



# GDI

Global  
Disinformation  
Index

---

## Evaluación del riesgo de desinformación: el mercado de medios en internet en la Argentina

---



**Autoras:** Lucía Montes y Paula Szewach.

**Investigadoras:** María Paula García, Lucía Montes y Paula Szewach.

**Diseño:** [www.designbythink.co.za](http://www.designbythink.co.za)

**El Global Disinformation Index** es una organización sin ánimo de lucro que opera sobre los principios de neutralidad, independencia y transparencia. Nuestra visión es un mundo libre de desinformación y de sus consecuencias dañinas. Nuestra misión es catalizar los esfuerzos para que la industria mediática y tecnológica y los gobiernos eliminen las fuentes de financiación de la desinformación. Proporcionamos calificaciones de riesgo de desinformación de los sitios web de medios de comunicación de todo el mundo.

Para obtener más información, visite [www.disinformationindex.org](http://www.disinformationindex.org)

**GDI** Global  
Disinformation  
Index



Febrero 2022. Publicado bajo licencia Creative Commons (CC BY-NC-SA 4.0)

# Contenido

---

<b>Resumen</b>	<b>4</b>
<b>El mercado argentino de medios:</b> características clave y alcance	<b>6</b>
<b>Calificaciones de riesgo de desinformación</b>	<b>8</b>
<b>Conclusiones</b>	<b>15</b>
<b>Apéndice: Metodología</b>	<b>16</b>
<b>Notas</b>	<b>20</b>

# Resumen

---

## A partir de la expansión del negocio de las noticias al mundo digital, los cambios en la producción y distribución expusieron a la industria a nuevos riesgos de desinformación.

Los sitios web de noticias tienen incentivos económicos para difundir desinformación con el fin de aumentar su tráfico y, en última instancia, sus ingresos publicitarios. Mientras tanto, la difusión de desinformación tiene consecuencias disruptivas e impactantes. La pandemia de COVID-19 ofrece un ejemplo reciente. Al afectar el sentido compartido de la sociedad sobre cuáles son los hechos aceptados, estas desinformaciones socavan la salud pública, la seguridad y las respuestas gubernamentales.

Para combatir la desinformación financiada por la publicidad, el Global Disinformation Index (GDI) implementa un marco de evaluación que permite calificar el riesgo de desinformar a sus lectores que presentan los dominios de noticias. Esta calificación independiente, fiable e imparcial es usada por los anunciantes, las empresas de tecnología publicitaria y las plataformas para redirigir su gasto publicitario digital de un modo que esté alineado con la seguridad de sus marcas y sus estrategias destinadas a mitigar los riesgos de la desinformación.

El GDI define la desinformación como “narrativas antagonistas que causan daño en el mundo real” y la clasificación de riesgo del GDI proporciona información sobre una variedad de indicadores relacionados con el riesgo de que un sitio de noticias determinado desinforme a sus lectores al difundir este tipo de narrativas. Estos indicadores se agrupan bajo los **pilares de Contenido** y de **Operaciones** de la clasificación del GDI, que miden respectivamente la calidad y confianza en el contenido

de un dominio y su integridad operativa y editorial.<sup>1</sup> La calificación de riesgo general de un sitio se basa en su puntuación agregada en el conjunto de todos los indicadores y varía de 0 (riesgo máximo) a 100 (riesgo mínimo).

La metodología de clasificación de riesgo del GDI no es un intento de identificar y etiquetar sitios de desinformación o sitios de noticias fiables. En concreto, el enfoque del GDI se basa en la idea de presentar un conjunto combinado de indicadores que puedan reflejar el riesgo general de un sitio de contener desinformación. Se debe considerar que las calificaciones ofrecen información inicial sobre el mercado de medios argentino y sus niveles generales de riesgo de desinformación, junto con las fortalezas y desafíos a los que se enfrentan los sitios web para mitigar los riesgos de la desinformación.

El siguiente informe presenta los hallazgos relacionados con los riesgos de desinformación para el mercado de medios en la Argentina, basados en un estudio de 32 dominios de noticias. Estos hallazgos son el resultado de la investigación dirigida por el GDI en colaboración con dos investigadoras argentinas independientes y expertas en periodismo de marzo a septiembre de 2021. Todos los sitios incluidos en el informe fueron informados de sus puntuaciones individuales y calificaciones de riesgo, para dar lugar al involucramiento y la retroalimentación.

La necesidad de una calificación fiable e independiente del riesgo de desinformación es urgente. Este marco de calificación de riesgo para la Argentina proporcionará información crucial para los formuladores de políticas públicas, los sitios web de noticias y la industria de la tecnología publicitaria, de modo tal que les permita a los responsables de tomar decisiones contener la marea de dinero que incentiva y sostiene la desinformación.

## Principales hallazgos: Argentina

En función del análisis del ecosistema de medios digitales de la Argentina, el GDI llegó a los siguientes hallazgos:

### **Solo dos sitios de la muestra presentan un riesgo mínimo de desinformación.**

- Estos sitios recibieron puntuaciones altas en los indicadores del **pilar de Contenido**, entre los que se destacaron: **Sesgo del artículo**, **Precisión del titular**, **Segmentación negativa**, **Lenguaje sensacionalista** y **Presentación visual**.
- Estos sitios obtuvieron mejores puntuaciones en el **pilar de Operaciones** que el resto de los dominios de la muestra; de cualquier manera, esas calificaciones fueron considerablemente más bajas que las obtenidas en los indicadores del **pilar de Contenido**.

### **La mayoría de los sitios en la Argentina (más del 90 %) presenta un riesgo medio, alto o máximo de desinformación.**

- Más de la mitad de los sitios de la muestra (17) presentó un alto riesgo de desinformación. Un sitio presentó un riesgo máximo.
- Los sitios de riesgo alto publicaron en general artículos con un mayor grado de sesgo y lenguaje sensacionalista que los sitios de riesgo medio.
- Doce sitios de la muestra (37,5 %) fueron categorizados como de riesgo medio.
- Todos estos sitios obtuvieron calificaciones bajas en los indicadores del **pilar de Operaciones**: revelaron información limitada sobre su estructura de financiamiento y sus políticas editoriales y obtuvieron puntuaciones bajas en lo referido a la garantía de precisión y la correcta atribución de los artículos.

### **Todos los sitios obtuvieron calificaciones más bajas en el pilar de Operaciones que en el pilar de Contenido.**

- Si bien los sitios fueron bastante bien evaluados en el **pilar de Contenido** (su promedio fue 73), sus puntuaciones se vieron reducidas a raíz de haber tenido un desempeño mucho más bajo en los indicadores del **pilar de Operaciones** (su promedio fue 27).
- La mayoría de los sitios argentinos carecían de políticas operativas disponibles de manera pública. Las puntuaciones más bajas en el **pilar de Operaciones** fueron para los siguientes indicadores: **Garantía de precisión** (cubre los procedimientos previos y posteriores a la publicación), **Atribución** (como la gestión de las fuentes, que da lugar a una mayor rendición de cuentas y contribuye a una mayor rigurosidad) y **Financiación**.
- El indicador de menor puntuación en el **pilar de Contenido** fue el de **Información sobre la autoría**; este obtuvo el único valor por debajo de 50 para el promedio del mercado.

