estrategia de actualización constante, de modo que la narrativa se ajuste según la evolución de los hechos.

6. Calma y control

La narrativa debe transmitir una sensación de control, estabilidad y confianza en la capacidad de manejo de la crisis, sin caer en el pánico ni minimizar la situación.

7. Llamado a la acción

La narrativa debe incluir instrucciones claras y acciones recomendadas para el público, en lugar de sólo describir los hechos. Incluir detalles sobre cómo las personas pueden contribuir a mitigar la crisis, ya sea colaborando, reportando información verificada, o siguiendo medidas de seguridad.

8. Inclusividad y diversidad

La narrativa debe ser inclusiva y respetuosa con la diversidad de audiencias, teniendo en cuenta las diferentes perspectivas, culturas y contextos. Adaptar los mensajes según el público objetivo, ya sea edad, ubicación geográfica, nivel de educación, etc.

d) Definición de canales de comunicación y flujos de información más efectivos para la contención de una crisis por desinformación e información errónea

La definición de canales de comunicación y flujos de información es crucial para gestionar y contener una crisis por desinformación, especialmente en el contexto gubernamental. Estos canales y flujos deben ser eficaces, rápidos, y adecuados para garantizar que la información correcta llegue de manera clara y precisa.

CANALES CLAVE

1. Redes sociales oficiales (Twitter, Facebook, Instagram, TikTok)

Utilizar las redes sociales oficiales del gobierno para proporcionar aclaraciones rápidas y directas. Publicar datos verificables, desmentidos de rumores, y respuestas a preguntas frecuentes.

Estrategia: Responder de manera proactiva, utilizando herramientas como "hashtags oficiales", imágenes, infografías, videos explicativos, y enlaces a fuentes confiables.

2. Página web oficial del gobierno

Publicar comunicados oficiales, informes, y aclaraciones detalladas sobre la desinformación.

Estrategia: Crear una sección especial de "Crisis en Curso" o "Desmentidos" con actualizaciones frecuentes sobre la situación. Esto refuerza la autoridad y claridad.

3. Comunicados de prensa

Organizar conferencias de prensa periódicas para proporcionar información actualizada y abordar los rumores o desinformación directamente.

Estrategia: La persona vocera debe ser experta y entrenada para abordar preguntas difíciles y transmitir mensajes claros.

4. Conferencias de prensa

Organizar conferencias de prensa periódicas para proporcionar información actualizada y abordar los rumores o desinformación directamente.

Estrategia: La persona vocera debe ser experta y entrenada para abordar preguntas difíciles y transmitir mensajes claros.

5. Canales de mensajería directa con medios (WhatsApp, Telegram u otros)

Establecer líneas directas o grupos de difusión para enviar información oficial a los medios de comunicación.

Estrategia: Crear grupos o canales oficiales donde se pueda enviar desmentidos o actualizaciones.

6. Radio y televisión públicas

Las emisoras oficiales pueden transmitir anuncios y noticias, y proporcionar actualizaciones en tiempo real sobre los hechos y las respuestas del gobierno.

Estrategia: Utilizar spots informativos cortos y segmentados, así como programas especiales para responder a desinformación y promover la transparencia.

7. Influencers y líderes de opinión

Colaborar con figuras públicas y expertos en áreas específicas para amplificar el mensaje y desmentir rumores de manera efectiva.

Estrategia: Trabajar con influencers de confianza que puedan ayudar a transmitir información verificada y desmentir narrativas falsas.

FLUJOS DE INFORMACIÓN EFECTIVOS EN UNA CRISIS POR DESINFORMACIÓN

Los flujos de información se refieren a la circulación de datos entre los diferentes actores involucrados en la gestión de la crisis (gobierno, ciudadanos, medios de comunicación, etc.) para asegurar que la información correcta se transmita de manera efectiva.

- **Flujo Interno** (Gobierno - Equipo de Comunicación - Voceros)

Los equipos de comunicación del gobierno **deben estar bien coordinados para asegurar que los mensajes oficiales sean consistentes y alineados.** Esto incluye al gobernador, secretarios, personas voceras y responsables de la gestión de la crisis.

Estrategia

- **Establecer un centro de comando centralizado** para la gestión de crisis.
- Crear un **flujo de información eficiente entre** las diferentes **dependencias gubernamentales.**
- Asegurar que **la persona vocera** esté **alineada y entrenada** para ofrecer mensajes claros y coherentes.
- Proporcionar **actualizaciones frecuentes** a los equipos internos para mantenerlos informados.

- **Flujo hacia los medios de comunicación**

La relación entre el gobierno y los medios es clave para asegurar que la información correcta se difunda masivamente. **Los medios son el canal principal para alcanzar a grandes audiencias.**

Estrategia

- **Proveer comunicados de prensa**, realizar conferencias de prensa regulares y establecer rondas de entrevistas con los medios principales.
- **Organizar** briefings o **sesiones informativas para periodistas** donde puedan hacer preguntas sobre la situación.
- **Mantener un contacto continuo con los periodistas** para proporcionar datos y respuestas claras.

- Flujo hacia la ciudadanía

Asegurarse de que los ciudadanos reciban la información adecuada de manera directa y comprensible.

