

Guía Emergente de Recomendaciones en Situaciones de Emergencia de Salud: Noticias Falsas o Fake News”

**Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación
Quito, Ecuador**

Antecedentes

Las situaciones de crisis como terremotos, erupciones volcánicas, inundaciones, avalanchas, incendios, emergencias sanitarias, pandemias, entre otras, son acontecimientos que constituyen hechos de interés noticioso para los medios de información. En tal virtud, ejercer una comunicación responsable en estos contextos es trascendental, ya que evita que la ciudadanía experimente sensaciones de miedo, impotencia o frustración frente a lo sucedido (OPMS, 2011) y se mantenga informada.

Por lo tanto, es necesario que los trabajadores y profesionales de la comunicación, realicen su actividad informativa con un enfoque adecuado, “con una visión de respeto hacia las víctimas y con un carácter noticioso que procure soluciones y aliente la prevención. Estas informaciones deben llevar un referente ético y científico con el fin de trascender la sensación de alarma” (OPS, 2011: 4).

El Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, como organismo encargado de la regulación de contenidos y promoción de los derechos a la información y comunicación, consciente de que la comunicación es un pilar fundamental para mantener a la ciudadanía informada y una manera efectiva de prevenir, detener o reducir el impacto de la percepción ciudadana sobre la crisis generada por este tipo de acontecimientos, en relación al rol de los medios y la gestión de la información en contextos de crisis o emergencia, sanitarias o de salubridad, dado el contexto actual del país y el mundo, por la emergencia sanitaria en relación al COVID-19, presenta la “Guía emergente de recomendaciones en situaciones de emergencia de salud: Noticias falsas o *fake news*” con el objetivo de establecer estrategias de trabajo conjunto entre medios de comunicación y ciudadanía que permitan reducir el impacto de dichos fenómenos.

Objetivo

Brindar a la ciudadanía, trabajadores y profesionales de la comunicación herramientas dinámicas y útiles para el abordaje adecuado de la información en emergencias de salud y establecer estrategias de gestión frente a las noticias falsas que permita identificarlas y evitar que sean reproducidas o difundidas.

Desarrollo de Informe

Referencia Legal Básica

Para propender al tratamiento adecuado de la información y generación de contenidos en momentos de crisis sanitaria, que elimine la presencia de noticias falsas, es necesario tener en cuenta la normativa vigente en el país, esto permitirá establecer los límites y las posibles vulneraciones a las cuales podemos exponer a la ciudadanía.

La Constitución de la República del Ecuador, artículo 66, número 18 reconoce el derecho al honor y al buen nombre; el número 19 establece el derecho a la protección de datos de carácter personal, que incluye el acceso y la decisión sobre información y datos de este carácter, así como su correspondiente protección. La recolección, archivo, procesamiento, distribución o difusión de estos datos o información requerirán la autorización del titular o el mandato de la ley; y el número 20, reconoce el derecho a la intimidad personal y familiar.

La Ley Orgánica de Comunicación determina, algunos artículos preponderantes para el accionar periodístico:

Art. 19.- Responsabilidad ulterior.- Para efectos de esta ley, responsabilidad ulterior es la obligación que tiene toda persona de asumir las consecuencias legales posteriores a difundir, a través de los medios de comunicación, contenidos que lesionen los derechos estableci-

dos, en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador, en la Constitución y la Ley.

Art. 20.- Responsabilidad ulterior de los medios de comunicación.- Habrá lugar a responsabilidad ulterior de los medios de comunicación, cuando los contenidos difundidos sean asumidos expresamente por el medio o no se hallen atribuidos explícitamente a una persona.

Art. 21.- Responsabilidad civil.- Será civilmente responsable por las indemnizaciones y compensaciones a las que haya lugar por el incumplimiento de la obligación de realizar las rectificaciones o réplicas o por las afectaciones a los derechos humanos, reputación, honor y el buen nombre de los afectados, la persona natural o jurídica a quien se le puede imputar la afectación de estos derechos, previo al debido proceso.

Art. 22.- Derecho a recibir información de calidad.- Todas las personas tienen derecho a que la información de relevancia pública que reciben a través de los medios de comunicación sea verificada, contrastada, precisa y contextualizada.

La verificación implica constatar que los hechos difundidos efectivamente hayan sucedido.

La contrastación implica recoger y publicar, de forma equilibrada, las versiones de las personas involucradas

en los hechos narrados, salvo que cualquiera de ellas se haya negado a proporcionar su versión, de lo cual se dejará constancia expresa en la nota periodística.

La precisión implica recoger y publicar con exactitud los datos cuantitativos y cualitativos que se integran a la narración periodística de los hechos. Son datos cualitativos los nombres, parentesco, función, cargo, actividad o cualquier otro que establezca conexidad de las personas con los hechos narrados. Si no fuese posible verificar los datos cuantitativos o cualitativos, los primeros serán presentados como estimaciones y los segundos serán presentados como suposiciones.