# El mercado argentino de medios: características clave y alcance

---

**Uno de los principales desafíos para comprender el mercado de los medios digitales en la Argentina es la falta de acceso a los datos tanto del lado de la oferta como de la demanda.**

En particular, parece haber poca transparencia acerca de los detalles financieros de las empresas de medios y escasos datos desglosados sobre el comportamiento y las preferencias de la audiencia.<sup>2</sup> La propiedad de los medios es difícil de rastrear dado que las empresas brindan poca información pública sobre sus ingresos totales, ganancias operativas, inversiones en publicidad y cuotas de mercado.<sup>3</sup>

En lo que respecta a las audiencias, el consumo general de noticias disminuyó en todas las plataformas en la Argentina desde 2017.<sup>4</sup> En particular, el porcentaje de la población que consumía noticias en internet pasó del 92 % al 83 %; en el caso de la televisión, bajó del 81 % al 64 %; en cuanto a los medios impresos, la caída fue del 45 % al 20 %. En paralelo, también hubo una disminución de la confianza en los medios. En comparación con los otros 46 países analizados en el Reuters Institute Digital News Report 2021, la Argentina es uno de los que más desconfía de su ecosistema mediático.

La Argentina presenta altos niveles de polarización política, lo que se traslada a la industria de los medios. La polarización parece erosionar la reputación general de muchas marcas de medios conocidas. Por ejemplo, el 41 % de los encuestados dijo que confiaba en Clarín y el 36 % expresó confiar en Página 12, al mismo tiempo que un porcentaje similar, el 33 % de los encuestados, desconfiaba de ellos.<sup>5</sup> De hecho, según los últimos datos del Reuters Institute Digital News Report, aunque la confianza en las noticias en general y, en particular, en las noticias utilizadas por los encuestados aumentó en comparación con el año anterior, los valores son considerablemente más bajos que los máximos obtenidos en 2018 (41 % y 47 % respectivamente).<sup>6</sup>

El estallido de la pandemia de COVID-19 despertó el interés en las noticias al principio, pero rápidamente, en un par de meses, las audiencias se fatigaron. Como consecuencia, la crisis vigente en el sector se profundizó. Según lo informado por Martín Becerra, la pandemia aceleró el cierre de empresas de medios, reforzó la migración de fondos publicitarios de los medios tradicionales a las plataformas de redes sociales y, a menudo, interfirió con el ejercicio del periodismo en el país.<sup>7</sup> Según los últimos datos oficiales sobre inversiones publicitarias, el país está en una transición hacia un mercado de medios liderado por plataformas digitales. En 2020 hubo una caída general en las inversiones estimadas en publicidad en medios del 31 % en comparación con el año anterior, pero esta baja muestra una variación importante entre los diferentes tipos de medios. Si bien las inversiones estimadas en anuncios cayeron un 58 % en los periódicos impresos y un 42 % en la radio, disminuyeron solo un 8 % en los anuncios por internet. Además, solo los medios digitales recibieron una parte considerablemente mayor de las inversiones publicitarias.<sup>8</sup>

A lo largo de 2021, los argentinos eligieron principalmente los medios en línea para el consumo de noticias (83 %), pero también la televisión (63 %) y, en menor medida, los periódicos impresos (20 %).<sup>9</sup> Esta tendencia genera preocupaciones sobre los riesgos de desinformación en el futuro cercano, en especial en ausencia de medidas regulatorias apropiadas. Por ejemplo, la Argentina carece de una regulación efectiva para garantizar la neutralidad de la red, que es el principio según el cual los proveedores de servicios de internet deben tratar por igual todas las comunicaciones en internet. La aplicación de este principio implica que dichos proveedores no pueden discriminar o favorecer ciertos contenidos, plataformas o métodos de comunicación sobre otros, de forma tal que se les permita a los usuarios decidir de manera justa. Aunque en el país existe un marco legal que protege la neutralidad de la red, ninguna autoridad o agencia nacional está monitoreando o haciendo que se cumplan esas leyes. De hecho, algunos de los principales proveedores de telecomunicaciones de la Argentina (Movistar, Telecom y Claro) violan en la actualidad la neutralidad de la red al ofrecer planes con precios rebajados en el consumo de datos móviles con WhatsApp.<sup>10</sup> Esta falta de regulación es crítica porque las aplicaciones de mensajería como WhatsApp son vehículos de desinformación, ya que dificultan el seguimiento y la desacreditación de información potencialmente dañina.

# Calificaciones de riesgo de desinformación

Este estudio analiza específicamente una muestra de 32 sitios web de noticias argentinos en español.

## Descripción general del mercado

La muestra se definió en función del alcance y la visibilidad de los dominios (utilizando las clasificaciones de Alexa, los seguidores de Facebook y los seguidores de Twitter de cada sitio web), su relevancia y la capacidad de recopilar datos completos sobre ellos.

