

Resumen

La desinformación: Cómo recuperar el control del relato

Vencer la desinformación empieza en tu sala de prensa y de inversores

En la era digital, la desinformación se propaga seis veces más rápido que la verdad, impulsada por algoritmos emocionales, IA y polarización. El 63% del valor de mercado de una empresa depende de su reputación, vulnerable a rumores y suplantaciones. Bart Verhulst, cofundador de [Presspage](#), propone una estrategia "newsroom-first": centralizar comunicaciones en una sala de prensa verificada para detectar, corregir y medir impactos en tiempo real. Ejemplo: En 2022, una cuenta falsa de Twitter anunció "insulina gratuita" de Eli Lilly, causando una caída del 4,37% en acciones (US\$15.000 millones). La empresa recuperó el control en 48 horas citando su newsroom oficial.

Tipos de información falsa

Tipo	Veracidad	Intención	Ejemplo
Noticias reales	Verdadera	Positiva	Lanzamiento de producto
Malinformación	Verdadera	Negativa	Datos filtrados fuera de contexto
Misinformación	Falsa	Positiva	Error involuntario compartido
Desinformación	Falsa	Negativa	Engaño deliberado (e.g., pump-and-dump)

La desinformación es la más dañina, usada en geopolítica para manipular mercados.

Estrategia en tres pasos para combatirla

1. Detectar narrativas falsas temprano
Monitorea tono y picos de tráfico en tiempo real (Fase de Detección del Crisis Lifecycle). Usa paneles para alertas de rumores y registra en documentos compartidos. La demora amplifica el daño; la curiosidad humana y algoritmos favorecen lo sensacionalista.

2. Publicar respuestas rápidas y factuales
Actúa antes de la segunda ola de difusión. Vincula todo a la newsroom oficial para crear "huellas digitales" creíbles.

Casos: Falso comunicado de dimisión de Vinci (pérdida de €7.000 millones, 2016); email falsificado de G4S (€46 millones); página falsa de Bloomberg (+8% en acciones de Twitter). Imposible evitar suplantaciones, pero sí controlar el relato oficial.

3. Seguir el recorrido de la historia

Mide en 48 horas: tráfico de referencias (medios/buscadores), engagement por país y persistencia de falsedades. Integra publicación y analítica para verificar si la verdad "cala" y justificar inversiones. Datos guían ajustes y demuestran ROI .

Preparación más allá de las crisis Gestiona issues (rumores, filtraciones) como parte de un sistema unificado con crisis. Una “newsroom-first” ofrece canal rápido, transparente y global, reduciendo dependencias de terceros.

Rol de [Presspage](#)

Herramienta integral para multinacionales: publica verificado sin TI, distribuye a periodistas, gestiona consultas y analiza en tiempo real.

Convierte la newsroom en "fuente única de verdad".

Referencia: [Beating Misinformation Starts in Your PR Newsroom](#)

Autor: [Teis Meier](#)