La contextualización implica poner en conocimiento de la audiencia los antecedentes sobre los hechos y las personas que forman parte de la narración periodística. Si las personas que son citadas como fuentes de información u opinión tienen un interés específico o vinculación de orden electoral, política, económica o de parentesco en relación a las personas o a los hechos que forman parte de la narración periodística, esto deberá mencionarse como dato de identificación de la fuente.

Art. 71.- Responsabilidades comunes.- La información y la comunicación son derechos que deberán ser ejercidos con responsabilidad, respetando lo establecido en

los instrumentos internacionales de derechos humanos, la Constitución y la Ley.

Todos los medios de comunicación tienen las siguientes responsabilidades comunes en el desarrollo de su gestión: (...)

d) Contribuir al mantenimiento de la paz y seguridad; así como promover la cultura de prevención del riesgo de desastres y servir de canal para la difusión de información oficial relacionada con las causas y efectos que puedan producir los eventos peligrosos que afecten a las personas, familias, comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades.

Art. 74.- Obligaciones de los medios audiovisuales.- Los medios de comunicación, radio y televisión de señal abierta tendrán la obligación de prestar gratuitamente los siguientes servicios sociales de información de interés general:

a. Transmitir en cadena nacional o local, en todos o en varios medios de comunicación social, los mensajes de interés general que disponga el Presidente de la República o la entidad de la Función Ejecutiva que reciba esta competencia, siempre y cuando se haya notificado al medio con al menos 24 horas de anticipación. Los titulares de las demás funciones del Estado

coordinarán con esta entidad de la Función Ejecutiva para hacer uso de este espacio destinado a realizar las cadenas establecidas en este numeral.

Estos espacios se utilizarán de forma coordinada única y exclusivamente para informar de las materias de su competencia cuando sea necesario para el interés general, de acuerdo con los parámetros establecidos en el reglamento general de esta Ley. Los servidores públicos señalados en el párrafo anterior serán responsables por el uso inadecuado de esta potestad;

b. Transmitir en cadena nacional o local, para los casos de estado de excepción previstos en la Constitución de la República, los mensajes que dispongan la o el Presidente de la República o las autoridades designadas para tal fin;(...)

d. Transmitir la vocería oficial designada, con el fin de mantener informada a la población sobre el desarrollo de los eventos peligrosos conocidos como desastres y catástrofes de niveles 4, 5 y con alerta roja, declarados por el ente rector del Sistema Nacional Descentralizado de Gestión de Riesgos, mediante el enlace de los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios; sin que medie necesariamente la declaratoria del estado de excepción.

Se entenderá como interés general aquel conjunto de pretensiones relacionadas con las necesidades colectivas de los ciudadanos y ciudadanas del país.

Art. 91.2.- Principios de la autorregulación. La autorregulación se guiará por los siguientes principios:

- a) Compromiso con la veracidad de la información;
- b) Apego a la transparencia;
- c) Ejercicio de libertad de expresión y pensamiento; y,
- d) Respeto a los derechos fundamentales.

Art. 91.3.- Fundamentos de la autorregulación. Los fundamentos de la autorregulación son los siguientes:

- a) Defiende el derecho universal a la comunicación, en beneficio de todos los ciudadanos;
- b) Promueve y protege la libertad editorial;
- c) Promueve la calidad de la información;
- d) Establece un vínculo entre profesionales y ciudadanía sobre bases de confianza;
- e) Propicia el involucramiento de la ciudadanía como parte fundamental de la autorregulación;
- f) Fomenta la responsabilidad social de los medios; y,
- g) Respeta los derechos humanos de los trabajadores de la comunicación.

De igual manera, la Ley Orgánica de Salud establece que:

Art. 63.- La autoridad sanitaria nacional en coordinación con otros organismos competentes ejecutará campañas de información y educación dirigidas al personal de salud y a la población en general, para erradicar actitudes discriminatorias contra las personas afectadas por enfermedades transmisibles.

Además, se debe tomar en cuenta que, junto a esta normativa, se debe tomar en cuenta todo el marco jurídico vigente en el país, mismo que está compuesto por la Constitución, acuerdos internacionales, leyes, códigos y reglamentos.

Qué Son Las Noticias Falsas

El diccionario Collins, en su versión *on line*, define el término Fake News como una información falsa, a menudo sensacional, diseminadas bajo el pretexto de informar las noticias. “Siendo esta una definición general, de una acción que parece casual e aislada, pero que sin embargo es más bien, causal y frecuente” (Baidez, 2018: 12).

El Relator Especial sobre la Promoción y Protección del Derecho a la Libertad de Opinión y de Expresión de las Naciones Unidas, de manera no oficial se ha referido a las noticias falsas, como “la información que es intencionalmente distribuida o intencionalmente creada con el objeto de menoscabar el derecho del público a saber y menoscabar su habilidad para

discernir entre (...) hecho y ficción” (Comisión Nacional de los Derechos Humanos – México, 2019: 14).

Acorde con el “Estudio sobre el derecho a la libertad de expresión de la Comisión Interamericana”, las noticias falsas podrían considerarse como “una publicación o difusión masiva de información falsa de interés público, a sabiendas de su falsedad y con la intención de engañar o confundir al público o una fracción del mismo” (Comisión Nacional de los Derechos Humanos – México, 2019: 14).