**Tabla 1.** Sitios evaluados en la Argentina (en orden alfabético)

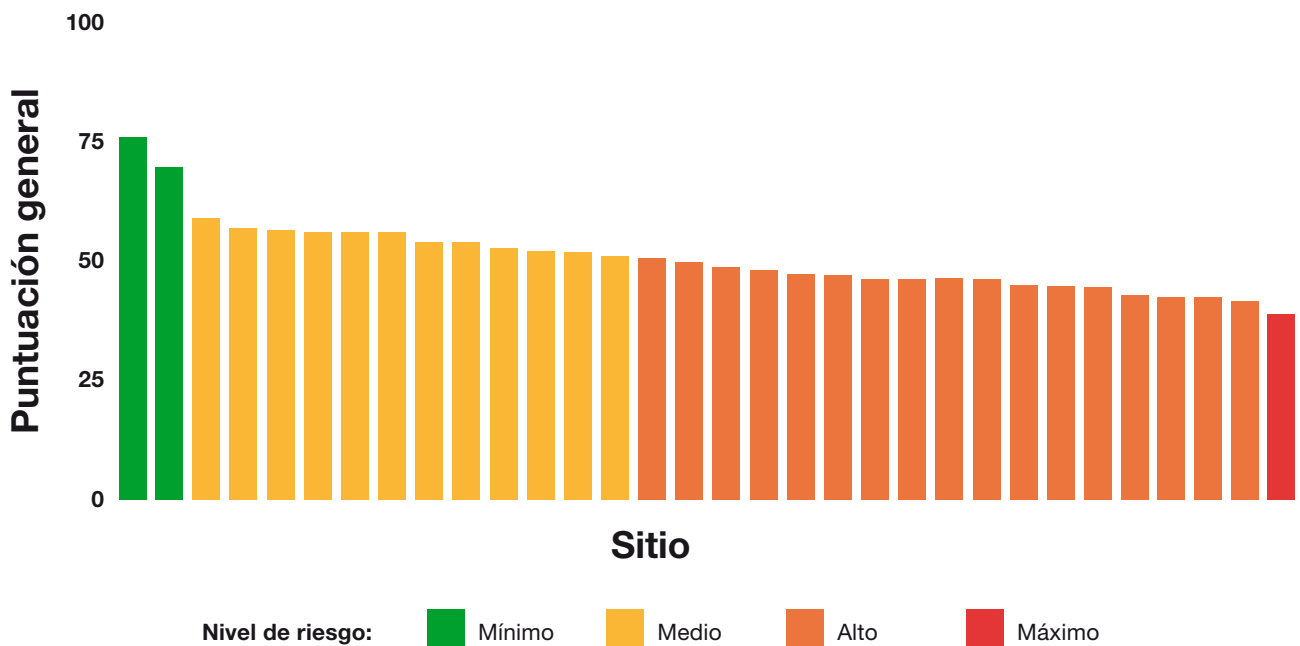
Medio	Dominio	Medio	Dominio
A24	www.a24.com	La Gaceta	www.lagaceta.com.ar
Ámbito	www.ambito.com	La Izquierda Diario	www.laizquierdadiario.com
Cadena 3	www.cadena3.com	LA NACION	www.lanacion.com.ar
Ciudad Magazine	www.ciudad.com.ar	La Voz	www.lavoz.com.ar
Clarín	www.clarin.com	Los Andes	www.losandes.com.ar
Crónica	www.cronica.com.ar	Mdz	www.mdzol.com
Diario La Capital	www.lacapital.com.ar	MinutoUno	www.minutouno.com
El Cronista	www.cronista.com	Misiones Cuatro	www.misionescuatro.com
El Destape	www.eldestapeweb.com	Misiones Online	www.misionesonline.net
El Intransigente	www.elintransigente.com	Noticias En Red	www.notienred.info
El Liberal	www.elliberal.com.ar	Página 12	www.pagina12.com.ar
El Litoral	www.ellitoral.com	Perfil	www.perfil.com
El Tucumano	www.eltucumano.com	Real Politik	www.realpolitik.com.ar
Infobae	www.infobae.com	Télam	www.telam.com.ar
iProfesional	www.iprofesional.com	Telefe Noticias	www.telefenoticias.com.ar
La Arena	www.laarena.com.ar	TN	www.tn.com.ar

Fuente: Global Disinformation Index

Los resultados sobre el mercado argentino de medios indican que la mayoría de los sitios de la muestra presenta un riesgo de desinformación importante. De hecho, de los 32 medios digitales evaluados, solo dos fueron clasificados como de riesgo de desinformación mínimo. Ninguno obtuvo una puntuación tan alta como para ser parte de la siguiente categoría, es decir, la de riesgo bajo. En cambio, la gran mayoría de los dominios estudiados (29 de 32) fueron calificados como de riesgo medio o alto, lo que significa que enfrentan desafíos sustanciales en términos del riesgo de desinformación. Por su parte, uno de los dominios fue clasificado como de riesgo de desinformación máximo (ver el gráfico 1).



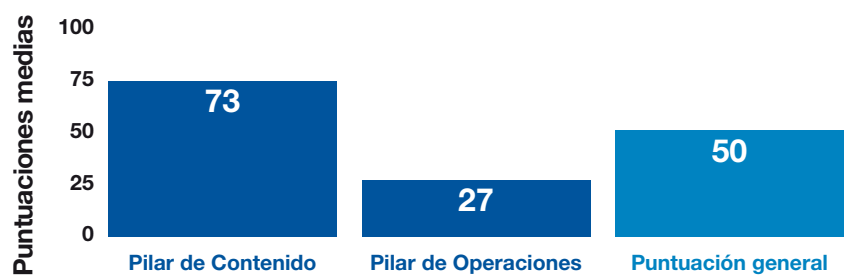
**Gráfico 1.** Calificaciones de riesgo de desinformación por sitio



Fuente: Global Disinformation Index

De acuerdo con su desempeño general, los medios digitales en la Argentina lograron un promedio más alto en el **pilar de Contenido** (73 sobre 100) que en el **pilar de Operaciones** (27 sobre 100). Para reducir su riesgo general de desinformación, la mayoría de los sitios de la muestra podría tratar los aspectos operativos mediante la divulgación de información sobre las fuentes de financiación, la propiedad y las políticas editoriales. Aunque existe una amplia variación en el rendimiento entre los sitios que pertenecen a diferentes categorías de riesgo, todos se beneficiarían de adoptar los controles y contrapesos operativos necesarios y de publicarlos en sus sitios web (ver el gráfico 2 y 3), en especial los sitios de riesgo alto o máximo.

