

Generar tráfico hacia las noticias y el contenido verificado: casos de éxito serán parte de la Cumbre Global sobre Desinformación

Esta semana, la empresa Chartbeat confirmó que **el tráfico que envía Facebook a los medios de comunicación cayó un 40%** en el promedio global, con picos más preocupantes del orden del 60% para el caso de medios de comunicación de Latinoamérica. El estudio confirma una tendencia en aumento que muestra la fragilidad que significa para el mundo de las noticias depender en gran medida de las grandes plataformas digitales para mostrar su contenido. Este tema será un punto central de la próxima Cumbre Global sobre Desinformación que se va a desarrollar los próximos 27 y 28 de septiembre, en un evento *online* y gratuito con registro [en este link](#).

Casos de éxito en la Cumbre

La magnitud del desafío de dar visibilidad al contenido confiable y verificado que generan medios de comunicación e iniciativas de *fact-checking* ha sido uno de los temas de conversación principales en el último año. En esa línea, con el apoyo del International Fact-Checking Network (IFCN) y fondos de Google se implementó un programa, que está en desarrollo, destinado a potenciar el alcance del contenido verificado. El IFCN del Instituto Poynter será parte de la Cumbre Global sobre Desinformación para contar los aprendizajes de esta iniciativa y mostrar cuáles han sido las **estrategias que hasta ahora están funcionando para mejorar el alcance de las noticias** y el contenido verificado.

También será parte de las propuestas la iniciativa que impulsaron en conjunto Bolivia Verifica y Proyecto Desconfío para generar piezas gráficas para WhatsApp como estrategia para mejorar el impacto del monitoreo de discursos de odio en las redes sociales de Bolivia. Durante la Cumbre contarán parte de esta experiencia y de los aprendizajes, que podrían incluso dar lugar a una **“Guía de recomendaciones para la distribución de contenido verificado a través de WhatsApp”** que ayude a otras iniciativas a mejorar sus formas de distribuir los contenidos. El proyecto se denomina “No al odio” y es parte del panel sobre Distribución de Contenido Verificado que tendrá lugar en la Cumbre Global sobre Desinformación.

En el evento global que organizan la Sociedad Interamericana de Prensa, Proyecto Desconfío y Fundación para el Periodismo también se presentará el caso del *chatbot* que desarrolló Maldita desde España. El sistema implementado en WhatsApp permite a los usuarios revisar contenido verificado de la última semana, pero también acceder a guías y recomendaciones para identificar información falsa o engañosa en el escenario digital. Esta nueva funcionalidad en su *chatbot* de WhatsApp permite a los usuarios participar en cursos de microaprendizaje con contenidos multimedia como vídeos, audios e imágenes y confirmar su conocimiento con cuestionarios interactivos.

El desafío de conectar con las audiencias

Todas estas formas que buscan ampliar el alcance de contenidos verificados serán un insumo importante para el mundo de los medios de comunicación que buscan reducir al mínimo su dependencia del contenido que distribuyen las grandes plataformas y explorar nuevas vías para diseminar contenido confiable. Los datos que acaba de publicar ChartBeat confirman que **el tráfico hacia las noticias desde Facebook** ha descendido de forma drástica en todas las regiones del mundo, pero con diferencias significativas. **En América Latina, la caída fue del 60%**, pasando de un promedio de 87 millones de vistas semanales en enero a menos de 35

millones en julio. En América del Norte, el tráfico cayó un 46%, mientras que en Europa, Oriente Medio y África la disminución fue del 39%.

Con estos antecedentes, que no hacen más que confirmar viejas preocupaciones de los medios de no quedar a merced de terceros para la distribución de noticias, la Cumbre Global sobre Desinformación aparece como un escenario interesante para aprender sobre casos de éxito en el complejo desafío de conectar con las audiencias.