En este sentido, “los rumores de antes son las ‘Fake News de hoy’. Todo ello difundido por las redes sociales y otras plataformas, debido a su potencia y viralidad frente a las noticias reales” (Baidez, 2018: 13).

¿Cómo Se Originan las Fake News?

Dado el desarrollo y la presencia masiva de tecnologías de información y comunicación en casi la totalidad de las actividades humanas desde hace algunos años, se ha dado una migración de contenidos informativos, desde los medios tradicionales a Internet, así como la existencia y gran acogida, de plataformas digitales que permiten la participación activa de personas en diversas actividades.

Hablamos de un contexto en el que los receptores son re-significados. Los teóricos ya hablan de “usuario prosumidor” o “usuario activo”, provocado por lo que Castells llama la “au-

to-comunicación de masas”. Concepto que se refiere a que los usuarios no sólo son partícipes, sino que también son parte integrante fundamental en la construcción de este nuevo “ecosistema informativo”.

Así, la acumulación de discursos, datos e informaciones se encuentra en medio de este nuevo contexto, en el que todas y todos tienen posibilidad de compartir y publicar, posturas personales, opiniones extremistas, propaganda, publicidad, etc. dado que:

Las fake news son contenidos deliberadamente falsos que se publican en sitios web cuya apariencia intenta ser formal y auténtica. A veces el diseño del sitio y su URL suplantan un portal de noticias reconocido. El propósito claro es engañar al usuario. Generalmente estos contenidos se mueven en redes sociales a través de las cuentas propias de esos portales, ya sea de manera orgánica –mediante likes, retweets y compartidos de los usuarios– o con acciones promocionadas, es decir, pagando para que estos contenidos sean publicitados por las plataformas (Cortés e Isaza, 2017: 5).

Es a partir de la existencia de plataformas virtuales que se ha vuelto mucho más sencilla la divulgación de noticias engañosas. En principio, porque al pasar a una forma de comunicación que permite el intercambio de mensajes en red, consiente

que los usuarios sean además de consumidores, también productores de discursos que circulan y que muchas veces son falsos. Y, en segundo lugar, estas plataformas utilizan un algoritmo¹ que distribuye el contenido más relevante para cada usuario, logrando que la información que se le muestra a cada uno esté condicionada y filtrada.

Además, el flujo informativo en las redes sociales se actualiza constantemente, no sólo por relevancia para el usuario sino también de acuerdo al alcance e interacciones que tiene el posteo, validando una noticia sólo por su nivel de difusión. Por otro lado, los distintos intereses políticos, partidarios, o simplemente una confusión se vuelven motivos para que de una manera más frecuente se viralice un contenido engañoso (Federación Internacional de Periodistas, 2017).

No obstante, el acceso a la información correcta y fiable es un derecho inherente a la condición de vida en sociedad, por lo que la ética personal juega un papel trascendental.

¿Cómo Reconocerlas?

Para reconocer una noticia falsa o “*Fake News*” es necesario tener en cuenta que, por lo general, estas tienen un propósito, ya sea económico (busca ganar dinero), o ideológico (busca manipular a la gente) y lo más importante, que “lo hacen con apariencia de noticias para conseguir ser efectivas” (Baidez, 2018: 12). Por lo tanto, las noticias falsas pueden ser identificadas a partir de sus características:

1. Es una acción material, que consiste en la divulgación masiva de información “falsa”. En este sentido:

(...) al hablar de divulgación masiva, se hace referente no solamente por medios tradicionales sino también aquellas difundidas por medio de las redes sociales por el impacto mediático que tienen. Por otra parte, no por considerarse una información falsa ya se encuadraría en el concepto de “*Fake News*”, ya que debe ser información que revista interés público para la sociedad (Comisión Nacional de los Derechos Humanos – México, 2019: 15).

2. La segunda característica es que la información divulgada, a pesar de parecer confiable, conlleva falsedad en la información que se fabrica o se divulga (Comisión Nacional de los Derechos Humanos – México, 2019). En el informe, “*Journalism, ‘Fake News’ & Disinformation*”, publicado por UNESCO, 2018, se establece que en un sentido material, son contenidos falsos

¹ La Real Academia Española define algoritmo como:

1. m. Conjunto ordenado y finito de operaciones que permite hallar la solución de un problema.
2. m. Método y notación en las distintas formas del cálculo.

porque genuinamente la información o imágenes son normalmente sacadas de contexto para recircular la información y hacerla parecer verdadera por redes, cuando no lo es. Es decir, “son videos o artículos de impostores en donde la información parecería verdadera, por el periodista o fotógrafo a quien se le atribuye la supuesta publicación de la información” (Comisión Nacional de los Derechos Humanos – México, 2019: 10)

3. La tercera característica es que este tipo de noticias tienen por objetivo engañar o confundir al público o a una fracción de él. “Los contenidos suelen ser fabricados puesto que, al hacer una información más llamativa, se circula en mayor medida en redes sociales” (Comisión Nacional de los Derechos Humanos – México, 2019:10).

