

COMBATRE LA DESINFORMACIÓ

Eines de *fact-checking* i d'avaluació crítica de la
desinformació i les *fake news*.

Joan Soler Jiménez

Fake news, post-veritat i autenticitat documental: manual bàsic.

Curs 15/19 de l'Associació d'Arxivers-Gestors de Documents de Catalunya

25 de novembre – 9 de desembre

Estat de la qüestió: Entrevista a Nicco Mele

- Entrevista a **Nicco Mele**, director del *Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy*, centro de investigació acadèmica de la Kennedy School of Government. (<https://shorensteincenter.org/>).
- <http://agendapublica.elpais.com/necesitamos-algoritmos-que-privilegien-la-calidad>



Entrevista a Nicco Mele: Diagnosi

- Les xarxes socials és el camp de batalla fonamental de la desinformació. Els canals d'informació convencionals són els centres de propaganda. I els governs, els llocs de comandament.
- La informació de les xarxes socials és opaca, desconeixem certs fluxos d'informació.
- Amplificació provocada pels mitjans de comunicació convencionals, d'allò inicialment transmès a les xarxes.
- L'àmbit de la política (el poder) està especialment contaminat.

Entrevista a Nicco Mele: Diagnosi

- Les rectificacions són contraproductives: tendim a recordar allò fals (la xafarderia, el rumor).
- L'objectiu final és que perdem la fe en la nostra capacitat d'obtenir veritats objectives pel debat públic. Vivim un procés d'anti-il·luminació.
- La desestabilització de les institucions democràtiques occidentals ha estat en marxa durant força temps, i és una barreja interrelacionada de tecnologia que es centra en empènyer cap al poder als individus i deixar fora a les institucions; la gasiveria individual, institucional i corporativa; una espècie de declivi de la confiança en les institucions públiques de la democràcia que s'ha anat erosionant lentament durant més de 30 anys; i també una espècie de perillosa manca de serietat per part de l'electorat.

Entrevista a Nicco Mele: Solucions

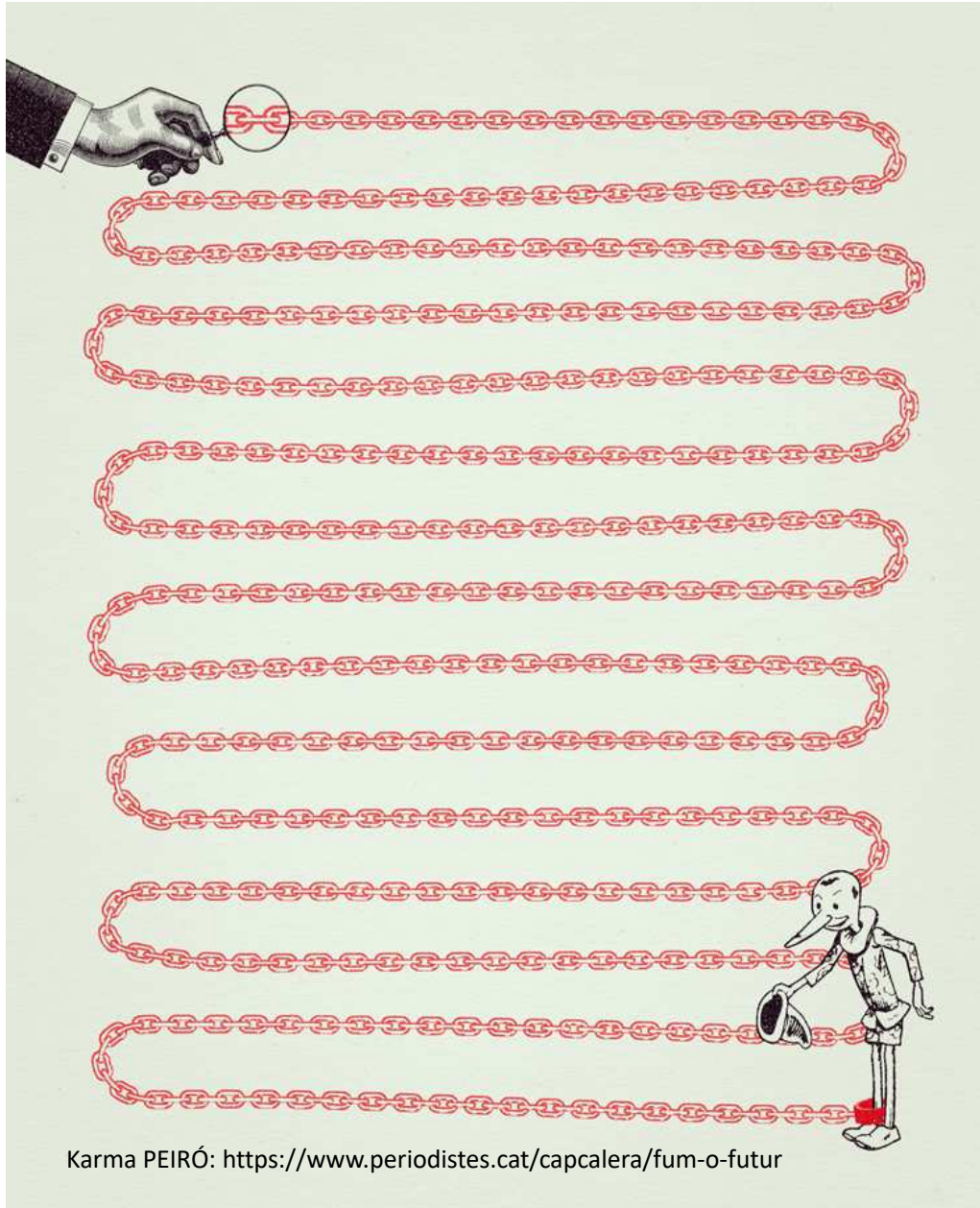
- **Mètode 1.** Desacreditar els canals de comunicació i les males pràctiques en la disseminació de notícies (que falsegen o que aporten informació d'escassa qualitat).
- **Mètode 2.** Privilegiar i promoure la informació de qualitat (i els seus canals).
- **Mètode 3.** Promoure algoritmes que privilegien la qualitat, no la confiança (que només fomenta l'adhesió, però no la crítica).
- **Mètode 4.** Promoure narratives alternatives: més context, més completes, menys arquetípiques.