**Gráfico 2.** Puntuaciones generales del mercado por pilar



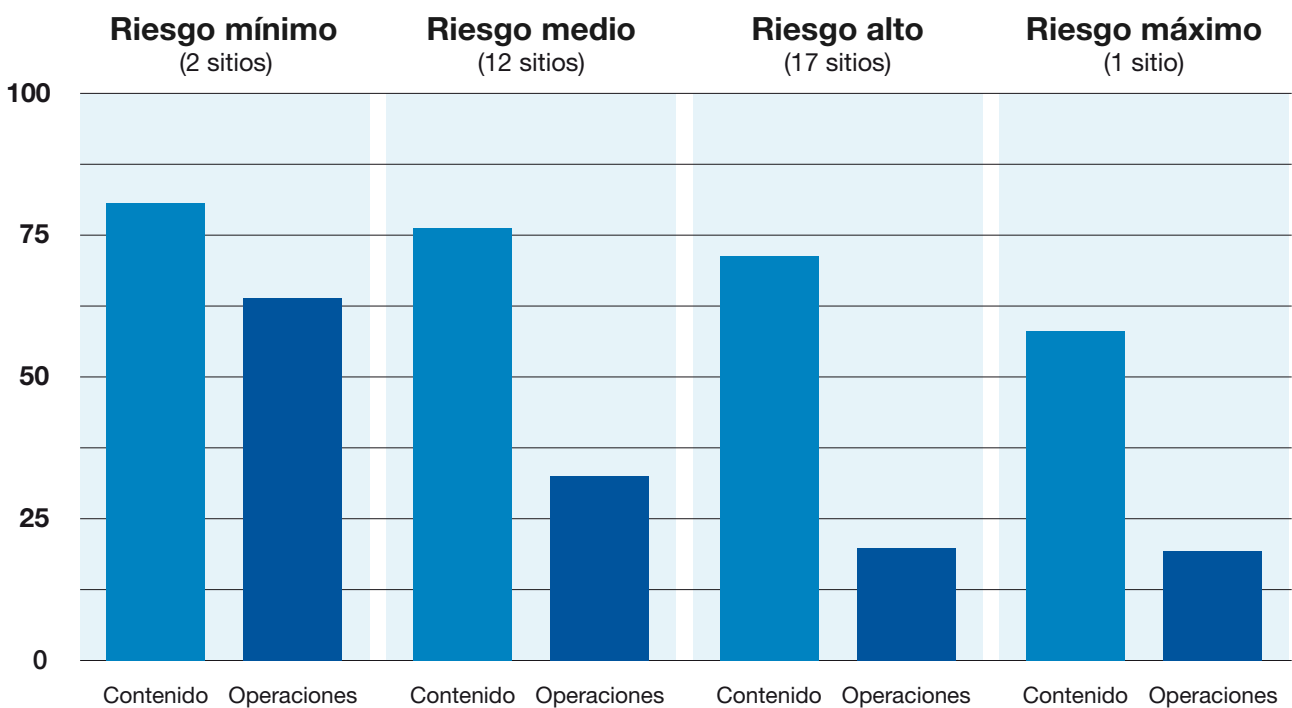
Fuente: Global Disinformation Index

Dos sitios en el mercado argentino fueron calificados como de riesgo mínimo. Si bien obtuvieron una puntuación bastante buena en el **pilar de Contenido**, con una media de 81, su puntuación general se vio reducida por un desempeño más bajo en el **pilar de Operaciones**, con una media de 64. Solo un sitio de esta categoría proporcionó suficiente información acerca de sus pautas internas destinadas a verificar la autenticidad de las fuentes y los medios utilizados y garantizar la rendición de cuentas sobre los artículos. Esta calificación más baja en el **pilar de Operaciones** debido a la falta de transparencia fue un fenómeno común para los 32 sitios analizados.

Por su parte, doce sitios fueron calificados como de riesgo medio y obtuvieron una puntuación bastante buena en el **pilar de Contenido**. Sin embargo, estos revelaron pocos datos sobre su propiedad y sus fuentes de financiación. Además, en general no pusieron a disposición de sus lectores pautas para garantizar que la información difundida fuera precisa y apropiadamente respaldada con fuentes ni revelaron sus políticas internas orientadas a la independencia editorial.

Finalmente, diecisiete sitios se encontraron en la categoría de riesgo alto y uno fue evaluado como de riesgo máximo. De manera similar a lo ocurrido con los de riesgo medio, estos sitios tuvieron puntuaciones relativamente altas en el **pilar de Contenido**, aunque sus artículos estuvieron más sesgados y utilizaron un tono más sensacionalista en comparación con los de la categoría anterior. Asimismo, no compartían públicamente información adecuada sobre su estructura de propiedad, y otros indicadores operativos revelaron que eran opacos en cuanto a sus políticas editoriales y de atribución.

**Gráfico 3.** Puntuaciones medias de los pilares analizados por el nivel de riesgo de los sitios



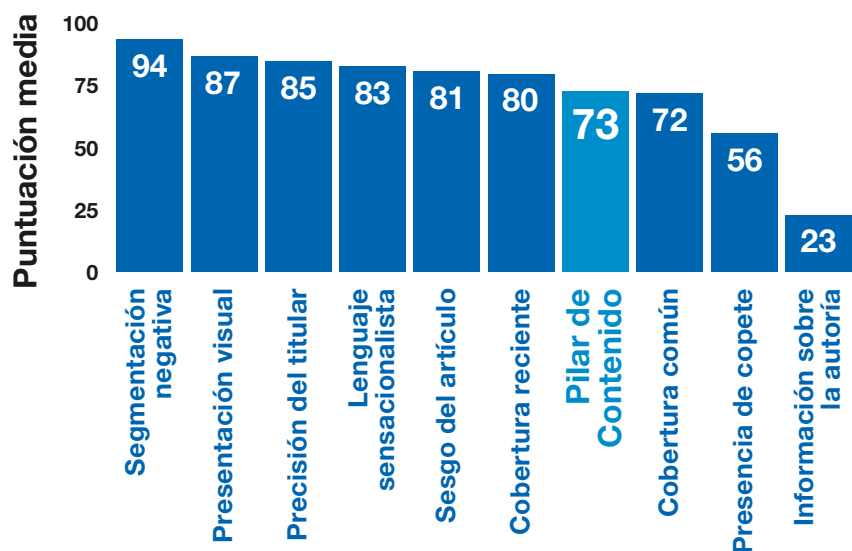
Fuente: Global Disinformation Index

## Descripción general de los pilares

### Pilar de Contenido

Este pilar se centra en la fiabilidad del contenido proporcionado por el sitio web. El análisis del **pilar de Contenido** se basa en la evaluación de diez artículos anonimizados para cada dominio. Estos se seleccionan entre las piezas de contenido más compartidas durante el período de recopilación de los datos y una muestra de material perteneciente a temas con un riesgo de desinformación, como la política y la salud. Los revisores locales codifican una serie de indicadores para cada artículo, que se agregan y normalizan y dan como resultado la puntuación final para cada dominio. Todas las puntuaciones de los artículos se basan en una escala de 0 (peor) a 100 (mejor).