Estrategia

- **Crear canales de comunicación bidireccionales** (por ejemplo, chats en redes sociales) para que los ciudadanos puedan hacer preguntas y recibir respuestas rápidamente.
- **Monitorear continuamente las preguntas frecuentes** y los rumores en redes sociales, **y responder de manera proactiva.**

f) Capacidades y herramientas internas: Identificar las capacidades instaladas, y herramientas necesarias de gestionar entre el equipo estratégico de comunicación para el manejo de la crisis

Las capacidades instaladas son aquellas habilidades, conocimientos y competencias que ya existen dentro del comité de crisis y son fundamentales para gestionar la crisis de desinformación e información errónea y permitir al equipo responder rápidamente a la crisis.

Capacidades instaladas

- **Capacidad para identificar, monitorear y rastrear desinformación en tiempo real.** Esto incluye la habilidad de detectar noticias falsas, rumores, distorsiones o manipulaciones.
- **Habilidad para analizar la reacción del público** ante la desinformación, identificar patrones y medir el impacto emocional, político y social de los mensajes.
- **Habilidad para redactar mensajes y respuestas claras,** directas y comprensibles y desarrollar narrativas **que contrarresten desinformación,** refuercen la verdad **y mantengan la credibilidad del gobierno.**
- **Capacidad para coordinar la comunicación a través de diferentes canales** (redes sociales, medios tradicionales, página web, etc.), asegurando que los mensajes sean consistentes y alineados.
- **Capacidad para tomar decisiones rápidas** y ajustadas a los cambios constantes en la situación de la crisis, **manteniendo la calma y dirigiendo los esfuerzos hacia la resolución.**
- Capacidad para **interactuar de manera efectiva con periodistas,** responder a preguntas y controlar la narrativa en los medios tradicionales y digitales.

HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA GESTIONAR LA CRISIS DE DESINFORMACIÓN E INFORMACIÓN ERRÓNEA

Las herramientas necesarias son aquellas que permiten operar de manera eficiente y eficaz durante una crisis de desinformación. Estas herramientas deben facilitar el monitoreo de la situación, la creación de contenido, la coordinación interna y la evaluación del impacto de las respuestas.

- Herramientas de escucha social y monitoreo de medios

Ejemplos: Hootsuite, Brandwatch, Sprout Social, Talkwalker, Meltwater.

Uso: Permiten monitorear menciones en tiempo real, identificar tendencias, detectar desinformación y analizar el sentimiento público en redes sociales, blogs y medios de comunicación. Son esenciales para conocer el estado de la crisis y actuar de manera informada.

- Plataformas de Fact-Checking

Ejemplos: PolitiFact, FactCheck.org, Full Fact.

Uso: Ayudan a verificar la información y a refutar rumores y noticias falsas con evidencia y datos objetivos. Permiten ofrecer respuestas respaldadas por hechos y fortalecer la credibilidad del gobierno.

- Herramientas de diseño gráfico

Ejemplos: Canva, Adobe Creative Suite.

Uso: Permiten crear contenido visual atractivo (infografías, gráficos, videos) para reforzar los mensajes y hacerlos más comprensibles.

- Sistemas de mensajería y colaboración interna

Ejemplos: Slack, Microsoft Teams, Google Workspace.

Uso: Permiten la colaboración y comunicación en tiempo real entre los miembros del equipo, facilitando la coordinación de las respuestas y asegurando que todos los involucrados estén actualizados.

- Encuestas y herramientas de opinión pública

Ejemplos: SurveyMonkey, Google Forms, Polldaddy.

Uso: Pueden ser utilizadas para obtener retroalimentación directa del público sobre las acciones comunicacionales del gobierno, permitiendo ajustar las estrategias en función de la respuesta ciudadana.

FORTALECIMIENTO A PERSONAS VOCERAS

Para la **asignación de una persona vocera** es necesario analizar **qué percepción tienen de esta persona en términos políticos**:

¿Cuánta gente la conoce? ¿Cómo la identifican? ¿Cuál ha sido su carrera? ¿Existen incoherencias en trayectoria profesional y política? ¿De dónde viene?

En términos de imagen:

¿Su imagen es favorable / desfavorable? ¿Tiene algunos temas fuertes? ¿De qué puede hablar con autoridad? ¿Cómo se desenvuelve frente a los medios de comunicación? ¿Se siente cómoda hablando en televisión? ¿En radio? ¿Sabe twittear? ¿Cuál es su contacto con la gente en el terreno?

LA PERSONA VOCERA DEBE

- Conocer a fondo la información que va a entregar a la prensa.
- **Ser entrenada y actualizada para cumplir con su propósito.** En una rueda de prensa debe ser capaz de otorgar respuestas a preguntas incómodas o difíciles de contestar.
- Transmitir de manera clara y contundente el mensaje que ha sido diseñado por los encargados de las comunicaciones.
- **La persona vocera nunca miente.** Si no conoce la respuesta, o no la puede dar, lo dice.