La **III Cumbre Global sobre Desinformación** cuenta con el apoyo de Google News Initiative, International Fact-Checking Network, Embajada de Estados Unidos en Argentina, Naciones Unidas Argentina, BancoSol de Bolivia y el Centro Kimberly Green para América Latina y el Caribe de la Universidad Internacional de Florida (FIU). Se trata de un evento online y gratuito, que requiere inscripción previa en www.cumbredesinformacion.com.

Acompañan la Cumbre: International Center for Journalists (ICFJ), Medianálisis, Bolivia Verifica, Asociación Nacional de Prensa de Chile, Fundación GABO, DW Akademie, Infoveritas, Asociación Colombiana de Medios de Información (AMI), Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (ADEPA) y Naciones Unidas Bolivia.

Generate traffic to verified news and content: success stories will be part of the Global Disinformation Summit

This week, the company Chartbeat confirmed that **the traffic Facebook sends to media outlets has dropped by 40%** on a global average, with even more concerning spikes of up to 60% for Latin American media outlets. The study confirms a growing trend highlighting the vulnerability of the news world's heavy reliance on major digital platforms to showcase their content. This issue will be a central focus of the upcoming Global Disinformation Summit, taking place on September 27th and 28th in an online and free event, with registration available [at this link](#).

Success stories at the Summit

The challenge of giving visibility to reliable and verified content generated by media outlets and fact-checking initiatives has been one of the main topics in the past year. In this regard, with the support of the International Fact-Checking Network (IFCN) and funding from Google, a program aimed at enhancing the reach of verified content is currently in development. The IFCN at the Poynter Institute will be part of the Global Disinformation Summit to share the insights from this initiative and showcase the **strategies that have been effective in improving the reach of news and verified content**.

Another proposal to be featured at the summit is the initiative jointly driven by Bolivia Verifica and Project Desconfío, which focuses on creating graphic pieces for WhatsApp as a strategy to enhance the impact of monitoring hate speech on Bolivia's social media. During the summit, they will share their experiences and learnings, which may even lead to the creation of a Recommendations **Guide for the distribution of verified content through WhatsApp**, assisting other initiatives in improving their content distribution methods. The project is called "No al odio" ("Say No to Hate") and is part of the panel on verified content distribution at the Global Disinformation Summit.

The event organized globally by the Inter-American Press Association, Project Desconfío, and the Journalism Foundation will also present the case of the chatbot developed by Maldita in Spain. The WhatsApp-based system allows users to access verified content from the past week and provides guides and recommendations to identify false or misleading information in the digital landscape. This new functionality in their WhatsApp chatbot enables users to engage in micro-learning courses with multimedia content such as videos, audio, and images and confirm their knowledge through interactive quizzes.

The challenge of connecting with audiences

All these approaches aiming to expand the reach of verified content will provide valuable insights for media outlets looking to reduce their dependence on content distributed by major platforms and explore new avenues for disseminating reliable content. The recently published data by ChartBeat confirms a significant decline in traffic to news from Facebook across all regions of the world, with notable differences. In Latin America, the drop was 60%, going from an average of 87 million weekly views in January to less than 35 million in July. In North

America, traffic fell by 46%, while in Europe, the Middle East, and Africa, the decrease was 39%.

With these findings, which only reinforce longstanding concerns of media outlets about being at the mercy of third parties for news distribution, the Global Disinformation Summit emerges as an intriguing platform for learning about success stories in the complex challenge of connecting with audiences.

The III Global Disinformation Summit is supported by the Google News Initiative, the International Fact-Checking Network, the U.S. Embassy in Argentina, the United Nations Argentina, BancoSol of Bolivia, and the Kimberly Green Center for Latin American and Caribbean Studies at Florida International University (FIU). It is an online and free event that requires prior registration at www.cumbredesinformacion.com.

The summit is accompanied by the International Center for Journalists (ICFJ), Medianálisis, Bolivia Verifica, National Press Association of Chile, GABO Foundation, DW Akademie, Infoveritas, Colombian Association of Media Information (AMI), Association of Argentine Journalism Entities (ADEPA), and United Nations Bolivia.