Por lo tanto, “la UNESCO recalca que el público en general y sobre todo los medios de comunicación y periodistas, necesitan separar los elementos esenciales para ver el fenómeno del desorden de información; es decir, ver el agente, los mensajes e intérpretes” (Comisión Nacional de los Derechos Humanos – México, 2019:10).

Responsabilidad Social de los Medios de Comunicación en Relación con los Derechos Individuales a la Salud y Demás Derechos Conexos

En el “Marco Conceptual: manejo mediático en emergencias sanitarias”, realizado por la Coordinación de Promoción de los Derechos de la Comunicación e Información del Consejo de Comunicación se plantea que desde la dimensión colectiva del derecho a la libertad de expresión, los medios de comunicación social adquieren especial relevancia puesto que su capacidad operativa permite que sus mensajes puedan llegar masivamente a la comunidad; de ahí que en tiempos de crisis epidemiológica, expansión de una pandemia o cualquier tipo de circunstancia permanente o transitoria que amenace la bioseguridad de la sociedad su rol adquiere especial relevancia.

No obstante, en relación a derechos específicos y conexos al derecho a la salud, los medios de comunicación asumen responsabilidades de promoción de derechos, de buenas prácticas, de consejos para la adopción de hábitos saludables y beneficiosos para que cada persona desde su hogar o particular ámbito de acción puedan cuidarse y contribuir a la comunidad para superar la emergencia. En este aspecto es altamente recomendable que los medios de comunicación puedan indagar y difundir buenas prácticas realizadas con éxito en contextos internacionales, en poblaciones y circunstancias análogas a las que se pretende superar en el país.

Como eje transversal a cualquier forma de favorecer al pleno ejercicio de derechos, los medios de comunicación deben prever que ciertos acontecimientos sociales pueden generar un brote de xenofobia, racismo, regionalismo y otro tipo de odios en contra de cualquier sector social que se considere, con razón o sin ella, causante del mal que enfrenta la comunidad. Desde esta perspectiva, los medios de comunicación social tienen la obligación de generar información objetiva que ponga en evidencia estereotipos irracionales y la falta de fundamento para culpar a personas inocentes por el mal que acecha. Así los medios de comunicación deben emitir mensajes de reconciliación social, de tolerancia y de respeto a todas las personas, independientemente de su condición o circunstancia. Precisamente en momentos como estos, los medios de comunicación deben adoptar estrategias de lucha contra la discriminación y el respeto a los demás.

En este sentido, la calidad de la información que se espera de los medios de comunicación, no solamente alude a las personas, sino también a los contextos en los que se desarrolla la vida. Así, es necesario que la información sobre salud, tanto en el ámbito de la prevención, curación y rehabilitación, así como posibles contraindicaciones de medicamentos o alimentos; en contextos laborales, en el hogar, en los espacios públicos, en los centros académicos y hospitalarios y en cualquier otro contexto que fuese necesario, esté de acuerdo con el tipo de emergencia y los daños que pueda causar.

Contexto de la Labor Periodística Frente a las Noticias Falsas

En la labor periodística, los profesionales de la información “han tenido a su alcance una serie de fuentes de información que se consideraban hábiles y a las que podían recurrir para dar respuesta a las necesidades de sus usuarios” (López-Borrull, Vives-Gràcia, Badell: 2018: 1347). La consideración de una fuente confiable, o de referencia, exige la realización de diversos procesos de verificación y contrastación que permitan garantizar la calidad de la información que se podría encontrar. Sin embargo, la irrupción del internet, el blog, la web, las redes sociales, entre otras herramientas, ha permitido el apareamiento de nuevas formas de interacción comunicacional de las audiencias, convirtiéndose en lugares de referencia informativa al alcance de los y las profesionales y trabajadores de la comunicación.

No obstante, esta dinámica se ha visto influenciada por el apareamiento y difusión en redes sociales de noticias falsas y de campañas de desinformación, que afectan al flujo idóneo de información en momentos de crisis.

A esto se suma que, en la actualidad, nos enfrentamos a una cobertura de emergencias y desastres donde lo que prima es la inmediatez y, esto puede provocar poca profundidad de los contextos y antecedentes. De ahí que, “hay un privilegio por ocupar los lugares más visibles del periódico debido a la dimensión de las emergencias. Hay poco cuidado de parte de quien informa por tomar en cuenta los efectos psicosociales de la población

afectada pues abundan los detalles innecesarios que, sin duda, hacen revivir el dolor” (OPS, 2011: 8).

La cobertura de emergencias y desastres se enmarca en la comunicación de riesgo (Farré, 2005) o periodismo preventivo (Fraguas, 2007), y, por lo tanto, las coberturas de emergencias y desastres “deben favorecer un tratamiento transversal en todas las noticias con el fin de ayudar al lector a entender correctamente el fenómeno, por ejemplo, de una pandemia o deslizamiento y evitar informaciones incorrectas que puedan ocasionar la pérdida de confianza de la ciudadanía” (OPS, 2011: 14).