Entrevista a Nicco Mele: Solucions

- **Mètode 5.** Fomentar un ecosistema de verificació dels fets.
- **Mètode 6.** Fomentar una “autoritat” de tipus obert, honesta, amb un llenguatge del poder distint, no demagògic, no hiperbòlic.
- **Mètode 7.** Contextualitzar els biaixos (xoc cultural, valors, internacional), no estereotipar-los.
- **Mètode 8.** Exigir regulació de l'àmbit transnacional a la privacitat, la desinformació, els monopolis de les empreses tecnològiques, ... Un nou contracte social (la GDPR de la UE un bon estàndard).
- **Mètode 9.** Conscienciar el consentiment explícit per l'ús de les teves dades (no és no).

Estat de la qüestió: El Baròmetre Edelman

- [Edelman](#) és una empresa de comunicacions global que col·labora amb empreses i organitzacions per evolucionar, promoure i protegir les seves marques i reputació. Amb més de 6.000 persones implicades en més de 60 oficines arreu del món, s'ofereixen estratègies de comunicació que donen als seus clients la confiança de liderar, actuar amb seguretat i guanyar la confiança duradora dels seus grups d'interès. Desenvolupen idees potents i expliquen històries magnètiques que es mouen a la velocitat de les notícies, són de impacte immediat i transformen la cultura.
- El [baròmetre Edelman](#) sobre la confiança (***Edelman Trust Barometer***) és un dels seus productes més reputats. Es fa anualment i mesura en quins elements tenen més o menys confiança els ciutadans europeus. El del 2018 es va centrar en la incidència de les *fake news*.



Karma PEIRÓ: <https://www.periodistes.cat/capcalera/fum-o-futur>

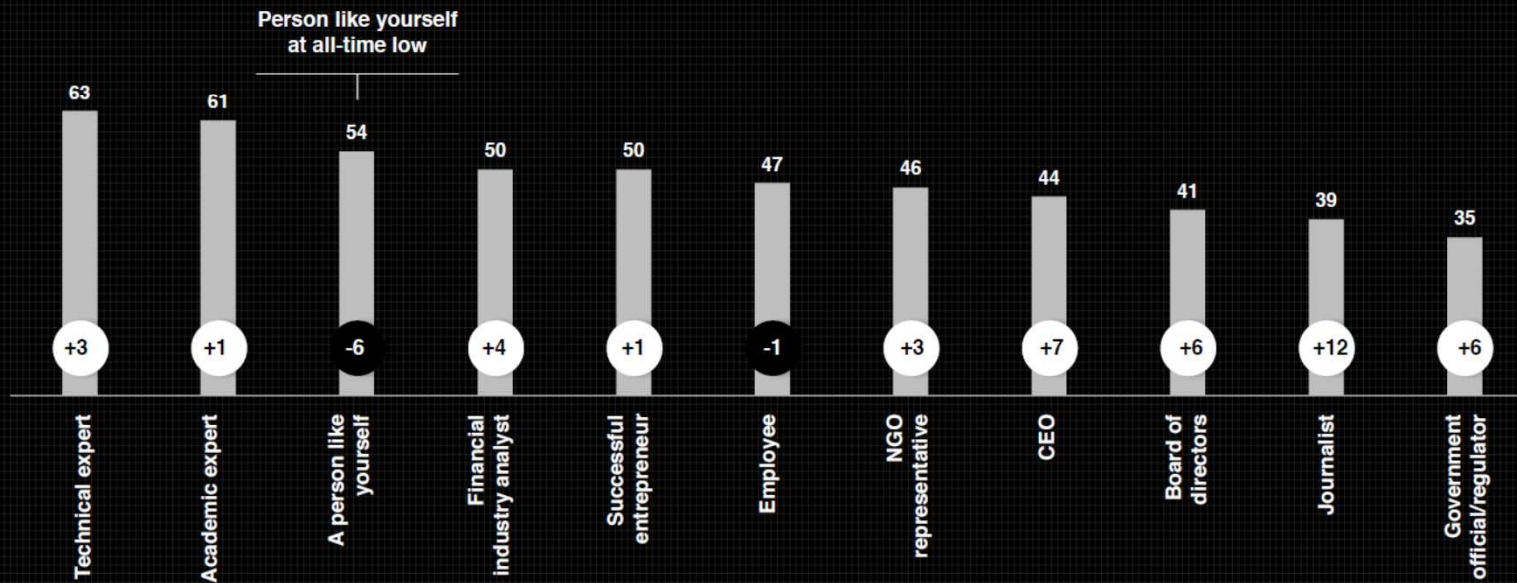
BARÒMETRE EDELMAN 2018:

- Més de 33.000 persones, de 28 països, europeus.
- 7 de cada 10 enquestats estan realment preocupats per les *fake news*.
- Un 65% reben informació *on-line* cada dia.
- Un 63% no saben destriar entre una informació contrastada i un rumor.
- Un 59% no saben si la notícia procedeix d'un mitjà de comunicació o d'un bot.
- Un 59% no saben destriar què és veritat i què és mentida.

Voices of Authority Regain Credibility

Percent who rate each spokesperson as very/extremely credible, and change from 2017 to 2018

— 0 + Y-to-Y Change



Source: 2018 Edelman Trust Barometer. CRE_PPL. Below is a list of people. In general, when forming an opinion of a company, if you heard information about a company from each person, how credible would the information be—extremely credible, very credible, somewhat credible, or not credible at all? (Top 2 Box, Very/Extremely Credible), question asked of half of the sample. General population, 28-market global total.

Amb qui confien els ciutadans europeus?

- Segons el Baròmetre Edelman 2018 (vegeu imatge anterior):
 - Un **63%** del enquestats confiaven en els tècnics experts.
 - Un **61%** en els acadèmics experts.
 - Un **39%** confiaven en els periodistes.
 - Un **35%** confiaven en els governs i els oficials governamentals.
- La distància entre professionals del periodisme i altres tècnics experts, a nivell de percepció, és molt gran. Des de la nostra òptica, per tant, aprofitar aquesta confiança és important als efectes de reforçar la nostra capacitat de referència també en la verificació de l'autenticitat dels documents, la informació i les dades. I, per tant, també de les notícies.

El periodisme, els governs

- Com sigui, els màxims productors de notícies i els principals difusors de documentació, dades i informació, a diari, és el periodisme, els mitjans de comunicació i, els canals, les xarxes socials i la premsa digital. Conscients d'aquesta situació, els propis periodistes tenen eines pròpies per combatre una plaga que ... ells també alimenten.
- De totes maneres, a la llum de les investigacions de Xnet i Simona Levi a #FakeYou, els principals productors de notícies falses i desinformació són els governs, els polítics, els lobbies, les grans empreses multinacionals i, en definitiva, qui ostenta poders “més poderosos” a nivell mundial.

El periodisme, els governs

- El periodisme és el principal productor de notícies i, per culpa dels interessos i algunes pressions a les línies editorials, així com a una situació de profund canvi de model econòmic, la desconfiança els acaba afectant.
- Entrevista a Alan Rusbridger per destriar quins són els dubtes i els problemes que han d'afrontar.

Estat de la qüestió: entrevista Alan Rusbridger

- Entrevista a **Alan Rusbridger**, cap d'edició i editor del *The Guardian* (1995-2015).
- https://www.ara.cat/en/Alan-Rusbridger-best-business-model-trust-quality_0_2352964802.html



Entrevista Alan Rusbridger: Diagnosi

- El periodisme busca l'honestedat més que la veritat? Crec que el què hem de fer és buscar la millor versió disponible de la veritat. Però “la veritat” no té un valor absolut. **Més que buscar la veritat, cal mirar de ser veraç.**
- La majoria de les xarxes són una forma diàleg. Joc crec això, tu em contradius, llavors et dono les proves del què dic, tu em respons que pots anar més enllà ..., crec que aquestes són tècniques de confiança – i per fomentar la confiança- que la gent fa servir avui dia en la comunicació diària. **El periodisme ha de dialogar, no imposar, per recuperar la confiança.**

Entrevista Alan Rusbridger: Diagnosi

- Això que surtin líders a intentar deslegitimar deliberadament la premsa dient “ells són falsos i nosaltres som reals, ells menteixen i nosaltres diem la veritat” és una cosa nova i molt preocupant. **La única sortida: establir una pràctica del periodisme en la qual la gent cregui, i treballar amb un llistó tan alt com sigui possible. Dir coses que són certes i estan basades en dades.**
- Les mentides afectes (i condicionen) el negoci, agradi o no. **El millor model de negoci és la confiança i la qualitat.**

Entrevista Alan Rusbridger: Diagnosi

- A l'era moderna és molt difícil suprimir informació completament, i això és bo. Quan la gent diu avui dia que **internet és terrible i els diaris són meravellosos, o els diaris són terribles i internet és meravellós, has d'acabar admetent que les dues coses són certes.**
- Respostes simples a preguntes complexes? Crec que el periodisme ha de ser prou complex per reflectir la mena de decisions que ha de prendre un govern, però també ha de intentar ser tan simple com sigui possible perquè la gent ho entengui millor. **Ara bé, la gent vol complexitat?**

Entrevista Alan Rusbridger: Diagnosi

- No vull (ni demano) que em cregueu per qui sóc, sinó que mireu les dades que aporto. Ah, i per cert, deixaré que em responguis (i escoltaré el què em dius)!