5.3 MONITOREO DE NARRATIVAS

Las redes sociales son el principal vehículo para la diseminación de desinformación e información errónea. Por ello, **es necesario utilizar herramientas especializadas para monitorear en tiempo real lo que se dice en plataformas como Twitter, Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, entre otras, es esencial.**

a) Monitoreo constante: Utilizar herramientas de seguimiento en redes sociales y medios para detectar la desinformación en tiempo real.

Algunas herramientas de monitoreo:

- Hootsuite

- i) **Funcionalidad:** Permite monitorizar múltiples plataformas sociales, rastrear menciones de términos clave o hashtags, y analizar el sentimiento en torno a temas específicos.
- ii) **Uso:** Configura alertas para palabras clave relacionadas con la crisis, lo que te permitirá identificar rápidamente cualquier comentario o publicación que pueda estar distorsionando la realidad o propagando desinformación.

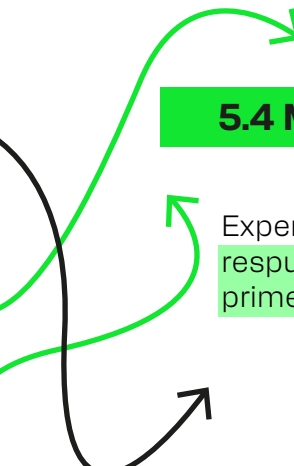
b) Identificación de señales de desinformación

Algunas señales:

- El contenido proviene de cuentas o sitios web sin una identidad clara.
- La fuente no está respaldada por expertos o instituciones reconocidas.
- No hay referencias a fuentes de información verificables
- El título o encabezado es extremadamente alarmante
- Mensajes que se contradicen entre sí o con los hechos conocidos.
- Las imágenes o videos parecen editados o alterados
- El contenido visual está acompañado de un mensaje que no corresponde con el contexto original.
- El mensaje refuerza estereotipos, prejuicios o divisiones en la sociedad.
- Se observa un patrón de viralización sin intervención de fuentes

c) Activación de un equipo de crisis

- 1. Notificación formal:** El líder del equipo o el responsable de gestión de crisis (usualmente el Director de Comunicación) debe notificar al comité de crisis sobre la situación, detectada y la gravedad de la crisis.
- 2. Reunión inicial:** Una vez activado, el equipo se reúne para evaluar la situación, definir el alcance de la crisis y elaborar un plan de acción inicial. En esta fase se evalúan los riesgos y la percepción pública, y se analizan las primeras reacciones.
- 3. Planificación rápida de respuesta:** El equipo debe acordar una estrategia de respuesta en tiempo real que sea clara, coherente y alineada con los objetivos planteados. Es fundamental que el mensaje sea unificado y que todas las partes del equipo trabajen con la misma información.



5.4 MENSAJE CLARO VERIFICABLE Y OPORTUNO

Expertos en el tema de la comunicación en crisis coinciden que el tiempo de respuesta ideal incluye poder dirigirse a todos los públicos de interés durante las dos primeras hora³⁷.

a) Negación fundamentada: Si la noticia es falsa, desmentirla con pruebas verificables y datos concretos.

Cuando una noticia o rumor es claramente falso, es fundamental desmentir con hechos verificables y pruebas claras que refuten la información errónea.

Pasos para la negación fundamentada:

- 1) Inmediatamente refutar:** A medida que el rumor se propaga, es importante emitir una respuesta oficial lo antes posible. La demora puede dar espacio a más desinformación o a la generación de información errónea.
- 2) Citar fuentes oficiales y datos verificables:** Utiliza informes, estudios, estadísticas oficiales o expertos reconocidos para respaldar el mensaje.
- 3) Ser transparente:** No solo se debe refutar la información, sino también ofrecer detalles claros sobre cómo se llegó a la verdad.

b) Desmentidos claros: Un mensaje ambiguo puede generar más dudas; es mejor ser directo y transparente.

Es importante que los mensajes de desmentido sean directos y sin ambigüedades. Los desmentidos confusos o vagos pueden generar más dudas y permitir que la desinformación o la información errónea se expanda.

Pasos para la negación fundamentada:

- 1) Utilizar un lenguaje simple y directo:** Usar frases claras como "esto es falso" o "esto no es correcto".
- 2) Reflejar la desinformación original y aclarar:** Replicar la afirmación errónea y luego ofrecer la corrección, para que quede claro qué es falso y cuál es la verdad.
- 3) Enfatizar la fuente de la verdad:** Al mencionar la corrección, asegurarse de señalar que se basa en fuentes fiables, como estudios, investigaciones o declaraciones oficiales.

³⁷ Manual de Manejo de Crisis. Tesina para la Maestría en Análisis Político y Medios de Información. Sayuri Fierros. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus CDMX. Disponible en: <https://repositorio.tec.mx/server/api/core/bitstreams/316f28e0-8f0b-4a99-8fd1-684523b311f8/content>

c) *Aprovechar el contexto:* Explicar la situación de manera comprensible para que la audiencia entienda por qué la información es errónea.

La desinformación y la información errónea a menudo se aprovechan de la falta de contexto, por lo que es crucial proporcionar una explicación clara de la situación y aclarar los malentendidos.