Contexto de la Labor Ciudadana Frente a las Noticias Falsas

En Ecuador las noticias falsas copan las redes sociales. Según un informe de Ecuador Chequea, el primer medio de verificación del discurso público creado por la Fundación Andina para la Observación y Estudio de los Medios (Fundamedios), se desmintieron “180 contenidos falsos” que navegaban en Facebook, Twitter y WhatsApp en 2019.

Las redes sociales son la plataforma idónea para la libre difusión de noticias y su viralización (Lerman, K., & Ghosh, R. 2010). Estas apelan a las emociones más primarias de las audiencias, transmitiendo mensajes de tristeza, miedo, sorpresa o ira (Vosoughi, S.; Roy, D.; Aral, S. 2018). Este tipo de noticias: (...) son más llamativas y propensas a ser compartidas por el usuario medio, independientemente de que sean

ciertas, ya que se da por supuesta su fiabilidad.

Este proceso de aceptación, tiene que ver con el mecanismo de segregación de dopamina, una sustancia neurotransmisora, generada de forma natural por el cerebro, cuando se produce un estímulo primario que nos satisface y que se asocia a los procesos adictivos. Parece demostrarse que no sólo las redes sociales a través de las notificaciones generan este efecto en los usuarios (Blazques, 2018: 5).

Por consiguiente, para evitar que este tipo de fenómenos se reproduzcan, la ciudadanía tiene la responsabilidad de verificar la información antes de compartirla. En este contexto, para propender a la eliminación de las distintas formas de desinformación pública y distorsiones en el proceso comunicativo o “*fake news*” en situaciones de crisis es necesario tomar en cuenta las siguientes recomendaciones.

Recomendaciones

¿Qué Hacer Frente a las Noticias Falsas o Fake News en Situaciones de Emergencia de Salud?

Tanto en las epidemias y pandemias, como en las crisis humanitarias y los desastres naturales, la Organización Mundial de la Salud, OMS, recomienda manejar una comunicación de riesgos, que consiste en “el intercambio, en tiempo real, de información, consejos y opiniones entre los expertos, los líderes comunitarios, los funcionarios públicos y las personas

en situación de riesgo” (OMS, 2018: ix). Se sostiene que la comunicación eficaz permite “que los colectivos más expuestos entiendan y adopten las medidas de protección que correspondan” (OMS, 2018: ix); a su vez, “permite a las autoridades y los expertos escuchar y atender las preocupaciones y necesidades de la población, (...) contribuirá a que los consejos que emitan sean pertinentes, fidedignos y aceptables” (OMS, 2018: ix).

La organización manifiesta que ciertas redes, como Facebook o Twitter pueden usarse desde los diferentes Estados miembros “para difundir información veraz, así como para corroborar datos cuando haya que desmontar rumores o noticias falsas en una crisis de salud pública” (OMS, 2018: 28), esto considerando que estas redes tienen amplitud de alcance, nivel de influencia, resultados y considerando la variedad de públicos coexistente.

Recomendaciones en el ámbito periodístico

En el ámbito periodístico la Comisión Nacional de los Derechos Humanos – México, 2019, establece las siguientes recomendaciones:

- a. Establecer estrategias y herramientas de medios periodísticos para combatir las noticias falsas:** Como se estableció anteriormente, los medios de comunicación podrían optar por desarrollar, en conjunto, aplica-

ciones o páginas web en donde, con base en estándares universales o interamericanos en materia de libertad de expresión, se pueda identificar con mayor facilidad si en realidad ciertas noticias que se difunden en medios electrónicos son en realidad parte de sus verdaderos artículos periodísticos.

- b. **Que se incentive a los medios de información el no difundir noticias falsas:** Que entre los mismos medios incentiven por medio de estímulos, homenajes o premios la correcta realización de noticias basadas en datos verídicos, así como la confirmación de la información que difundan. Al hacer esto, se creará un entorno en donde los medios periodísticos busquen la progresividad en materia de transparencia y herramientas para prevenir las noticias falsas en la publicación de sus artículos y noticias.
- c. **El refuerzo en sus Códigos en Ética relacionados con la publicación de información:** Como se estableció anteriormente, la difusión de publicación de noticias falsas ha ido en aumento, mismas que se remiten a las emociones de los usuarios, con la intención de engañar o confundir a los mismos. Por consiguiente, los medios de comunicación deben prevenir que sus colaboradores publiquen o difundan noticias falsas. En tal virtud, es

necesario que los medios de comunicación creen Códigos de Ética en sus respectivos medios o si ya cuentan con uno, que en sus Códigos de Ética incluyan que, al momento de realizar un contenido periodístico, en los colaboradores prevalece la veracidad de la investigación y no la desinformación deliberada bajo presiones de cualquier tipo.

Igualmente, este Organismo propone que en los Códigos de Ética de los medios de comunicación se establezca que, si un colaborador incumple con el mismo, sea revisado por un Comité del medio para que en su caso se ofrezca capacitación en temas del derecho a la información, libertad de expresión y noticias falsas.