El periodisme, els governs

- ¿Quines eines de combat utilitza el periodisme contra la desinformació?
 - El fact-checking.
 - El periodisme de dades.
 - Els verificadors.

Eines de combat: *Fact-checking*

- **Fact-checking:** la tasca periodística de confirmar i comprovar els fets i les dades que s'usen per part de polítics, personalitats, governs, els propis mitjans de comunicació i tot tipus d'altres publicacions. L'objectiu és detectar errors, inconsistències i, evidentment, mentides, enganys i falsetats.
- Conegut com a *fact-checking*, *fact-fraking* o *watchblog*.
- Molt habitual històricament a la premsa nordamericana, a la premsa europea s'ha acabat estenent els darrers anys amb l'adveniment de la problemàtica de les fake news. Però és sobretot a partir del 2016 que els departaments de fact-checking o directament capçaleres dedicades només a “verificar” que ha pres moltíssima volada.

Eines de combat: Periodisme de Dades

- **Periodisme de Dades:** una tipologia de fact-checking que està especialitzada en l'explotació de dades i bases de dades públiques o privades, per a l'obtenció de tendències, disseminació i distribució del vot, situació dels feminicidis, i qualsevol altra tipologia d'investigació dedicada a exposar resultats després d'analitzar sitges de big data.
- D'ençà del 2014 s'observa a Espanya i Catalunya un especial increment d'aquesta especialització del periodisme, entesa també com una adaptació de la professió a l'ús de les noves tecnologies i les noves formes d'aparació de les dades, la informació i els documents.

Eines de combat: Verificadors

- **Verificadors:** ens organitzats on els periodistes es dedicat a verificar en temps gairebé real les dades, la informació i els documents que els mitjans de comunicació, les personalitats, els polítics, els governs i tota persona pública transmet durant el desenvolupament de les seves tasques habituals. Apareixen com a contrapunt a la velocitat en què les notícies falses comencen a córrer per les xarxes socials. No són departaments específics de la premsa (en aquest cas parlariem de departaments de *fact-checking*), sinó d'ens que prenen la consideració pràcticament d'una capçalera autònoma i independent. Són relativament recents a Espanya i Catalunya, però des de principis del segle XXI, ja se'n troben als EEUU.

NEWTRAL (España)

Ne✔tral



MALDITA (España)



CROSSCHECK (França)



COMPROVA (Brasil)

Faktisk.

[FAKTISK\(Noruega\)](#)



FACTCHECK.ORG
ANNENBERG POLITICAL FACT CHECK

[FACTCHECK \(USA\)](#)

v'erificat

[VERIFICA'T \(Catalunya\)](#)



LA VERDAD
sobre las mentiras

UCR

<https://doblecheck.cr/>

NO SEA VÍCTIMA DE NOTICIAS FALSAS

<https://www.repretel.com/actualidad/campana-busca-combatir-noticias-falsas-fake-news-157665>

Verifique el contexto: algunos sitios de noticias falsas se aprovechan de un tema para hacer circular informaciones de otros países. Para evitar ser engañado, verifique si se refiere o no a la situación que se vive en ese momento en su país.

Que no le engañen.

#quenoleengañen



50 AÑOS



COLEGIO DE PERIODISTAS DE COSTA RICA
Profesionales en Comunicación

Verificadors: bàsics segons Laura Zommer

- Article de Laura Zommer ([Chequeado](#)), on es pregunta **¿Com la verificació de dades pot guanyar la desinformació?**
- https://www.ara.cat/opinio/laura-zommer-com-verificacio-dades-pot-guanyar-lluita-desinformacio_0_2348165299.html

Verificadors: bàsics segons Laura Zommer

- Segons els verificadors de dades de Washington Post, el president nord-americà Donald Trump, ha fet més de 13.000 declaracions falses o enganyoses des del 2016. **¿La verificació de dades pot combatre aquests volums?**
- Els verificadors de dades són importants per dues coses:
 - Contrarestar els efectes de la desinformació.
 - Recuperar la fe en les fonts fiables.

Verificadors: bàsics segons Laura Zommer

- Gairebé 200 organitzacions de verificació de dades del món tenen la presumpció que brindar a la població informació correcta sol convèncer-la i permet corregir una visió falsa.
- Però n'hi ha prou amb aquestes organitzacions? Hi ha massa desinformació circulant i no es pot controlar tota.
- **¿Quines solucions cal aportar?**

Verificadors: solucions segons Laura Zommer

- **1.** La verificació de dades ha de constituir-se en organització, no en mera capçalera o departament de premsa tradicional.
- **2.** Els verificadors han d'involucrar-se amb els polítics, els mitjans tradicionals, les plataformes de xarxes socials i altres institucions per reduir l'oferta de desinformació.
- **3.** Sol·licitar a figures públiques correccions oficials.
- **4.** Presentar queixes davant d'organismes normatius.

