



COMUNICACIÓN

Un tercio de los internautas se creen los bulos que difunde la red

► A seis de cada 10 usuarios les cuesta diferenciar las noticias falsas de las veraces

► Los medios más valorados en internet son los tradicionales, frente a foros y 'blogs'

ANTONIO M. YAGÜE
MADRID

El mundo de internet, poblado por 1.200 millones de personas, tiene, sin duda, un enorme potencial, pero es también una fábrica de información falaz. Los bulos están tan bien montados que dos de cada tres internautas (63,5%) tienen problemas para distinguirlos de las noticias. Y lo que es más preocupante, un tercio de ellos da credibilidad a estas informaciones falsas y maliciosas (*hoax*, en inglés) en las que algunos ciberdelincuentes han encontrado un auténtico filón. Así se desprende de un estudio realizado por la Asociación de Internautas (AI) y en el que han participado 2.283 usuarios.

Estas falsas informaciones, de apariencia seria, fiable y, sobre todo sorprendente, suelen difundirse a través de correos electrónicos, foros y blogs. Según Víctor Domingo, presidente de la AI, en su versión más inocente los bulos «solo» pretenden adquirir relevancia mediática, mejorar la imagen de una marca o generar alarma social. La mayoría, sin embargo, tienen como fin atacar a una persona o empresa y son un gancho para generar bases de datos de usuarios y lanzar envíos masivos



Fuente: Asociación de Internautas

de publicidad (*spam*). También son el primer paso para acceder a datos bancarios (*phishing*), hacer estafas ciberneticas (*scam*) o transmitir virus.

La eliminación de las cuentas de Hotmail, los argumentos contra los beneficios de Actimel, las pruebas médicas que avalan la toxicidad de Red Bull, la alerta por la presencia de explosivos en algunos teléfonos móviles, la colocación de una bomba en un parking de Barcelona y el romance entre José María Aznar y Cayetana Guillén Cuervo son los más conocidos de los últimos años.

SENTIDO COMÚN // El problema es cómo reconocer un bulo. Domingo admitió que, a tenor de los resultados, no es tarea fácil, pero dio algunas pistas para combatirlos, además del sentido común: no suelen tener firma, algunos se refieren a grandes empresas, piden ser reenviados y si esto último no es cumplido, amenazan con grandes desgracias que caerán sobre el destinatario. Otros alertan sobre virus incurables, cadenas de solidaridad, leyendas urbanas, recetas para hacerse millonario y regalos de compañías. La AI recomienda borrar estos correos directamente y, en cualquier caso, nunca reenviar la libreta de direcciones de *email* en CC (*carbon copy*).

La situación está generando una desconfianza entre los internautas. De hecho, el 60% acuden a las cabeceras digitales de los medios convencionales y a los solo digitales para informarse de la actualidad. La investigación revela que estos son, junto con la prensa y la radio, los medios de comunicación que gozan de mayor credibilidad entre un público que señala a blogs y foros como principales mentideros. Y eso que acuden a ellos de forma masiva. ■