



Hoax o bulos

*Recomendaciones para el uso correcto
de internet y del correo electrónico*

Proyecto Mitos Online

Año 2012

Programa subvencionado por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad - Instituto Nacional del Consumo. Su contenido es responsabilidad exclusiva de CECU



**CONFEDERACIÓN
DE CONSUMIDORES
Y USUARIOS**



CECU

Confederación (de ámbito estatal) de Consumidores y Usuarios

Inscrita en el Registro Estatal de Asociaciones de Consumidores y Usuarios con el nº 9

C/ Mayor, 45, 2º - 28013 MADRID. Tfno.: 91 364 13 84 - Fax: 91 366 90 00

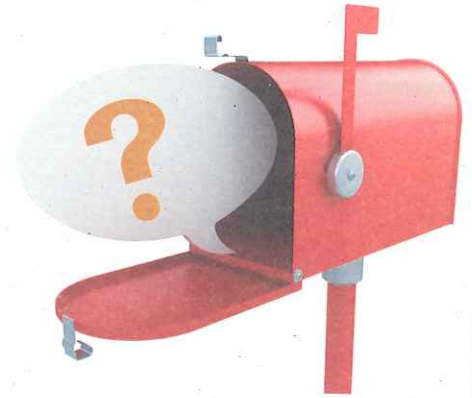
e-mail: cecu@cecu.es • www.cecu.es

@ ¿Qué es un "hoax"?

"Hoax", lo que se conoce como un bulo, es un término acuñado del inglés y cuyo significado es "engaño o broma". Este término se asocia a las cadenas de correo electrónico que circulan con mensajes falsos.

Entre las temáticas más frecuentes en este tipo de mensajes destacan:

- Alertas de nuevos virus.
- Cadenas mágicas o supersticiosas.
- Cadenas de solidaridad.
- Peticiones (denuncias sobre injusticias).
- Métodos para perder peso.
- Métodos para curar enfermedades (cáncer, enfermedades cardiovasculares, etc.).
- Métodos para mejorar nuestra salud física y mental.
- Mensajes de autoayuda.
- Mensajes con contenido religioso.
- Alertas sobre la seguridad y/o inocuidad de algún producto de gran consumo (sobre todo de alimentos y medicamentos).
- Alertas sobre nuevos métodos de robo.



“La transmisión de bulos en internet es un fenómeno imparable en la red que afecta directamente a la credibilidad de este medio de comunicación utilizado por más de 1.700 millones de personas en el mundo. La interactividad inherente a internet y la horizontalidad de la información generada en la red, ha dado lugar a todo tipo de noticias falsas sobre personas, instituciones o empresas”.

(Según Informe realizado por la Asociación de Internautas en 2009: www.internautas.org/html/5699.html)

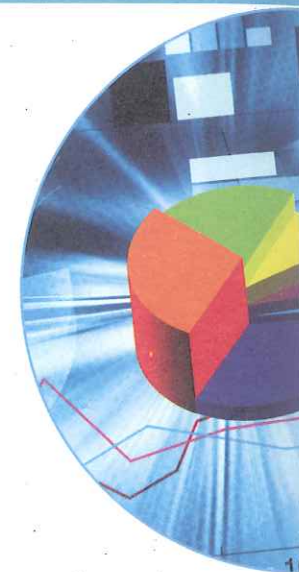
@ ¿Cómo identificar un "bulo"?

Este tipo de mensajes, con frecuencia:

- Captan nuestra atención con un mensaje llamativo (*¡URGENTE!, ¡IMPORTANTE PARA TU SALUD!, etc.*).
- Hacen referencia a universidades, personajes públicos, investigadores, profesionales sanitarios, estudios científicos o culturas desconocidas para darle credibilidad.
- Alertan sobre situaciones graves relacionadas con la adquisición de ciertos productos.
- Utilizan el término "hoy" para llamar la atención sobre la supuesta novedad de la información que transmiten ("hoy se ha descubierto que...", "hoy lo han dicho en las noticias").
- Utilizan abreviaturas, fórmulas químicas, nombres de compuestos químicos, etc. para dar un toque de seriedad y credibilidad al mensaje.



- A menudo, están redactados de forma confusa e incoherente.
- Usan datos estadísticos fuera de contexto con la intención de dar confianza y apoyar de forma creíble lo que se dice.
- Usan imágenes y música para despertar nuestras emociones.
- Piden el reenvío de la información a nuestros contactos.
- Alientan o desaconsejan el consumo de determinados alimentos o productos basándose en razones sesgadas y no contrastadas científicamente (efectos curativos contra determinadas enfermedades o riesgos perniciosos atribuidos a alguno de sus componentes).



@ Recomendaciones para el uso correcto de internet y del correo electrónico

1. Selecciona la información a la que accedes acudiendo a fuentes verificadas.
2. Investiga, “navega” y clasifica los contenidos que te llegan.
3. No creas “a pies juntillas” todo lo que encuentras en internet y/o lo que recibes por correo electrónico, sin cuestionarte la procedencia de los datos o sin contrastarlo con otras fuentes.
4. No facilites más datos personales que los necesarios y no lo hagas si no tienes una completa seguridad de quién los va a recibir.
5. Utiliza un buen antivirus y actualízalo frecuentemente, así como los sistemas operativos y navegadores con los parches que publican las firmas especializadas de software.
6. No abras mensajes de correo electrónico de origen desconocido. Elimínalos directamente. No respondas a archivos adjuntos que vengan con mensajes sugerentes.



7. No respondas a ningún mensaje no solicitado ni siquiera con la palabra REMOVE o UNSUBSCRIBE.
8. Evita el reenvío de “cadenas” de emails. Saturan el buzón de correo electrónico de nuestros destinatarios, extienden la falsedad y desinformación y con frecuencia captan nuestra dirección de correo electrónico para fines comerciales o “spam”.
9. Si recibes un correo electrónico y quieres reenviarlo, asegúrate de borrar todas las direcciones que aparecen en el cuerpo del mensaje. Así preservas la intimidad de los contactos y evitas que terceras personas las usen con otros fines.
10. Cuando envíes mensajes a varios destinatarios utiliza el campo “CCO” o “BCC”-copia oculta- para escribir todas las direcciones. De esta manera evitas que todos conozcan las direcciones del resto de la lista, cumpliendo con lo que obliga la LOPD (Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos de Carácter Personal).

Ojo con los correos electrónicos que pueden suplantar tu identidad, conocidos como “phishing”. Estos correos roban la identidad en línea usando enlaces a sitios web fraudulentos diseñados para robar nuestros datos o información personal.



@ Referencias normativas de interés

- ▶ Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.
- ▶ Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.
- ▶ Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.

@ Para ampliar información:

- ▶ Oficina de Seguridad del Internauta del Ministerio de Industria, Energía y Turismo:
www.osi.es
- ▶ Brigada de Investigación Tecnológica de la Comisaría General de Policía Judicial:
www.policia.es/org_central/judicial/udef/bit_alertas.html
- ▶ Agencia Española de Protección de Datos:
www.agpd.es