Verificadors: solucions segons Laura Zommer

- **5.** Treballar amb companyies tecnològiques per trobar maneres de prevenir la circulació més generalitzada de desinformació, també entre fronteres internacionals.
- **6.** Identificar fonts d'informació fiable, i dirigir-hi els seus lectors i seguidors.
- **7.** Treballar amb escoles i altres plataformes educatives per ajudar a ensenyar a la gent a identificar comentaris falsos o enganyosos. Promoure el pensament crític.
- **8.** Millorar l'accés a la informació pública fiable.

Eines de combat: Bones pràctiques

- **Bones pràctiques (preventives):** proposades pel periodisme i d'altres professionals que volen generar confiança o trobar maneres per desvelar les falsedats, les incongruències, o simplement aproximar-se a les notícies amb capacitat d'anàlisi crític.

Una investigación de *The New York Times* y *Poynter* recomienda a los cibernautas detectar estos aspectos para comprobar la veracidad de la información que están leyendo:

Comprueba la dirección web. También conocido como el URL, el lector debe detectar cuando el portal sea sospechoso, es decir, cuando tenga una terminación aparte, además del “.com”. Como ejemplo, abcnews.com es la versión correcta, mientras que la versión Fake News es abcnews.go.com.

Investigar el nombre del sitio. Los portales de Fake News creados para ser verdaderos, tienen regularmente nombres realistas, que por fortuna ya han sido señalados como falsos. Al buscar el nombre en Google detectarás rápidamente si este sitio ya fue tachado de “Fake”.

Buscar pistas nuevas. Los creadores de estos sitios usan logotipos y diseños innovadores para engañar y atraer lectores. Lo recomendable es revisar cuidadosamente estos aspectos y tratar de encontrar un diseño deficiente o imágenes borrosas, porque en ocasiones las Fake News usan logotipos que se asemejan, pero al final son falsos.

Desconfiar cuando veas demasiados anuncios. Si el portal de noticias que revisas tiene demasiados anuncios publicitarios, es decir, pop-ups o banners intermitentes, el sitio podrá no ser Fake News pero no es un sitio de información seria, ya que los propietarios del sitio web solo quieren generar ganancias con clicks.

Encontrar los marcadores de los sitios de noticias establecidos. Si el portal de noticias carece de este aspecto, es porque su información es sospechosa.

Fechas de publicación. Un portal de noticias siempre genera noticias en minutos o en horas, sin embargo, los sitio de Fake News tiene noticias atrasadas, e incluso de años atrás.

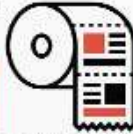
Fuentes. Como lector de noticias siempre tienes que encontrar los hipervínculos de la historia que estás leyendo, y si este carece de fuentes, es probable que la información sea inventada.

Consistencia. Es necesario comprobar si el título coincide con lo que está en el texto, ya que algunos cibernautas comparten artículos sin leerlos, por lo que algunos creadores de Fake News solo se enfocan en crear cabezas llamativas y una imagen con diseño, pero la información puede ser poco convincente.

Copiar la imagen y buscarla en el buscador de imágenes de Google. Lo recomendable es hacer click del sitio sospechoso de noticias que estás leyendo y copiar el URL para pegarlo en Google imágenes y realizar una nueva búsqueda. Si se trata de una imagen antigua o manipulada, los resultados de la búsqueda enumerarán todos los sitios de donde se extrajo la imagen o fotografía.

Verificar cuándo y dónde se registró el sitio. Existen buscadores para detectar la procedencia del portal que estamos leyendo, por ejemplo: whois.icann.org o who.is y ahí detectarás cuándo se creó el sitio. La sospecha comenzará si el portal es nuevo porque pudo haber sido creado como respuesta a un evento noticioso reciente. Otro factor para detectar un Fake New es si el portal es con información de cierto país pero la procedencia del servidor proviene de países tachados de paraísos fiscales, como Macedonia o Islas Caimán, entonces la información que muestra es sospechosa.

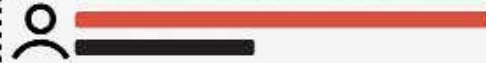
HOW TO SPOT FAKE NEWS



PEOPLE AND ORGANISATIONS CREATE FAKE NEWS TO INFLUENCE OPINION AND SOCIETY. MAKE UP YOUR OWN MIND ABOUT WHAT YOU STAND FOR!



IT FEATURES A POLL



OTHER STORIES FROM THE SITE ARE **UNBELIEVABLE**
— [OBVIOUSLY FAKE] —

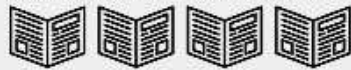


IT PREDICTS A FUTURE DISASTER

THE WEBSITE HAS AN ODD DOMAIN



IT SAYS YOU **MUST** READ THIS



REPUTABLE NEWS

BBC GUARDIAN TELEGRAPHY OBSERVER INDEPENDENT TIMES

SITES AREN'T CARRYING THE STORY



IT REVEALS A CURE FOR A MAJOR ILLNESS

THE STORY MAKES YOU **ANGRY**

WHERE THE STORY COMES FROM

THE SOURCE IS KNOWN TO BE

SHADY



◀ THE STORY IS BROKEN DOWN OVER A NUMBER OF WEB PAGES ▶

www.doodle.com ©2017

<https://doodleeducation.com/?product=fake-news-poster>

**BE AWARE BEFORE YOU SHARE:
FAKE NEWS IS EVERYWHERE**

HOW TO SPOT FAKE NEWS

CONSIDER THE SOURCE

Consider the source of the story - have you heard of them and do you know them to be reliable? Click away and search for the story on Google.com/News, check it on Politifact.com, FactCheck.org, and Snopes.com

CHECK THE URL (SITE ADDRESS)

Beware "tricky" URLs! (DoctorOz.com is real, DoctorOz.com.diet.co is not). Look out for URLs that have another dot after the ".com" or ".net", and URLs using .co, us, or .net.