**Gráfico 4.** Puntuaciones medias del pilar de Contenido por indicador



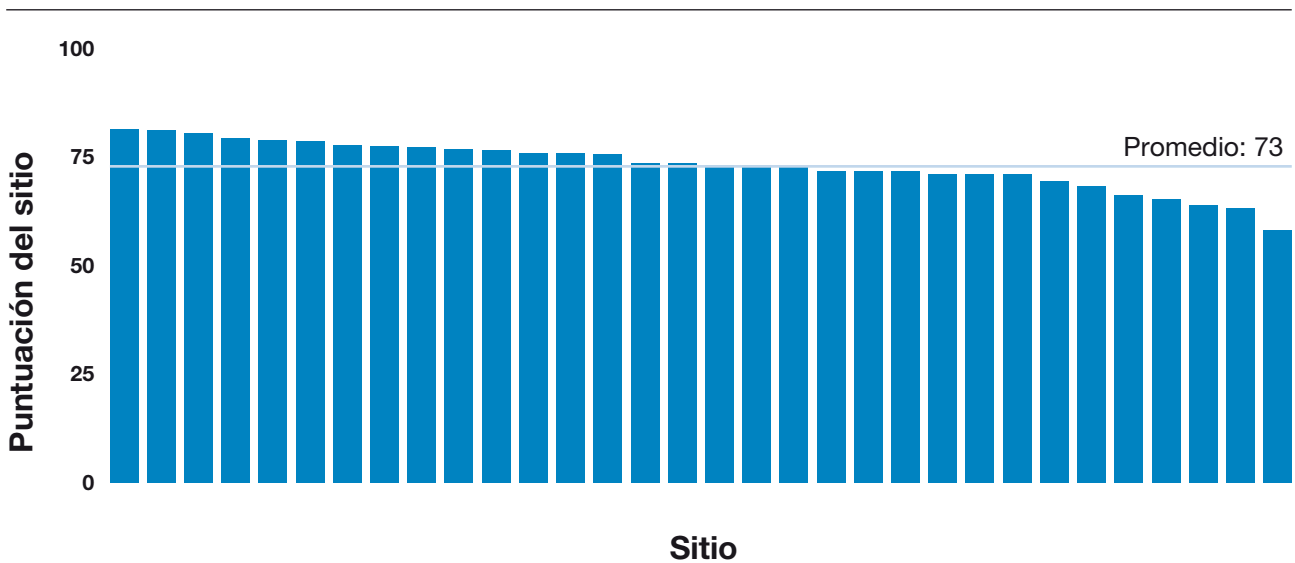
Fuente: Global Disinformation Index

La mayoría de los medios en la Argentina se desempeñaron bastante bien en el **pilar de Contenido**. Aunque existe una variación considerable en su desempeño, ningún dominio obtuvo una puntuación por debajo de 58 en este pilar. El promedio fue 73,25 y 16 de los 32 sitios obtuvieron calificaciones por encima del promedio. Además, la puntuación de 25 de los 32 sitios fue igual o superior a 71. La mayoría de los dominios de la muestra publicaron artículos poco sesgados y bien equilibrados y solo unos pocos recurrieron a la segmentación negativa contra personas o grupos específicos. Además, la mayoría de los sitios hizo un uso limitado del lenguaje sensacionalista y de los elementos visuales en sus artículos.

Todos los dominios obtuvieron resultados bastante buenos en cuanto a la precisión de los titulares: ninguno obtuvo una puntuación inferior a 72,5 en promedio en ese indicador. Esto significa que los titulares de la mayoría de los sitios en general reflejaron el contenido del artículo. La precisión de los titulares usualmente implica que los lectores saben qué información esperar de un artículo y confían en que no serán engañados por afirmaciones sensacionalistas que los lleven a hacer clic y encontrar contenido sin ninguna relación. Sin embargo, los titulares precisos no coincidieron tanto con la presencia de copetes basados en hechos. Los copetes basados en hechos brindan a los lectores una descripción rápida de los datos cubiertos en un artículo e indican que la publicación se basa en hechos y acontecimientos, en lugar de expresar sucesos por medio de narrativas sesgadas o incendiarias.

El indicador que impactó más negativamente en el promedio del **pilar de Contenido** fue el de **Información sobre la autoría**, que obtuvo un promedio de 23 sobre 100. Los sitios que obtuvieron una puntuación más alta en el **pilar de Contenido** mostraron un desempeño mejor que el resto en la publicación de firmas en sus artículos. Sin embargo, este indicador es uno de los puntos más débiles de la mayoría de los dominios argentinos. La publicación de las firmas puede indicar una mayor transparencia acerca de la autoría de los artículos y fomentar la responsabilidad por su contenido.

**Gráfico 5.** Puntuaciones del pilar de Contenido por sitio



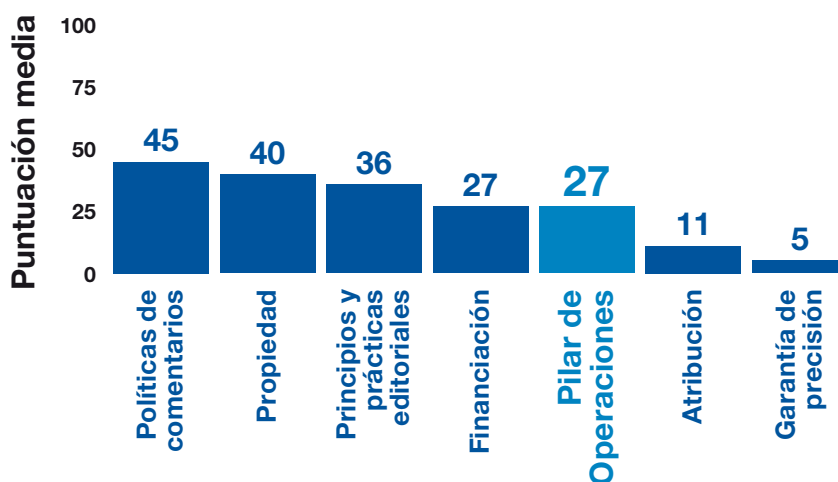
Fuente: Global Disinformation Index

## Pilar de Operaciones

En el **pilar de Operaciones** se evalúan indicadores relacionados con la integridad operativa y editorial de un sitio de noticias. Todas las puntuaciones se basan en una escala de 0 (peor) a 100 (mejor), según la calificación que asignan los investigadores locales en función de la información disponible en el sitio web. El progreso en los indicadores del **pilar de Operaciones** es el modo más rápido que tienen los medios para reducir sus calificaciones de riesgo de desinformación, ya que representan políticas que ellos mismos pueden establecer y publicar de inmediato.

La mayoría de los sitios analizados en la muestra obtuvieron calificaciones bajas en el **pilar de Operaciones** y, en promedio, la puntuación fue 27. La mayoría de los dominios carecían de transparencia sobre su forma de operar: en general no hacían públicas sus políticas y pautas con respecto a su contenido digital ni proporcionaban suficiente información acerca de su financiación y propiedad. Solo uno de los 32 sitios obtuvo una puntuación superior a 69, lo que indica un riesgo de desinformación bajo en el **pilar de Operaciones**.

**Gráfico 6.** Puntuaciones medias del pilar de Operaciones por indicador



Fuente: Global Disinformation Index

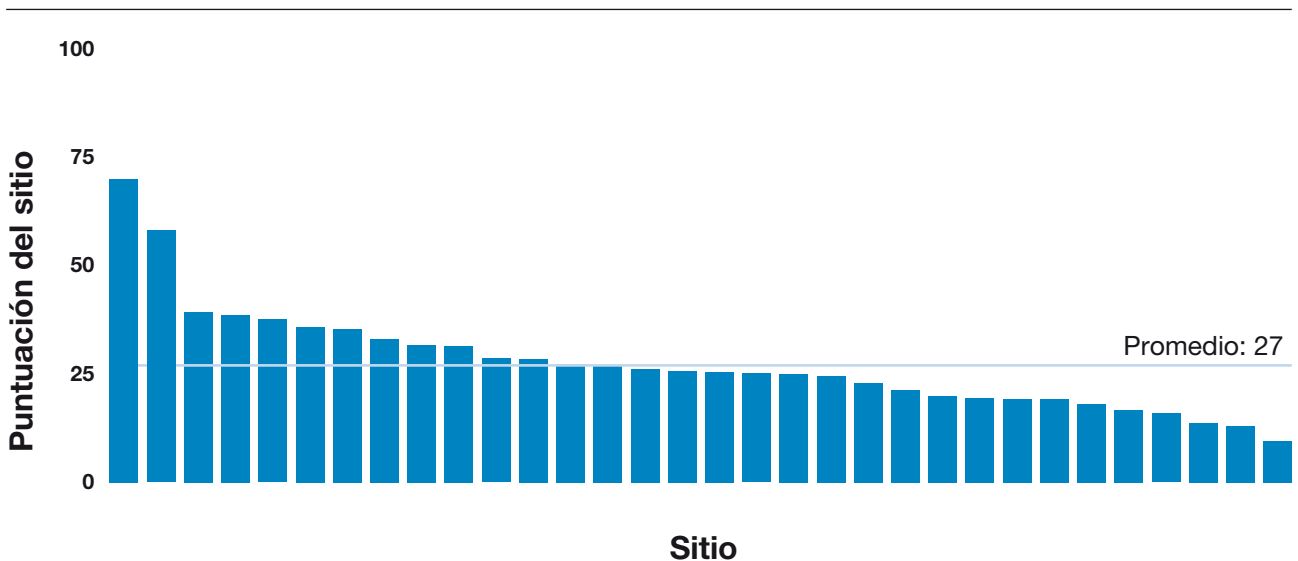
La divulgación de información sobre la propiedad y la estructura de financiación de un medio de comunicación le proporciona al lector elementos para evaluar la existencia de conflictos de interés o de independencia editorial. Sin embargo, solo ocho de los 32 dominios revelaron tanta información acerca de su estructura propietaria y su división entre el personal editorial y los propietarios como para alcanzar una puntuación superior a 66 en el indicador de **Propiedad**.

