

JUNIO 2019

Competencias digitales: Buenas prácticas ante la desinformación

Esta información ha sido proporcionada por el Servicio de Seguridad de la Información (Dirección General de Telecomunicaciones) que ha elaborado una guía sobre buenas prácticas ante la desinformación.



La información, sobre todo en medios digitales, alterada muy fácilmente y difundida de forma parcial, poco veraz y repetitiva, muestra una realidad distorsionada. Lo evitamos comprobando:

ORIGEN: Se debe verificar el origen de una noticia, que la información incorpore sus fuentes y, para evitar las cuentas automatizadas, comprobar que pertenece a una persona o fuente real y dicha cuenta está verificada.

CONTENIDO: Desconfiar de titulares llamativos o contenidos polémicos, de autores, asociaciones, etc. con intereses particulares y que al mismo tiempo buscan una desestabilización. Comprobar el contenido completo.

FORMATO: Prestar atención a las medias verdades, enlaces sospechosos, errores en la escritura. Si una información se presenta sólo en formato imagen o captura de pantalla, puede haber sido manipulada o sacada de contexto.

FUENTES ADICIONALES DE REFERENCIA: Tener en cuenta información de diferentes fuentes, alternativas a las habituales, en formato digital y no digital. Para evitar tanto el efecto como el filtro burbuja.

PATROCINIOS E INFLUENCERS: Desconfiar de aquel contenido que parezca patrocinado, incluso aunque aparezca un *influencer* como emisor de información. Tener en cuenta opiniones diversas, y la información de expertos habituales.

FECHAS Y PERÍODOS TEMPORALES: Comprobar que la información es reciente, y que el contexto temporal de emisión no coincide con cualquier tipo de campaña.

DIFUSIÓN RACIONAL: Ser crítico y analítico. No debemos contribuir a difundir aquella información no contrastada ni trazable. No participar en aquellas comu-





nicaciones que tienden a generar confrontación y polémica, y que pueden ser tendenciosas o difamatorias.

CONCEPTOS BÁSICOS:

Desinformación: comunicación de información falsa o no veraz, de forma total o parcial, mediante la cual se busca influir en la opinión de las personas

Fake news: noticias falsas o bulos que se propagan premeditadamente para que sean percibidas como ciertas, y así desinformar, engañar o manipular las conductas de un grupo o una comunidad (**Incibe**).

Efecto burbuja: foro donde sólo se repite y realimenta la opinión sesgada de sus integrantes, sin ninguna variedad y otros puntos de vista.

Filtro burbuja: resultados automatizados dirigidos por comportamiento.

Sesgo: prejuicios o creencias adoptadas sobre un tema sin tener información previamente.

Influencer: persona a la que se asocia credibilidad fiable en un ámbito concreto de información, aunque muchas veces es una opinión dirigida.

Si eres **empleado público de la Junta de Castilla y León**, puedes ampliar esta información consultando la **política de seguridad** y la política de **uso de los servicios de comunicaciones e informática** de la Junta de Castilla y León. Además puedes acceder a esta guía y al **resto de guías** elaboradas por la Oficina Técnica de Seguridad.

Puedes conocer más sobre este tema en la **guía de desinformación elaborada por el CCN-CERT**.