Pasos para aprovechar el contexto:

- 1) Proporcionar contexto completo y comprensible:** Si la desinformación surge de una interpretación errónea o una falta de información, explicarlo de manera clara.
- 2) Explicar el motivo de la confusión:** Abordar por qué algo fue malinterpretado o distorsionado.
- 3) Mostrar cómo se resolvió la confusión:** Además de aclarar el contexto, mostrar cómo se está manejando la situación, lo que puede aumentar la confianza de la audiencia en la respuesta oficial.

d) *Uso estratégico de las redes sociales institucionales*

Las redes sociales institucionales son canales clave para contrarrestar la desinformación de manera rápida y efectiva.

Pasos para aprovechar el contexto:

- 1) Publicaciones visuales claras:** Los gráficos, infografías y videos son herramientas efectivas para explicar los hechos. Los mensajes visuales pueden ser más fácilmente comprendidos y compartidos que los textos largos.
- 2) Utilizar hashtags oficiales:** Los hashtags oficiales permiten que la audiencia encuentre información confiable rápidamente. Crea un hashtag único y oficial que se use para todos los comunicados sobre la crisis.
- 3) Interacción directa con la ciudadanía:** Responder de manera directa y respetuosa a los comentarios y preguntas de los usuarios. La interacción directa aumenta la credibilidad de la respuesta oficial.

5.5 DESACTIVACIÓN DEL EQUIPO/COMITÉ DE CRISIS

Cuando la crisis se haya resuelto y la desinformación haya sido debidamente contrarrestada, es importante realizar un proceso de desactivación formal del equipo. Esto incluye una evaluación post-crisis para aprender de la experiencia y mejorar las estrategias futuras.

1. **Evaluación de resultados:** Analizar la respuesta del equipo, la eficacia de los mensajes y el impacto en la percepción pública.
2. **Informe final:** El equipo debe elaborar un informe detallado sobre la crisis, las acciones tomadas y las lecciones aprendidas.

CONCLUSIONES

El gobierno de Zacatecas tiene claridad sobre la importancia estratégica de atender la desinformación y la información errónea particularmente en el contexto de seguridad. Así, **la presente guía busca ser una herramienta para los enlaces de comunicación de las distintas dependencias del gobierno estatal, particularmente aquellas vinculadas con la Estrategia de Paz**, con el objetivo de que cuenten con un contexto general de la complejidad del fenómeno de la desinformación y la información errónea y sus implicaciones para los gobiernos y la ciudadanía el andamiaje conceptual y legal en México que contribuye a comprender el rol estratégico de los enlaces de comunicación y se cuente con propuestas de acción que fomenten la integridad de la información así como la respuesta oportuna del gobierno estatal ante los fenómenos de la desinformación.

La guía fue elaborada a partir **de la contribución** de diversas personas **representantes del gobierno** estatal, medios de comunicación y sociedad zacatecana **y fue complementada con investigación de gabinete y consulta con expertos**. Se anexa una nota técnica/ metodológica que da cuenta de este proceso de co-creación de las herramientas que se presentaron a lo largo de la guía. Consideramos que éste es un documento dinámico que seguramente podrá ser nutrido conforme las personas encargadas de la labor de comunicación en las distintas dependencias puedan aportar y retroalimentar las propuestas que aquí se presentan.

NOTA METODOLÓGICA

Para la realización de la **“Guía para fortalecer la integridad de la información gubernamental en temas de seguridad y promover una ciudadanía bien informada en el estado de Zacatecas”**, dirigida a la Coordinación de Comunicación Social del gobierno del Estado se realizaron dos ejercicios participativos con funcionarios responsables de la comunicación social del gobierno estatal y de algunas Secretarías vinculadas al tema de seguridad.

El primer ejercicio consistió en **entrevistas semiestructuradas** para las que se diseñó un instrumento/guía de preguntas con el objetivo de conocer la opinión de las personas responsables de la comunicación social en relación a las dinámicas existentes en la cobertura, generación y difusión de información en materia de seguridad así como de los principales retos presentes en las áreas de comunicación social entorno a la divulgación de información asertiva y veraz sobre las acciones del gobierno del estado de Zacatecas.

Dimensiones analizadas:

- Importancia de las áreas de Comunicación Social en la estructura del gobierno estatal de Zacatecas
- Mapeo sobre dinámicas, flujos de información y retos en las áreas de comunicación social del gobierno estatal de Zacatecas.
- Relación y vinculación con medios de comunicación, líderes de opinión, influencers y ciudadanía.
- Aporte y vinculación de las áreas de Comunicación Social a la Estrategia de Pacificación para el estado de Zacatecas.
- Retos presentes en materia de desinformación e infodemia en las áreas de Comunicación Social.