Otros elementos evaluados en este pilar son las políticas y prácticas que determinan cómo se produce el contenido. Para garantizar la precisión, los dominios pueden realizar comprobaciones de datos previas a la publicación y correcciones posteriores cuando se producen errores. También pueden establecer pautas claras para garantizar la independencia editorial. Sin embargo, solo dos medios han declarado en sus sitios web que siguen este tipo de procedimientos. Los treinta sitios restantes no revelaron información sobre sus medidas para garantizar la precisión y solo presentaron datos escasos acerca de sus políticas de independencia editorial.

Otro aspecto evaluado en este pilar son las políticas sobre la atribución de los contenidos publicados. Con la excepción de un dominio en la muestra, los sitios no les explicaron a sus lectores, o prácticamente no lo hicieron, cómo tratan sus fuentes, de qué modo garantizan la autenticidad del contenido externo (como fotos, videos o estadísticas) o de qué manera se aseguran de que haya una firma en cada artículo. Cuando los sitios incluyen una sección de comentarios, proporcionan un espacio para la creación y difusión de contenido; si no se lo regula ni controla, esto puede fomentar la difusión de información errónea. En este sentido, como muestra el gráfico 6, los sitios argentinos se desempeñaron mejor que en otras áreas operativas. Muchos de los dominios con una sección de comentarios tenían políticas disponibles para los lectores con el fin de moderar los comentarios generados por los usuarios.

La baja calificación general del mercado argentino en el **pilar de Operaciones** es producto de la falta de divulgación de los aspectos operativos por parte de la mayoría de los sitios. Aunque la ausencia de políticas o pautas publicadas no significa necesariamente que tales lineamientos no existan, sí obstaculiza la rendición de cuentas y deteriora la confianza del público. Por esta razón, con solo poner a disposición de la audiencia estas políticas operativas los medios argentinos podrían mejorar de manera considerable sus puntuaciones.

**Gráfico 7.** Puntuaciones del pilar de Operaciones por sitio



Fuente: Global Disinformation Index

# Conclusiones

---

**De acuerdo con el análisis del mercado de medios argentino, los sitios se desempeñaron relativamente bien en el pilar de Contenido pero obtuvieron una puntuación más baja en el pilar de Operaciones.**

Esto significa que en promedio lograron producir contenido razonablemente confiable, pero no revelaron suficiente información sobre sus políticas y reglas internas para que los lectores pudieran evaluar su calidad y confiabilidad como fuente de noticias.

Solo dos sitios locales obtuvieron puntuaciones tan buenas como para ser clasificados como de riesgo mínimo. En cambio, la mayoría de los medios fueron evaluados como de riesgo medio o alto, y uno alcanzó puntuaciones tan bajas que fue incluido en la categoría de máximo riesgo de desinformar a sus lectores en internet.

Los sitios de noticias podrían abordar estas deficiencias tomando las siguientes medidas:

- Centrarse en adoptar estándares periodísticos y operativos que incrementen la transparencia sobre las políticas generales del sitio.
- Publicar las firmas de los artículos, ya que mencionar quiénes son los autores es un modo simple de garantizar la transparencia y la rendición de cuentas. Además, le da al lector la oportunidad de corroborar si se trata de personas reales o de identidades falsas usadas para publicar desinformación.

- Mejorar y hacer más visibles las prácticas de corrección de errores. Es importante que tales correcciones se vean y comprendan con claridad en el sitio, en lugar de estar ocultas o difíciles de encontrar.
- Mejorar y hacer más visibles las políticas relacionadas con la gestión de las fuentes y la verificación de los datos antes de su publicación. Esto le explica al lector de qué modo un sitio garantiza que el contenido publicado sea preciso y verificado, lo que mejora la confianza.
- Publicar declaraciones claras de independencia editorial, pautas para asegurar la precisión y la atribución de la información y políticas para los comentarios generados por los usuarios.
- Publicar con claridad sus fuentes de financiación de un modo directo en su página web, en lugar de hacerlo en el sitio de una empresa matriz. Esta información ayuda a construir confianza en el sitio y a disipar dudas acerca de cómo se financia.
- Publicar la información sobre los propietarios del medio de una manera fácil de encontrar en el sitio principal, en lugar de en el de una empresa matriz. Esto evita sospechas y especulaciones que podrían ir en contra de la confianza en el sitio.

El uso de un índice de desinformación para analizar los medios argentinos tiene como objetivo impulsar a los sitios a mejorar su desempeño. En un contexto de creciente desconfianza en los medios de comunicación, los sitios de noticias tienen mucho que hacer para revertir este fenómeno y mejorar su reputación. Esto podría lograrse si hicieran públicas sus reglas editoriales y proporcionaran información acerca de su estructura de propiedad y financiación.

# Apéndice: Metodología

---

El Global Disinformation Index evalúa el nivel de riesgo de desinformación del mercado de medios digitales de un país. El mercado de medios de los países analizados está representado por una muestra de 30 a 35 dominios de noticias que se seleccionan en función de su clasificación en Alexa, su número de seguidores en las redes sociales y la experiencia de los investigadores locales. La muestra resultante incluye los principales sitios nacionales con altos niveles de participación digital, sitios que reflejan la composición regional, lingüística y cultural del país y sitios que se consideran influyentes para tomadores de decisión, grupos o actores locales.

La clasificación está compuesta por los **pilares de Contenido** y de **Operaciones**. Los pilares, a su vez, están compuestos por varios indicadores. El **pilar de Contenido** incluye indicadores que evalúan elementos y características del contenido de cada dominio para capturar su nivel de credibilidad, sensacionalismo e imparcialidad. Los indicadores del **pilar de Operaciones** evalúan las políticas y reglas que un dominio específico establece para asegurar la fiabilidad y calidad de las noticias que se publican. Estas políticas se refieren, por ejemplo, a los conflictos de interés, la presentación de información precisa y la rendición de cuentas.