Parámetros Para Detección de Noticias Falsas en la Labor Periodística

La Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios, Fundamedios, en su informe “Fake News: ‘información’ que desinforma”, elaborado en julio de 2017, establece las siguientes pautas para determinar la veracidad o falsedad de un contenido:

- 1. Verificar la fuente:** Hay que estar atento a historias vinculadas a sitios que terminan en “.ru” o “.co” o dominios similares; en especial si están vinculadas a un sitio de renombre. Esos dominios -así como otros, tipo

market- dan pistas sobre un sitio que puede no ser lo que parece. Otros portales pueden intentar engañar con errores de ortografía, letras que faltan en su nombre o que son reemplazadas por números.

2. **Distinguir sitios web de noticias satíricas:** La gente que dirige estos sitios (El Mercio, El Mercioico, El Borrógrafo) sabe decir la suficiente ‘dosis de verdad’ para engañar al lector, al menos por un momento, y hacerlo reír o reírse de él. “Una noticia falsa toca los límites de la realidad, pero no demasiado”.
3. **Ofusca:** Los sitios satíricos tratan de revelar “nuestras inseguridades y preocupaciones”. Ese es el objetivo de una noticia falsa: tomar las inquietudes y opiniones de la gente en un momento coyuntural, y burlarse. Una fake new suele ser atractiva cuando ayuda a odiar a quienes se quiere odiar.
4. **Duda:** Es preciso confirmar noticias de última hora, o de historias poco creíbles, especialmente si proviene de una fuente desconocida o redes sociales.
5. **Desarrollo de la noticia:** El afán de los medios de comunicación por obtener noticias de última hora hace que a veces las primeras historias no sean siempre las más precisas.

Además, este documento establece que hay que diferenciar entre los portales de contenido satírico como por ejemplo El

Borrégrafo, que puede ser asumido como cierto por parte de los lectores desprevenidos; y los portales de internet montados para engañar a los incautos con el propósito de difamar a alguien o provocar efectos artificiales en los mercados de valores.

Recomendaciones en el Ámbito Personal

Varios profesionales de la comunicación trabajan sobre el tratamiento de la información en entornos virtuales, es el caso de Christian Espinoza², catedrático y periodista, que plantea algunas recomendaciones:

- Al momento de publicar contenidos es necesario reflexionar antes de publicarlos, siendo que este tema no es de inteligencia sino de actitud crítica. Así, las personas más reflexivas son más capaces de diferenciar entre noticias reales y falsas, independientemente de si el titular está de acuerdo o no a su tendencia política.
- Es importante revisar documentos e informes que nos permita identificar las noticias falsas y establecer estrategias para evitar la reproducción de noticias falsas.
- Utilizar herramientas tecnológicas como las incluidas en WhatsApp, Google o Facebook.

² Periodista. Fundador de Cobertura Digital.com <<http://www.coberturadigital.com>>. Profesor de Periodismo Móvil en el Máster de Periodismo Digital de la Universidad de la Sábana de Bogotá, catedrático del Máster de Periodismo Digital de la Universidad Mayor de Chile, catedrático del postgrado de periodismo digital de la Universidad Monteavila de Venezuela. Ha capacitado en el tema móvil a redacciones como Últimas Noticias, El Mundo, Lider (Venezuela). El Tiempo de Colombia. El Mercurio de Cuenca, TC Televisión, El Comercio, El Universo, Gamavisión, Radio La Red, HCJB, Corape, entre otras (Ecuador).

- Dudar de cualquier contenido que aparezca como “re-enviado” hasta que pueda ser verificado.
- Al momento del trabajo con redes sociales recomienda decirle no a la #infodemia (epidemia de la desinformación declarada por la OMS).
- Recomienda tomar en cuenta que no es obligatorio estar ON LINE todo el tiempo. Procura despegarte un poco del móvil y de las redes sociales para que puedas concentrarte y encontrar algo de calma. Esto permitirá evitar la exposición cada instante a noticias falsas.

El Instituto LISA (2019), es una entidad educativa internacional especializada en seguridad, recomienda 10 claves para evitar una campaña de desinformación emitida desde perfiles y plataformas aparentemente reales, pero que en realidad se desconozca su verdadero origen. Entre estas se encuentran:

- 1. Analizar la fuente de las noticias que recibes y consumes:** A veces, estas noticias provienen de plataformas digitales “no tradicionales” con escasa transparencia. Es importante conocer qué medio publica una noticia, su trayectoria y qué periodistas, empresas o países están detrás de la publicación.
- 2. Duda de los pantallazos o *screenshots* que recibas por redes sociales:** Cuando se reciben noticias también en formato de imagen se recomienda una dosis de pru-

dencia y escepticismo. Existen multitud de programas informáticos de muy fácil uso que permiten retocar o modificar imágenes con falsos titulares de medios tradicionales o de cuentas y perfiles en redes sociales de personas reales.