Personas entrevistadas:

- Lic. Ana Pineda, **Coordinadora de Comunicación Social del Gobierno del Estado de Zacatecas**
- Lic. Alma Tapia, **Reportera y enlace con medios de comunicación en la Coordinación de Comunicación Social del Gobierno del Estado de Zacatecas**
- Lic. Rocío Aguilar, **Directora de Comunicación Social de la Secretaría de Seguridad Pública del Gobierno del Estado de Zacatecas**
- Dra. Gabriela Alin Salas, **Asesora del Secretario de Seguridad Pública, Comisaria de la SSP**

El segundo ejercicio consistió en un **taller con enlaces de comunicación** que tuvo como propósito:

1. Desarrollar un entendimiento común sobre el estado y características de la desinformación.
2. Mapear colectivamente procesos institucionales para la generación y divulgación de información vinculada a la seguridad en el estado.
3. Identificar habilidades críticas para evaluar la integridad de la información.
4. Co-diseñar las bases para una Guía/Protocolo de actuación.

El taller se basó en un diagnóstico participativo donde las personas participantes, compartieron sus experiencias en torno a la desinformación y a partir de casos hipotéticos, mostraron formas de actuación, flujos de información, actores involucrados en los procesos comunicacionales, canales de comunicación y difusión y capacidades existentes que sirvieron de base para sistematizar, extraer hallazgos y proponer recomendaciones del equipo de investigación del PNUD.

Dimensiones analizadas:

1. Cómo se vive la desinformación en la entidad, cuales son las razones por las que se genera y los impactos que tiene sobre el desempeño del gobierno estatal en materia de seguridad y en especial sobre las áreas de comunicación social.
2. Actores clave, procesos y flujos en los procesos de comunicación social.
3. Reconocer herramientas disponibles y capacidades existentes en las áreas de comunicación social y los titulares encargados de las comunicaciones.
4. Acciones y estrategias durante situaciones de crisis

Secretarías representadas en el taller:

- Secretaría General de Gobierno
- Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del Estado
- Protección Civil Estatal
- Secretaría de Seguridad Pública
- Fiscalía General de Justicia del Estado de Zacatecas
- Secretaría de Desarrollo Social
- Subdirección de Prevención Social del Delito de la SSP

LISTA DE PARTICIPANTES

NOMBRE	CARGO/ ÁREA
▪ Alma Alejandra Tapia	Enlace para entrevistas y publicidad, de la Coordinación de Comunicación Social del Gobierno del Estado / Área de Redacción
▪ David Vela	Producción Audiovisual de la Coordinación de Comunicación Social / Área de Contenidos
▪ Ingrid Fabiola Garay Gómez	Producción Audiovisual de la Coordinación de Comunicación Social / Área de Contenidos
▪ Vladimir Luján	Producción Audiovisual de la Coordinación de Comunicación Social / Área de Contenidos
▪ Fernanda Ayala	Producción Audiovisual de la Coordinación de Comunicación Social / Área de Contenidos
▪ Everardo Ramírez Aguayo	Enlace de Comunicación Social / Protección Civil Estatal
▪ Juan Carlos Rodríguez	Comisionado CLB
▪ Bernadette del Río Martínez	Enlace de Comunicación Social / Sria. Gral. de Gobierno
▪ Rocío Aguilar Borjón	Enlace de Comunicación Social / SEDESOL
▪ Rocío Alejandra Reveles García	Directora de Comunicación Social / Sria. Gral. de Seguridad Pública
▪ Rebeca de León	Auxiliar de Comunicación Social / Sria. de Seguridad Pública
▪ David Valdez Gutiérrez	Director de Comunicación Social / Fiscalía General de Justicia del Estado de Zacatecas
▪ Joseline Ximena Padilla Quiñones	Enlace de Comunicación Social / Subdirección de Prevención Social del Delito de la SSP

Total de participantes: 13

Mujeres : 8

Hombres: 5

Aunado a ello, se realizaron otros talleres y mecanismos de diálogo con diversos actores de la sociedad zacatecana, tales como jóvenes, mujeres y medios de comunicación. Los insumos derivados de estos ejercicios también ayudaron a reforzar las opiniones de las personas servidoras públicas y a idear algunas de las herramientas propuestas en esta guía. Por ello, consideramos que se trata de un ejercicio de co-creación que, esperamos, continúe nutriéndose y creciendo en el mediano y largo plazo.

GLOSARIO

ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA: Es un conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes, competencias y prácticas que permiten a las personas usuarias pensar de forma crítica sobre la información con la que interactúan en línea. Forma parte integral de las llamadas "habilidades del siglo XXI". (UNESCO)

CALIDAD DE LA INFORMACIÓN: Se refiere al grado en que la información cumple con los requisitos necesarios para satisfacer las necesidades de los usuarios en un contexto específico. Esta calidad se evalúa comúnmente a través de atributos como exactitud, relevancia, actualidad, completitud, consistencia y accesibilidad. (Pinzón M. 2013)

CANALES DE DIFUSIÓN: Los canales de difusión son una herramienta de mensajes públicos unilaterales que permite a los creadores invitar a todos sus seguidores e interactuar con los fans con más interés. (Agencia Trend 2023)

COMUNIDAD EN LÍNEA: Las comunidades en línea son conjuntos de individuos que comparten intereses e interactúan entre sí en un espacio virtual. Se trata de grupos de personas que, haciendo uso de plataformas o servicios digitales, se organizan de un cierto modo a través de Internet. Las comunidades en línea suelen crearse y desarrollarse gracias a las redes sociales. (Sarasola, J. 2024).