Cada una de las evaluaciones de riesgo del mercado de medios del GDI se lleva a cabo en colaboración con un equipo local de investigadores con experiencia en el análisis y estudio de los medios y la desinformación. Estos investigadores desarrollan la lista de medios para la muestra, contribuyen a definir la muestra del contenido incluido en la revisión del **pilar de Contenido**, realizan la recopilación de datos para los **pilares de Contenido** y de **Operaciones**, examinan e interpretan los resultados de la clasificación y redactan el informe final.

## Selección de los sitios web

La muestra del mercado para el estudio se desarrolla sobre la base de una combinación de criterios cuantitativos y cualitativos. El GDI comienza creando una lista de los 50 sitios web de noticias con mayor tráfico en el mercado de medios. Esta lista se proporciona al equipo de investigadores del país, junto con datos sobre el número de seguidores en Facebook y Twitter de cada sitio, para medir la relevancia y el alcance. El equipo de investigadores locales luego reduce la lista a 35 sitios, asegurando que la muestra proporcione una cobertura geográfica, lingüística y política adecuada para capturar los principales discursos de los medios en el mercado. Los medios de comunicación internacionales generalmente están excluidos, porque sus calificaciones de riesgo se evalúan en el mercado en el que se originan.<sup>11</sup> Los agregadores de noticias también están excluidos, puesto que todos los dominios incluidos se evalúan según su contenido original. La muestra final del mercado de medios refleja el conjunto completo de entre 30 y 35 sitios para los que se pudieron recopilar datos completos a lo largo del proceso de revisión.



## Recopilación de datos

Los indicadores del **pilar de Contenido** se basan en la revisión de una muestra de diez artículos publicados por cada dominio. Cinco de estos artículos se seleccionan aleatoriamente entre los artículos compartidos con mayor frecuencia por un dominio en Facebook dentro de un período de dos semanas. Los cinco artículos restantes se seleccionan al azar entre un grupo de artículos de un dominio que cubren temas que probablemente contengan narrativas de desinformación. Los temas y el conjunto asociado de palabras clave que se utilizan para identificarlos son desarrollados conjuntamente por el GDI y el equipo de investigación del país. El equipo local aporta temas vinculados a determinadas narrativas y las palabras clave utilizadas para identificarlos en el discurso de los medios locales dentro de la lista de clasificadores de temas globales del GDI, desarrollada por los equipos de inteligencia y ciencia de datos del GDI. Los equipos de los países también verifican manualmente la traducción automática de toda la lista de temas en los idiomas de estudio pertinentes.

Los artículos de la muestra se anonimizan eliminando cualquier información que permita a los analistas identificar el medio o el autor de los artículos. El contenido anonimizado es revisado por dos analistas de cada país que previamente han sido formados para interpretar el libro de códigos del GDI. Para cada artículo anonimizado, los analistas locales responden 13 preguntas destinadas a evaluar los elementos y características del artículo y su titular en términos de sesgo, sensacionalismo y segmentación negativa. Posteriormente, los analistas revisan cómo se presenta el artículo en el dominio y hasta qué punto el sitio proporciona información sobre la autoría y las fechas de publicación. Al realizar las revisiones del **pilar de Contenido**, los analistas deben proporcionar una explicación detallada y recopilar pruebas para respaldar sus decisiones.

El **pilar de Operaciones** se basa en la información recopilada durante la evaluación manual de cada dominio realizada por los analistas de cada país. Los analistas locales responden 98 preguntas destinadas a evaluar la propiedad, la estructura de gestión y financiación, la independencia editorial, los principios y directrices, las políticas de atribución, las políticas de corrección de errores y verificación de datos y las reglas y políticas de la sección de comentarios. Los analistas recopilan pruebas para respaldar sus evaluaciones a medida que realizan cada revisión del **pilar de Operaciones**.

## Análisis de datos y construcción de indicadores

Los datos recopilados por los analistas de cada país para el **pilar de Contenido** se utilizan para calcular nueve indicadores. Los indicadores de este pilar incluidos en la calificación de riesgo final son: **Precisión del titular, Información sobre la autoría, Presencia de copete, Cobertura común, Cobertura reciente, Segmentación negativa, Sesgo del artículo, Lenguaje sensacionalista y Presentación visual**. Para cada indicador, los valores se normalizan en una escala de 0 a 100. La puntuación a nivel de dominio para cada indicador en este pilar es la puntuación media obtenida en los diez artículos. La puntuación del pilar para cada dominio es el promedio de todas las puntuaciones de todos los indicadores del pilar y varía de 0 a 100.

Para el **pilar de Operaciones**, las respuestas de los analistas de cada país se traducen en un conjunto de subindicadores. Los seis indicadores se calculan a partir de los promedios de las puntuaciones de estos subindicadores. Los indicadores resultantes son: **Atribución, Políticas de comentarios, Principios y prácticas editoriales, Garantía de precisión, Financiación y Propiedad**. Para cada indicador, los valores se normalizan en una escala de 0 a 100. La puntuación del dominio para el pilar es el promedio de todos los indicadores.