3. **Pregúntate:** ¿Quién te ha compartido la noticia y en qué contexto?: No se debe creer todo lo que se lee en redes sociales, especialmente si son mensajes o comentarios publicados por cuentas y perfiles anónimos. Incluso si el mensaje se recibe de un amigo, uno debe verificar la fecha del envío, la fuente y qué otros medios lo han difundido.
4. **Ojo con las falsas cuentas “humanas”:** Cada vez surgen más cuentas que parecen manejadas por humanos, pero quienes están detrás son robots (*bots*) o terceras personas que controlan perfiles diversos. Antes de seguir a alguien uno debe analizar esa cuenta, ver si genera contenido propio o si hace un excesivo uso de la red social.
5. **No seas parte del algoritmo:** Para generar una opinión bien formada, crítica y contrastada se recomienda acceder a fuentes de información alternativas. Si nos limitamos a ser informados por canales pasivos (en los que la plataforma escoge qué información nos muestra en

función de nuestras aficiones u opiniones, nuestra opinión se verá siempre condicionada por la información que decida mostrarnos o priorizar el algoritmo en cada momento.

6. **Lee la letra pequeña:** Al informarse en formatos digitales uno no debe quedarse solo con el titular o una fotografía, sino que tiene que leer la noticia completa y analizar si los datos están contrastados y si las citas y opiniones recogen pluralidad de opiniones y citación de las fuentes primarias de información.
7. **Mantente alerta con los contenidos patrocinados de origen desconocido:** Se debe desconfiar de toda polémica o contenidos políticos patrocinados por perfiles anónimos o no vinculados con asociaciones, partidos políticos o instituciones reales. Y en caso de que citen fuentes reales, siempre se debe ir a dicha fuente a ver lo que realmente ha manifestado, declarado o publicado.
8. **Desconfía de estrellas invitadas:** Algunos actores relevantes participan en determinadas discusiones de acuerdo con agendas políticas y económicas muy determinadas pero desconocidas por la audiencia final.
9. **Pensamiento crítico y cabeza fría:** Determinados agentes políticos utilizan la comunicación digital para enfrentar a la opinión pública y movilizar el legítimo

descontento del ciudadano. Participar en debates enriquece la democracia y la pluralidad política, pero se recomienda racionalidad, respeto y pensamiento crítico.

- 10. Tú puedes parar un conflicto:** Todos formamos parte y somos eslabones de las campañas de desinformación. “Es importante ser conscientes de que podemos ser utilizados como peones”. Por eso, es importante estar alerta ante los contenidos recibidos y no contribuir a difundir informaciones no contrastadas o de dudosa trazabilidad y procedencia.

Cómo Prevenir la Propagación de Rumores y Noticias Falsas

La guía editada por la aplicación WhatsApp para combatir las noticias falsas dentro de su mensajería establece³:

- 1. Aprende a identificar los mensajes reenviados:** la etiqueta “Reenviado” te ayuda a identificar si los mensajes que recibes los crearon tus amigos o familiares, o los creó alguien más. Cuando un mensaje se reenvía de usuario a usuario más de cinco veces, esto se indica con un ícono de una flecha doble. Asegúrate de corroborar los hechos si no sabes quién es el autor del mensaje original. Para obtener más información sobre los mensajes reenviados, por favor, lee estos artículos.

³ Para mayor referencia puede consultar en <https://faq.whatsapp.com/26000216>

2. **Ojo con las fotos y los archivos multimedia:** los archivos de imagen, video y audio pueden ser editados para intentar engañarte. Corroborar los hechos de una historia a través de sitios de noticias confiables. Cuando una historia se publica a través de diversos sitios confiables, hay más probabilidades de que sea cierta.
3. **Presta atención a los mensajes que luzcan diferente:** Muchos de los mensajes y enlaces a sitios web que contienen bulos o noticias falsas suelen tener errores ortográficos. Presta atención a señales como esta al corroborar la información.
4. **Mantén al margen tus propios prejuicios:** adopta una postura crítica incluso ante información que confirme tus creencias preestablecidas y corrobora los hechos antes de compartir dicha información. Con frecuencia, las noticias que parecen inverosímiles suelen ser falsas.
5. **Las noticias falsas suelen viralizarse:** El hecho de que un mensaje se comparta muchas veces no lo hace cierto. No reenvíes un mensaje solo porque el remitente te lo pida. Si identificas algo que es falso, avísale a la persona que compartió la información contigo y animala a que verifique la información antes de compartirla. Si constantemente recibes noticias falsas en un grupo o de un

contacto, repórtalos. Para obtener más información sobre cómo reportar un grupo o a un contacto, por favor, lee este artículo.

- 6. Corroborar la información con otras fuentes:** Si tienes dudas sobre la veracidad de un mensaje, haz una búsqueda en Internet de los hechos y corrobora la información en sitios de noticias confiables para identificar la fuente de la historia. Si todavía tenés dudas, trata de informarte más consultando a personas confiables o a profesionales de la información.

Finalmente se recomienda que si considera que una persona se encuentra en peligro físico o emocional, por favor, contacte a las autoridades locales que tengan la capacidad de brindar asistencia en estos casos.