ALL CAPS & BAD GRAMMAR

Typing in all CAPITAL letters in the headline or article, bad grammar and punctuation, and salacious language are also red flags.

ARE THERE REAL SOURCES?

Beware of stories that use anonymous sources as their main source of "facts". These might include, "a party close to", "a source who wishes to remain confidential", and "the source alluded to" type of comments. Usually the "source" is the writer in those cases.

<http://www.doctoroz.com/article/how-spot-fake-news-social-media-feeds>

HOW TO RECOGNIZE A **FAKE** NEWS STORY

- 1 READ PAST THE HEADLINE
- 2 CHECK WHAT NEWS OUTLET PUBLISHED IT
- 3 CHECK THE PUBLISH DATE AND TIME
- 4 WHO IS THE AUTHOR?
- 5 LOOK AT WHAT LINKS AND SOURCES ARE USED
- 6 LOOK OUT FOR QUESTIONABLE QUOTES AND PHOTOS
- 7 BEWARE CONFIRMATION BIAS
- 8 SEARCH IF OTHER NEWS OUTLETS ARE REPORTING IT
- 9 THINK BEFORE YOU SHARE

https://www.huffingtonpost.com/entry/fake-news-guide-facebook_us_5831c6aae4b058ce7aaba169

Top 3 Checks You Should Ask About EVERY Source

A SIMPLE CHECKLIST



Visual Check

- Look at the background & site layout. Is it well made?
- Are there ads from products you recognize?
- Does the title use CAPS?
- Avoid headlines that provoke strong emotions.

Site Check

- Check the web address. Be careful of URLs that are similar to popular news sources (i.e. .com.co).
- Check the "About Us" section on a website.
- Who wrote the information? Is it biased?

Fact Check

- Are other sources covering the story? If not, then it's most likely not accurate.
- Read reputable & multiple sources.
- Are there links in the article to other sources?

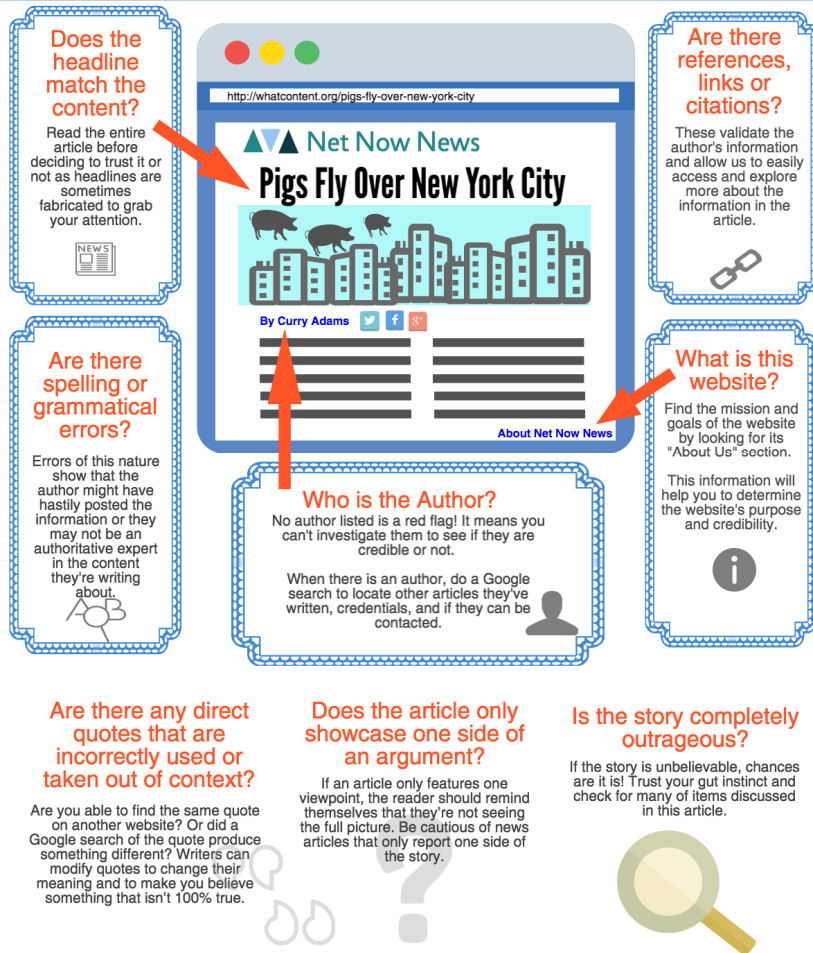
For More Info Please Visit: <http://libguides.hacc.edu/fake-news>



<http://library.sewanee.edu/fakenews/spotting>

Evaluating a News Article

An Infographic Created by  EasyBib
a Chegg service



Does the headline match the content?
Read the entire article before deciding to trust it or not as headlines are sometimes fabricated to grab your attention.