DESINFORMACIÓN: Contenidos falsos o engañosos que pueden provocar un daño específico, independientemente de las motivaciones, la conciencia o los comportamientos (ITU, UNESCO 2020). Información falsa que se difunde intencionadamente para causar un grave perjuicio social. (Khan, I. 2021).

FUENTES DE INFORMACIÓN: Canal, persona o institución que proporciona datos al ser un testigo directo o indirecto para la elaboración de una nota, reportaje, crónica e informes. (Huter R. 2020)

HERRAMIENTAS DE VERIFICACIÓN DE INFORMACIÓN: "Las herramientas de verificación de información son aplicaciones o plataformas diseñadas para ayudar a autenticar la veracidad de contenidos digitales, como noticias, imágenes, videos y audios. (Fundación Gabo, 2023).

GLOSARIO

INFODEMIA: Cantidad excesiva de información sobre un tema- en algunos casos correcta, en otros no- que dificulta que las personas encuentren datos confiables cuando los necesitan. El término infodemia surge durante la pandemia provocada por la COVID-19. La Organización Mundial de la Salud (OMS) usó este concepto para hacer referencia a la presencia de un gran volumen de información sobre la pandemia, principalmente en redes sociales, que provocaron confusión entre las personas al no saber de toda esa información, cuál era real y cuál no. (OMS 2020)

INFORMACIÓN ERRÓNEA: Información incorrecta o inexacta que no se difunde con la intención de causar daño. (FirstDraft 2019). Difusión no intencionada de información falaz (Consejo de Europa, 2017)

INTEGRIDAD DE LA INFORMACIÓN: El concepto de integridad de la información se toma prestado del ámbito corporativo, donde se refiere a la seguridad de la información y a la protección de los datos dentro de las empresas. Desde un punto de vista más amplio, la integridad de la información está determinada por «la precisión, coherencia y fiabilidad del contenido, procesos y sistemas de información para mantener un ecosistema de información en buen estado». Para ello, se necesita que los ciudadanos puedan acceder a información fiable, equilibrada y completa sobre la actualidad, las acciones del Gobierno, los agentes políticos y otros elementos que sean pertinentes a sus perspectivas políticas y a la toma de decisiones. (PNUD, Febrero 2022)

MAL-INFORMACIÓN: Información genuina pero que se difunde con la intención de causar daño a una persona, organización o país. (FirstDraft 2019) (Consejo Europeo 2017)

MEDIOS EMERGENTES O ALTERNATIVOS: Estos medios se caracterizan por su independencia editorial y su enfoque en temas que a menudo se pasan por alto en los medios de comunicación convencionales. Los medios alternativos incluyen blogs, podcasts, sitios web de noticias independientes y redes sociales. (AcademiaLab s.f)

MEDIOS TRADICIONALES: Son aquellos que han existido durante mucho tiempo y que siguen utilizando formas de comunicación y distribución convencionales, como la televisión, la radio, los periódicos y las revistas impresas. Estos medios suelen ser propiedad de grandes conglomerados de medios y se financian a través de anuncios publicitarios. (Conceptualia. s.f. 2025).

MEME: Imagen, video o texto, por lo general distorsionado con fines caricaturescos, que se difunde principalmente a través de internet. (RAE)

NOTICIA FALSA o FAKE NEWS: "Fake news se refiere a noticias que son intencionalmente falsas, con fines como el lucro económico o la manipulación ideológica, y que se presentan en formatos que imitan a las noticias reales." (Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018)

GLOSARIO

PENSAMIENTO CRÍTICO: “En la era de la desinformación, el pensamiento crítico implica la habilidad de investigar las fuentes de información, cuestionar la confiabilidad de los contenidos en línea y reconocer intentos de manipulación mediática.” (McGrew et al. 2018)

PLATAFORMAS DIGITALES: Las plataformas digitales son sistemas tecnológicos que facilitan la interacción entre diferentes usuarios, ya sea para comprar y vender productos, compartir información, comunicarse o colaborar en proyectos. (Escuela de Marketing)

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Encuesta Nacional de Seguridad Urbana, ENSU. Segundo Bimestre 2024, INEGI.

https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2024/ENSU/ENSU2024_04.pdf

Data Reportal Digital Mexico 2024. Disponible aquí:

<https://datareportal.com/reports/digital-2024-mexico>

Documento Ejecutivo 2024 Año de la Paz, Zacatecas, Disponible:

https://drive.google.com/file/d/1QYtDr2-KpXHBI3RW01Nj9GNW4L9EEA0h/view?usp=drive_link

Artículo, “La Percepción de Inseguridad en México” de Carmina Jasso López, Maestra en Estudios Políticos y Sociales de la Facultad de Estudios Políticos y Sociales. Actualmente realiza estudios del Doctorado en Políticas Públicas en el Centro de Investigación y Docencia Económicas, A. C. (CIDE). Publicado en Revista Mexicana de Opinión Pública No.15 Ciudad de México jul./dic. 2013 Epub 06-Ago-2021. Disponible en:

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-49112013000200013

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Nota: “Se comprometen estudiantes a contribuir a la paz en Zacatecas”, Publicada el 25 de septiembre de 2024. Publicada en La Jornada de Zacatecas. Disponible en:

<https://ljz.mx/25/09/2024/se-comprometen-estudiantes-a-contribuir-a-la-paz-en-zacatecas/>

Documento sobre Agenda del Bienestar 2025, Disponible en:

<https://drive.google.com/file/d/1OLxkuRYh1JKag4fBnnXCC3EGsA0JaXFV/view>

Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares, ENDUTIH 2023. Disponible:

https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2024/ENDUTIH/ENDUTIH_23.pdf

“Desinformación y Discurso de Odio en el Entorno Digital”, publicado por Save the Children, Septiembre 2024. Disponible en:

<https://static.apuntmedia.es/apunt/public/content/file/original/2024/0926/08/save-the-children-desinformacion-y-discursos-de-odio-anexo-comunitat-valenciana-1-pdf.pdf>

“Guía para entender el trastorno Informativo” desarrollada por First Draft. Información extraída de Verificat, proveniente de la. Disponible en:

<https://www.verificat.cat/es/que-es-la-desinformacion/>

“7 tipos de desinformación”. Información extraída del portal A favor de lo mejor. Disponible en:

<https://afavordelomejor.mx/7-tipos-de-desinformacion/>

Diccionario del estudiante de la Real Academia Española

“Entender la infodemia y la desinformación en la lucha contra la COVID-19”. Organización Panamericana de la Salud. Enero 2021. Disponible en:

<https://iris.paho.org/handle/10665.2/52053>

<https://www.gabo-covarrubias.com.mx/post/la-otra-cara-del-internet-2>

Nota: “El motor de búsqueda de TikTok ofrece repetidamente información errónea a su base de usuarios mayoritariamente jóvenes, según un informe”. Publicada en el portal de CNN. Disponible en:

<https://cnnespanol.cnn.com/2022/09/19/tiktok-desinformacion-informe-trax/>

“Guía práctica sobre los distintos tipos de fuentes de información”. Publicada en el portal

Experto Universitario. Disponible en: <https://expertouniversitario.es/blog/fuentes-de-informacion/>

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

“Fuentes de información confiables”. Publicada en el portal de la Universidad Americana de Europa Disponible en: <https://unade.edu.mx/fuentes-de-informacion-confiables/>

“La era de la posverdad en la sociedad del riesgo”. Autor: Héctor Alejandro Ramos Chávez, Universidad Nacional Autónoma de México. DISPONIBLE EN:

file:///Users/magalifranco/Downloads/03_posverdad_noticias_falsas_hector_ramos.pdf

“La era de la posverdad, la posveracidad y la charlatanería”. Universidad de Navarra. Autor: Martín Montoya, Profesor de Filosofía en la Universidad de Navarra Publicado en: +1 Sumando historias Una versión de este artículo fue publicada en la revista Palabra Fecha de publicación: 2019. Disponible en:

<https://www.unav.edu/web/ciencia-razon-y-fe/la-era-de-la-posverdad-la-posveracidad-y-la-charlatanería>

“6 pasos para identificar noticias falsas en las redes sociales”. Publicada en el portal de ACNUR. Enero 2022. Disponible en:

<https://help.unhcr.org/mexico/2022/01/13/6-pasos-para-identificar-publicaciones-falsas-en-redes-sociales/>

“Cómo detectar que una noticia es falsa”. EPRS | Servicio de Estudios del Parlamento Europeo Autora: Naja Bentzen; Gráfico: Samy Chahri, Servicio de Estudios para los Diputados PE 599.386 – Febrero de 2019. Disponible en:

[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2017/599386/EPRS_ATA\(2017\)599386_ES.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2017/599386/EPRS_ATA(2017)599386_ES.pdf)

Artículo: “Medios tradicionales contra medios alternativos”. Información disponible en el Portal Journalism University. Disponible en:

https://journalism.university/human-development-and-communication/mainstream-vs-alternative-media-analysis/#google_vignette

“Contrarrestar la desinformación para promover y proteger los derechos humanos y las libertades fundamentales” Informe del Secretario General de la ONU, Agosto 2022.

Disponible: <https://docs.un.org/es/A/77/287>

“La otra cara del Internet”. Fundación Gabo. Disponible

en: <https://www.gabo-covarrubias.com.mx/post/la-otra-cara-del-internet-2>

“Guía para crear contenidos accesibles e inclusivos”. Publicado por el Tecnológico de Monterrey, Universidad Tec Milenio y el Centro de Reconocimiento sobre la Dignidad Humano, junio 2022. Disponible en:

https://tec.mx/sites/default/files/dignidad-humana/Guias-inclusivas/Guia_contenidos_accesibles_inclusivos_jun22.pdf

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Características necesarias para una buena calidad de la información”, Artículo publicado por el portal español, Power Data. Disponible:

<https://blog.powerdata.es/el-valor-de-la-gestion-de-datos/caracteristicas-necesarias-para-una-buena-calidad-de-la-informacion>

Gráfico sobre diferencias entre medios tradicionales y alternativos. Genially herramienta en línea para crear contenidos. Portal Genially. Disponible en:

<https://view.genially.com/645da634f62c210012b6fa26/interactive-content-medios-tradicionales-y-alternativos#:~:text=Contenido%3A%20Los%20medios%20tradicionales%20tienden,alto%20en%20los%20medios%20convencionales.>

Artículo: “Diferencias entre medios tradicionales y nuevos medios digitales”. Publicado en el portal de la Southern New Hampshire University

<https://es.snhu.edu/blog/diferencias-entre-los-medios-tradicionales-y-los-nuevos-medios>

Las fuentes de información periodística. Apunte de Cátedra del Taller de Análisis de la Información, FPyCS, La Plata, septiembre de 2020. Autor. HUTER, Rodolfo. Disponible en:

<https://perio.unlp.edu.ar/catedras/wp-content/uploads/sites/113/2020/09/Huter-Las-fuentes-de-informacion-periodistica.pdf>

Real Academia Española. Disponible en: <https://dle.rae.es/meme>

Tandoc et al. (2018):

Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “fake news”: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>

McGrew, S., Breakstone, J., Ortega, T., Smith, M., & Wineburg, S. (2018). Can students evaluate online sources? Learning from assessments of civic online reasoning. *Theory & Research in Social Education*, 46(2), 165–193. <https://doi.org/10.1080/00933104.2017.1416320>

UNESCO. (s.f.). Plataforma electrónica internacional de alfabetización mediática e informacional. Recuperado el 19 de mayo de 2025, de

<https://www.unesco.org/mil4teachers/es/introduction>

Pinzón, M. (2013). Recomendaciones generales sobre la calidad de los datos. Red de Responsables TIC (REDTIC). Recuperado de

<https://www.red-tic.unam.mx/index.php/recomendaciones-calidad-datos>

Agencia Trend. (2023, 15 de junio). Canales de difusión de Instagram: qué son y cómo funcionan. Recuperado de

<https://www.agenciatrend.es/canales-de-difusion-de-instagram-que-son-y-como-funcionan/>

Sarasola, J. (2024). Comunidad virtual. Ikusmira. Recuperado de

<https://ikusmira.org/p/comunidad-virtual/>

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

La desinformación y la libertad de opinión y de expresión: Informe de la Relatora Especial sobre la promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y de expresión (Consejo de Derechos Humanos, 47º período de sesiones, Tema 3 de la agenda). Naciones Unidas. Recuperado de <https://undocs.org/A/HRC/47/25>

ITU (International Telecommunication Union), & UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization). (2020). Information as a Public Good: Report of the UN High-Level Panel on Digital Cooperation. Recuperado de <https://www.un.org/en/digital-cooperation>

Organización Mundial de la Salud. (2020, 23 de septiembre). Gestión de la infodemia sobre la COVID-19: Promover comportamientos saludables y mitigar los daños derivados de la información incorrecta y falsa. Recuperado de <https://www.who.int/es/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation>

Claire Wardle y Hossein Derakhshan, Balancing Act: Countering Digital Disinformation While Respecting Freedom of Expression (Consejo de Europa, 2017), pág. 5
Understanding Information Disorder. FirstDraft 2019. Disponible en: https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Information_Disorder_DigitalAW.pdf?x86275

Fundación Gabo. (2023). 10 herramientas para verificar noticias que toda redacción debería usar. Recuperado de <https://fundaciongabo.org/es/etica-periodistica/recursos/10-herramientas-para-verificar-noticias-que-toda-redaccion-deberia-usar>

“Integridad de la información: allanar el camino a la verdad, la resiliencia y la confianza. DISEÑAR RESPUESTAS EXHAUSTIVAS Y EFICACES A LA CONTAMINACIÓN INFORMATIVA”. PNUD, Febrero 2022
Disponible en: [https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2022-07/Information Integrity - Forging a Pathway to Truth%2C Resilience and Trust SPANISH_0.pdf](https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2022-07/Information%20Integrity%20Forging%20a%20Pathway%20to%20Truth%20Resilience%20and%20Trust%20SPANISH_0.pdf)

Conceptualia. (s.f.). Medios de comunicación tradicionales. Recuperado el 19 de mayo de 2025, de <https://conceptualia.es/cultura-y-sociedad/sociedad/tipos-de-medios-de-comunicacion/>

Escuela de Marketing. (s.f.). Plataformas digitales: ¿qué son y qué tipos existen? Recuperado el 19 de mayo de 2025, de <https://escuelademarketing.mx/plataformas-digitales-que-son-y-que-tipos-existen/>

Information Disorder Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking By Claire Wardle, PhD and Hossein Derakhshan. Consejo Europeo 2017
<https://rm.coe.int/information-disorder-towards-an-interdisciplinary-framework-for-rese/168076277c>



Zacatecas
GOBIERNO DEL ESTADO
2021-2027



**2025 AÑO DEL
BIENESTAR
ZACATECAS**



Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
Montes Urales 440, Col. Lomas de Chapultepec.
Alcaldía Miguel Hidalgo.
C. P. 11000. Ciudad de México, Ciudad de México.
www.undp.org/es/mexico