Por su parte, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura Unesco, señala soluciones como procesos frente a la información falsa, para lo cual recomienda como necesaria la alfabetización mediática e informacional (Frau-Meigs, 2019) con el fin de generar un espíritu crítico, mediante la combinación de la alfabetización mediática y la alfabetización informacional “como un conjunto combinado de las competencias (conocimientos, habilidades y actitudes) para la vida y el trabajo de hoy” (Unesco, 2017).

Bibliografía

- Alsina, Rodrigo. Cerqueira, Laerte (2018). Periodismo, ética y post verdad. En: Cuadernos Info 44. Disponible en: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/cinfo/n44/0719-367X-cinfo-44-225.pdf>
- Alsina, Rodrigo (1989). La construcción de la noticia. Buenos Aires: Paidós.
- Asamblea Nacional del Ecuador (2008) Constitución de la República del Ecuador. Quito. Ley Orgánica de Comunicación. (2019) Quito.
- Baidez, Jessica (2018). Fake News Evolución, ámbitos de desarrollo y su repercusión en cibermedios nacionales. Casos: El País, El Confidencial, El Diario y Maldita. Universidad Complutense. Madrid.
- Blásquez, Manuel (2018) El problema de las noticias falsas: detección y contramedidas. En XV Seminario Hispano – Mexicano de Investigación en Biblioteconomía y Documentación, Ciudad de México, 16-18 de mayo de 2018. [Documento de conferencia].
- Comisión Nacional de los Derechos Humanos – México (2019). Reporte sobre las campañas de desinformación, noticias falsas (Fake news) y su impacto en el derecho a la libertad de expresión. México D.F.
- Congreso Nacional del Ecuador (2006) Ley Orgánica de Salud. Quito.

- Consejo de Comunicación (2020) Marco Conceptual: Manejo mediático en emergencias sanitarias. Coordinación de Promoción de los Derechos de la Comunicación. Quito.
- Cortés Carlos y Luisa Isaza (2017) “Noticias falsas en Internet: la estrategia para combatir la desinformación”. Universidad de Palermo. Centro de Estudios en Libertad de Expresión y Acceso a la Información. Argentina.
- Federación Internacional de Periodistas (2017). ¿Qué son las fake news? guía para combatir la desinformación en la era de posverdad.
- Frau-Meigs, Divina (2019) “Contra la Información Falsa, espíritu crítico” En Correo de la UNESCO UN SOLO MUNDO, VOCES MÚLTIPLES. Disponible en: <https://es.unesco.org/courier/july-september-2017/informacion-falsa-espíritu-critico>
- Fundamedios (2017). Fake News: ‘información’ que desinforma. Quito. Disponible en: <https://www.fundamedios.org.ec/fake-news-informacion-desinforma/>
- Ireton, Cheryl; Posetti, Julie (2018) Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training. Paris: Unesco, 2018.
- Lerman, K; Ghosh, R (2010). Information contagion: An empirical study of the spread of news on Digg and Twitter social networks. *Icwsn*, 10, 90-97.

LISA Institute (2019) Ataques de desinformación: qué son y cómo podemos evitarlos. España: LISA Institute. Disponible en: <https://www.lisainstitute.com/blogs/blog/ataques-desinformacion-que-son-como-evitarlos>

López-Borrull, Alexandre; Vives-García, Josep; Badell, Joan (2018). Fake news, ¿amenaza u oportunidad para los profesionales de la información y la documentación? En: El Profesional de la Información. Noviembre – Diciembre. Disponible en: <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2018/nov/17.pdf>

Muñoz, Priscilla (2017). Medios de comunicación y posverdad: Análisis de las noticias falsas en elecciones presidenciales de EE. UU. de 2016. Trabajo Fin de Máster en Medios, Comunicación y Cultura. Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en: https://ddd.uab.cat/pub/trerecpro/2017/hdl_2072_293813/TFM_Priscilla_Munoz.pdf

Organización Mundial de la Salud, OMS (2018) Comunicación de riesgos en emergencias de salud pública: directrices de la OMS sobre políticas y prácticas para la comunicación de riesgos en emergencias (CRE) Ginebra: Organización Mundial de la Salud. Licencia: CC BY-NC-SA 3.0 IGO. Disponible en: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/272852/9789243550206-spa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Organización Panamericana de la Salud, OPS (2011). Manual periodístico para la cobertura ética de las emergencias y los desastres. Costa Rica. OPS.
- Saud, Larisa (2018). Manual para combatir fakenews y posverdades. Academia. En Periodismo y Social Media. PAC 3. M1.553.
- Unesco (2017) “Alfabetización mediática” En Comunicación e información. Disponible en: <http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/media-development/media-literacy/mil-as-composite-concept/>
- Valero, M.; García, M.; Gil Beltrán, J. (2001). Conceptualización y delimitación del término desastre. Jornadas de Fomento de la Investigación. Universidad Jaume I. España. Disponible en: http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/79712/forum_2001_17.pdf
- Vosoughi, S.; Roy, D.; Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. En: Science, 359. 1146-1151.
- WhatsApp (2020) Consejos para prevenir la propagación de rumores y noticias falsas. Consulta en línea en: <https://faq.whatsapp.com/26000216>