Are there references, links or citations?
These validate the author's information and allow us to easily access and explore more about the information in the article.

Are there spelling or grammatical errors?
Errors of this nature show that the author might have hastily posted the information or they may not be an authoritative expert in the content they're writing about.

Who is the Author?
No author listed is a red flag! It means you can't investigate them to see if they are credible or not.
When there is an author, do a Google search to locate other articles they've written, credentials, and if they can be contacted.

What is this website?
Find the mission and goals of the website by looking for its "About Us" section.
This information will help you to determine the website's purpose and credibility.

Are there any direct quotes that are incorrectly used or taken out of context?
Are you able to find the same quote on another website? Or did a Google search of the quote produce something different? Writers can modify quotes to change their meaning and to make you believe something that isn't 100% true.

Does the article only showcase one side of an argument?
If an article only features one viewpoint, the reader should remind themselves that they're not seeing the full picture. Be cautious of news articles that only report one side of the story.

Is the story completely outrageous?
If the story is unbelievable, chances are it is! Trust your gut instinct and check for many of items discussed in this article.

<http://aub.edu.lb.libguides.com/Fake-News>

Find more guides and tools on writing and researching at www.easybib.com

© 2016 EasyBib, a Chegg service. All rights reserved.

C **Currency**
The timeliness of the information

When was the information published or posted?
Has the information been revised or updated?
Does your topic require current information, or will older sources work as well?
Are the links functional?

R **Relevance**
The importance of the information for your needs

Does the information relate to your topic or answer your question?
Who is the intended audience?
Is the information at an appropriate level (i.e. not too elementary or advanced for your needs)?
Have you looked at a variety of sources before determining this is one you will use?
Would you be comfortable citing this source in your research paper?

A **Authority**
The source of the information

Who is the author/publisher/source/sponsor?
What are the author's credentials or organizational affiliations?
Is the author qualified to write on the topic?
Is there contact information, such as a publisher or email address?
Does the URL reveal anything about the author or source?
examples: .com .edu .gov .org .net

A **Accuracy**
The reliability, truthfulness and correctness of the content

Where does the information come from?
Is the information supported by evidence?
Has the information been reviewed or refereed?
Can you verify any of the information in another source or from personal knowledge?
Does the language or tone seem unbiased and free of emotion?
Are there spelling, grammar or typographical errors?

P **Purpose**
The reason the information exists

What is the purpose of the information? Is it to inform, teach, sell, entertain or persuade?
Do the authors/sponsors make their intentions or purpose clear?
Is the information fact, opinion or propaganda?
Does the point of view appear objective and impartial?
Are there political, ideological, cultural, religious, institutional or personal biases?

http://s3.amazonaws.com/libapps/accounts/16993/images/CRAAP_infographic.png

Adapted from the CSU Chico CRAAP Test for the UC San Diego Library

Five steps to spot fake news

Social media and their personalisation tools have made it easier and faster to spread bogus stories. What can you do to spot and counter fake, lies and disinformation?

2 Check the author



Does this person even exist? A well-respected journalist always has a track record. If the author has made up his or her name, the rest is also likely to be fake.

4 Think before you share



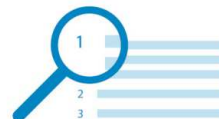
The headline might be catchy to generate clicks. It could also be distortions of real or old events — or it could be satire. If an event is real, mainstream media will cover it. Compare and draw your own conclusions.

1 Check the media outlet



Do you know it? Check the 'about' section. If the language there is overly dramatic, be sceptical. Who is behind it? Who is funding it? Double-check what other (trustworthy) sources say.

3 Check the references



Does the author use reliable sources (for example, well-established and respected media outlets)? Are the quoted experts real specialists? If the story uses anonymous (or no) sources, it could be fake.

5 Join the myth-busters



Keep on top of the latest tricks used by those spreading fake news.* Report fake stories. Spread the word.

* For example follow @EUvsDisinfo, @StopFakingNews, or @DFRLab.

<https://epthinktank.eu/2017/04/02/fake-news-and-the-eus-response/>

¿ESTA NOTICIA ES FALSA?



ESTUDIE LA FUENTE

Investigue más allá: el sitio web, objetivo e información de contacto.



LEA MÁS ALLÁ

Un titular impactante puede querer captar su atención. ¿Cuál es la historia completa?



¿QUIÉN ES EL AUTOR?

Haga una búsqueda rápida sobre el autor. ¿Es fiable? ¿Es real?



FUENTES ADICIONALES

Haga clic en los enlaces y compruebe que haya datos que avalen la información.



COMPRUEBE LA FECHA

Publicar viejas noticias no significa que sean relevantes para hechos actuales.



¿ES UNA BROMA?

Si es muy extravagante puede ser una sátira. Investigue el sitio web y el autor.