**Tabla 2.** Pilares del Global Disinformation Index e indicadores

Pilar	Indicador	Sub-indicador	Unidad de análisis	Definición	Justificación
Contenido	Precisión del titular	Ninguno	Artículo	Calificación de la precisión con la que el titular describe el contenido del artículo.	Indicativo de clickbait.
	Información sobre la autoría			Calificación de la cantidad de información que se proporciona sobre la autoría del artículo.	La atribución de los artículos genera responsabilidad y rendición de cuentas por su veracidad.
	Presencia de copete			Calificación de si el artículo comienza con un copete basado en hechos.	Indicativo de informaciones basadas en hechos y altos estándares periodísticos.
	Cobertura común			Calificación de si el mismo acontecimiento ha sido cubierto por al menos otro medio de comunicación local fiable.	Indicativo de un acontecimiento verdadero e importante.
	Cobertura reciente			Calificación de si el artículo cubre un acontecimiento o suceso noticioso ocurrido dentro de los 30 días anteriores a la fecha de publicación del artículo.	Indicativo de un acontecimiento de interés periodístico, en lugar de uno que se ha sacado de contexto.
	Segmentación negativa			Calificación de si el artículo se dirige negativamente a un individuo o grupo específico.	Indicativo de discurso de odio, sesgo o narrativa antagonista.
	Sesgo del artículo			Calificación del grado de sesgo en el artículo.	Indicativo de informaciones imparciales basadas en hechos o análisis completos.
	Lenguaje sensacionalista			Calificación del grado de sensacionalismo en el artículo.	Indicativo de informaciones imparciales basadas en hechos o análisis completos.
	Presentación visual			Calificación del grado de sensacionalismo en la presentación visual del artículo.	Indicativo de informaciones imparciales basadas en hechos o análisis completos.
Operaciones	Atribución	Ninguno	Dominio	Calificación por la cantidad de políticas y prácticas identificadas en el sitio.	Evalúa las políticas relacionadas con la atribución de notas, hechos y medios (ya sea de forma pública o anónima); indicativo de políticas que garantizan hechos precisos, medios rigurosos y responsabilidad y rendición de cuentas por las publicaciones.
	Políticas de comentarios	Políticas		Calificación por la cantidad de políticas identificadas en el sitio web.	Evalúa las políticas para reducir la desinformación en el contenido generado por el usuario.
		Moderación		Calificación de los mecanismos identificados en el sitio web para hacer cumplir las políticas de comentarios.	Evalúa los mecanismos para hacer cumplir las políticas destinadas a reducir la desinformación en el contenido generado por el usuario.
	Principios y prácticas editoriales	Independencia editorial		Calificación por la cantidad de políticas identificadas en el sitio web.	Evalúa el grado de independencia editorial y las políticas implementadas para mitigar los conflictos de interés.
		Adhesión a la narrativa		Calificación del grado de probabilidad de que el sitio web se adhiera a una afiliación ideológica, en función de sus posiciones editoriales publicadas.	Indicativo de toma de decisiones editoriales politizadas o ideologizadas.
		Pautas de contenido		Calificación por la cantidad de políticas identificadas en el sitio web.	Evalúa las políticas vigentes para garantizar que la información basada en hechos se presente sin sesgos.
		Noticias versus análisis		Calificación por la cantidad de políticas y prácticas identificadas en el sitio web.	Evalúa las políticas vigentes para garantizar que los lectores puedan distinguir entre información y opinión.
	Garantía de precisión	Comprobación de los hechos antes de su publicación		Calificación por la cantidad de políticas y prácticas identificadas en el sitio web.	Evalúa las políticas para garantizar que solo se presente información precisa y rigurosa.
		Correcciones posteriores a la publicación		Calificación por la cantidad de políticas y prácticas identificadas en el sitio web.	Evalúa las políticas para garantizar que las correcciones necesarias se difundan de manera adecuada y transparente.
	Financiación	Estructura de incentivos diversificada		Calificación del número de fuentes de ingresos identificadas en el sitio web.	Indicativo de posibles conflictos de interés derivados de la dependencia excesiva a una o pocas fuentes de ingresos.
		Rendición de cuentas a los lectores		Calificación basada en si las suscripciones de los lectores o sus donaciones se identifican como una fuente de ingresos.	Indicativo de la rendición de cuentas por priorizar la información de calidad sobre el contenido que atrae ingresos publicitarios.
		Transparencia de la financiación		Calificación basada en el grado de transparencia que ofrece el sitio web con respecto a sus fuentes de financiación.	Indicativo de la transparencia que se requiere para monitorear los incentivos y conflictos de interés que pueden provenir de fuentes de ingresos opacas.
	Propiedad	División propiedad-redacción		Clasificación basada en el número de responsables de la toma de decisiones financieras y editoriales a nivel ejecutivo o del consejo que figuran en el sitio.	Indicativo de la separación en la toma de decisiones financieras y editoriales, para evitar los conflictos de interés.
		Transparencia de la propiedad		Calificación basada en el grado de transparencia que el sitio web ofrece en relación con su estructura de propiedad.	Indicativo de la transparencia que se requiere para monitorear los incentivos y conflictos de interés que pueden provenir de estructuras de propiedad opacas.

Fuente: Global Disinformation Index

## Clasificación de riesgo

La puntuación general del índice para cada dominio es el promedio de las puntuaciones de los pilares. Los dominios se clasifican sobre la base de una escala de riesgo de cinco categorías y la puntuación general del índice. Las categorías de riesgo se definieron en función de la distribución de las calificaciones de riesgo de 180 sitios web en seis mercados mediáticos diferentes en septiembre de 2020

Este conjunto de datos obtenidos de diferentes países se estandarizó para ajustarse a una distribución normal, con una media de 0 y una desviación estándar de 1. Las puntuaciones estandarizadas y su distancia respecto de la media se utilizaron para determinar los intervalos para cada nivel de riesgo, que se indican en la tabla 3. Estos intervalos se utilizan para categorizar los niveles de riesgo de los sitios en cada análisis de un mercado de medios realizado con posterioridad.

**Tabla 3.** Niveles de riesgo de desinformación

Nivel de riesgo	Límite inferior	Límite superior	Distribución
Riesgo mínimo	69.12	100	> 1.5 DE de la media
Riesgo bajo	59.81	69.11	> 0.5 y ≤ 1.5 DE de la media
Riesgo medio	50.5	59.8	> -0.5 y ≤ 0.5 DE de la media
Riesgo alto	41.2	50.49	≥ -1.5 y ≤ -0.5 DE de la media
Riesgo máximo	0	41.19	< -1.5 DE de la media

Fuente: Global Disinformation Index

## Aclaración

El GDI desaconseja la comparación directa entre el informe argentino actual y el de 2020, pues se basan en versiones diferentes de la metodología. En la más reciente fueron actualizados y refinados el proceso de recopilación de datos, el cálculo de los indicadores, la definición de los límites de riesgo y otros pasos en el proceso de investigación manual.

Aunque las puntuaciones obtenidas con ambas versiones metodológicas son congruentes, no se recomienda una comparación directa.

# Notas

---

- 1 El marco de evaluación del GDI se describe en el apéndice de este informe.
- 2 Reporteros Sin Fronteras. *Media Ownership Monitor. Argentina*. <https://argentina.mom-rsf.org/en/findings/findings/#!9fed61067e34232006ff7dcd0ed479d0>.
- 3 Ibidem.
- 4 Reuters Institute for the Study of Journalism. (2021). *Reuters Institute Digital News Report 2021 (10ª edición)*. [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital News Report 2021 FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital%20News%20Report%2021%20FINAL.pdf).
- 5 Ibidem.
- 6 Ibidem.
- 7 Becerra, M. (8 de julio de 2021). *Argentina juega al desconfío de las noticias*. QUIPU: <https://martinbecerra.wordpress.com/2021/07/08/argentina-juega-al-desconfio-de-las-noticias/>.
- 8 Cámara Argentina de Agencias de Medios. *Inversiones publicitarias*. <https://www.agenciasdemedios.com.ar/inversiones-publicitarias/>.
- 9 Reuters Institute for the Study of Journalism, *op. cit.*
- 10 Reporteros Sin Fronteras. *Media Ownership Monitor. Argentina*. <https://argentina.mom-rsf.org/en/findings/findings/#!bb160f6dd3eebfdbf422b340b62b8d9c>.
- 11 En algunas ocasiones, los medios de comunicación internacionales pueden incluirse en un estudio si el mercado local es pequeño, los sitios web se consideran muy relevantes, el contenido del sitio es específico para el mercado evaluado y el GDI no ha desarrollado una clasificación de riesgo para ese medio en otro lugar.



---

[www.disinformationindex.org](http://www.disinformationindex.org)