CONSIDERE SU SESGO

Tenga en cuenta que sus creencias podrían alterar su opinión.



PREGUNTE AL EXPERTO

Consulte a un bibliotecario o un sitio web de verificación.

Traducido por Diego Gracia

IFLA

International Federation of Library Associations and Institutions

Eines de combat: altres mecanismes

- **Efecte del polígraf fals (*Bogus pipeline*):** utilitzar “el polígraf com a placebo”, és a dir, fer creure que tens proves contra algú que l'altra no sap, i que l'acaba induint a dir la veritat i no persistir amb una presumpta mentida. Per exemple, mostrar un document com a prova o simplement fer creure que tens el document, anant de “farol”. Això provoca que qui potser a mantingut certes idees, les acabi variant optant per precisar-les, canviar-les o desmentir-les definitivament.

Eines de combat: altres mecanismes

- **Trampa per canaris (*Canary trap*):** enviar un missatge aparentment idèntic a diverses persones, però que en realitat té algunes variants en cada cas. Si aquest missatge ve filtrat per algun dels receptors, pots identificar qui és el “traïdor”.

Eines de combat: altres mecanismes

- **Llei de Cunnigham (Cunningham's law):** la millor manera de saber la resposta correcta a internet no és formular una pregunta sinó posar la resposta incorrecta. En altres paraules, la desinformació involuntària, a vegades, permet configurar la informació vertadera. El nom deriva de Ward Cunningham, el pare de les wikis, precisament perquè la viquipèdia (la mare de totes les wikis) és un portal perfecte per abocar informació “perfeccionable”.

Eines de combat: altres mecanismes

- **El pot de mel (*Honeypot*):** es tracta d'un esquer usat per atraure els pirates informàtics. L'esquer acostuma a tenir la forma de dades vulnerables, que els professionals de la ciberseguretat vetllen perquè no rebin un accés no autoritzat. Si un hacker interacciona amb el pot de mel, saben que un pirata informàtic es troba a darrera de l'atac.

Eines de combat: altres mecanismes

- **Lògica del bullidor [de propostes] (*Kettle Logic*):** propi d'estratègies de defensa judicial es tracta d'argumentar diferents situacions alternatives o possibilitats interpretatives volgudament inconsistents, per a generar dubtes raonables a qui s'està interpellant. Aquesta tècnica pot acabar provocant que l'interpellat acabi dubtant de respostes i acabi aclarint algun punt significatiu dels fets succeïts o de la realitat esdevinguda.

Eines de combat: polítiques i legislacions

- “Europa desperta davant la desinformació (i Espanya també).”
- <http://agendapublica.elpais.com/europa-despierta-ante-la-desinformacion-y-espana-tambien/>



	Estado	Sector privado	Medios de comunicación	Sociedad civil	Academia	Ciudadanos
Resistencia (corto plazo)	<p>Potenciar colaboración público-privada</p> <p>Financiar sociedad civil</p> <p>Impulsar campañas de sensibilización</p> <p>Promulgar legislación</p>	<p>Desarrollar códigos de conducta</p> <p>Incrementar transparencia</p> <p>Revisar algoritmos</p>	<p>Incrementar transparencia</p>	<p><i>Fact-checking</i></p> <p>Proporcionarexpertise</p>		
Resiliencia (medio/largo plazo)	<p>Potenciar alfabetización mediática</p> <p>Coordinar iniciativas internacionales</p>		<p>Desarrollar estándares de calidad</p>		<p>Investigar y desarrollar nuevas tecnologías</p>	<p>Desarrollar espíritu crítico</p>

	Fuerzas operativas 'ad hoc'	Grupos de trabajo de duración definida	Publicación de informes	Iniciativas de autorregulación	Legislación	Órganos estatales permanentes	Iniciativas internacionales de armonización	Principales Iniciativas
Países bálticos	X					X	X	<ul style="list-style-type: none"> • CERT • Cyberdefense League. • Stratcom Center of Excellence (OTAN StratCom CoE).
Suecia		X				X		<ul style="list-style-type: none"> • Om krisen eller kriget kommer
Reino Unido		X	X					<ul style="list-style-type: none"> • Disinformation and 'fake news' Report
Alemania					X			<ul style="list-style-type: none"> • Gesetz zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken (Netzwerkdurchsetzungsgesetz - NetzDG)
Países Bajos	X			X				
Francia		X			X			<ul style="list-style-type: none"> • Loi n° 2018-1202 du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information
Italia	X							<ul style="list-style-type: none"> • Protocolo operativo para la lucha contra la difusión de noticias falsas a través de la web, con ocasión de la campaña electoral para las elecciones políticas de 2018.
España			X			X		<ul style="list-style-type: none"> • Unidad especializada contra desinformación • Informe sobre desinformación en el ciberespacio • Estrategia Nacional Ciberseguridad 2019

Eines de combat: polítiques i legislacions

- No us perdeu el capítol “Polítiques públiques i legislacions” del llibre #FakeYou de Simona Levi. Hi proposa tenir en complet, en primer lloc, la següent:
- **Declaración conjunta sobre libertad de expresión y “noticias falsas” (“Fake News”) desinformación y propaganda (2017)**, proposada per l’ONU: <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=1056&IID=2>