



RUTGERS

School of Communication
and Information

El rol de las redes sociales en la desinformación durante la pandemia

Yonaira M. Rivera, PhD, MPH

Profesora Asistente

Escuela de Comunicación e Información

Rutgers – The State University of New Jersey

Seminario Internacional Comunicación de Riesgo en Tiempos de COVID-19

22 de enero de 2021

yonaira.rivera@rutgers.edu | Twitter: [@yriveraPhD](https://twitter.com/yriveraPhD)



Health Topics ▾

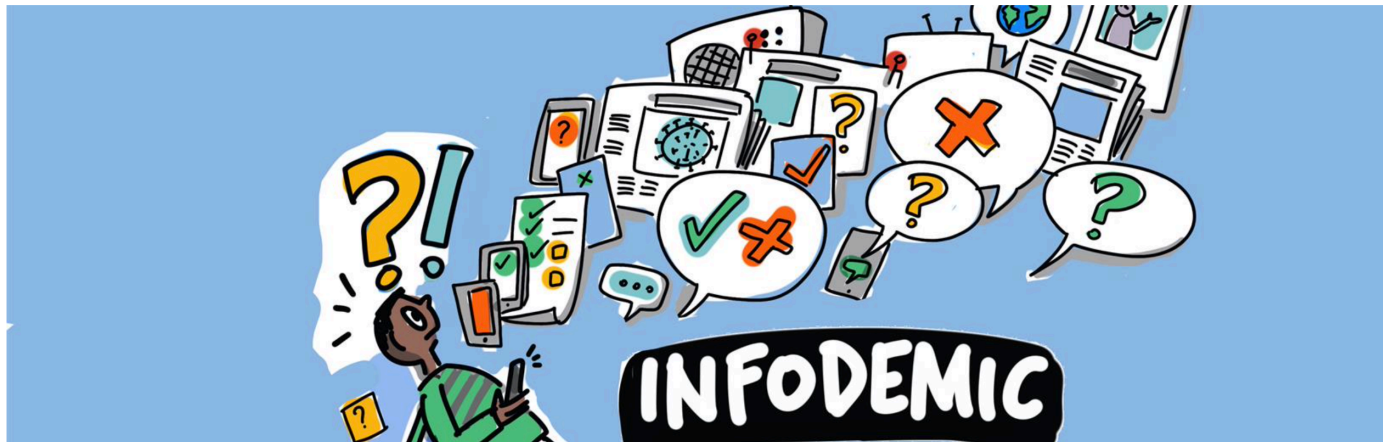
Countries ▾

Newsroom ▾

Emergencies ▾

Data ▾

About Us ▾

[Home](#) / [Risk communication](#) / [Infodemic Management](#)

Gestión de la infodemia sobre la COVID-19: Promover comportamientos saludables y mitigar los daños derivados de la información incorrecta y falsa

23 de septiembre de 2020 | Declaración

Declaración conjunta de la OMS, las Naciones Unidas, el UNICEF, el PNUD, la UNESCO, ONUSIDA, la UIT, la iniciativa Pulso Mundial de las Naciones Unidas y la Federación Internacional Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja

FIRSTDRAFT**7 TIPOS DE MALA INFORMACIÓN Y DESINFORMACIÓN****SÁTIRA O PARODIA**

No pretende causar daño por posiblemente engañe

**CONTENIDO ENGAÑOSO**

Uso engañoso de información para incriminar a alguien o algo

**CONTENIDO IMPOSTOR**

Cuando se suplanta fuentes genuinas

**CONTENIDO FABRICADO**

Contenido nuevo que es predominantemente falso, diseñado para engañar y perjudicar

**CONEXIÓN FALSA**

Cuando los titulares, imágenes o leyendas no confirman el contenido








**CONTEXTO FALSO**

Cuando el contenido genuino se difunde con información de contexto falsa

**CONTENIDO MANIPULADO**

Cuando información o imágenes genuinas se manipulan para engañar

FIRSTDRAFT
LISTA DE DESINFORMACIÓN

	 SÁTIRA O PARODIA	 CONEXIÓN FALSA	 CONTENIDO ENGAÑOSO	 CONTEXTO FALSO	 CONTENIDO IMPOSTOR	 CONTENIDO MANIPULADO	 CONTENIDO FABRICADO
PERIODISMO DEFICIENTE		✓	✓	✓			
PARODIA	✓				✓		✓
PARA PROVOCAR O 'PUNK'					✓	✓	✓
PASIÓN				✓			
PARTIDISMO			✓	✓			
PROVECHO		✓			✓		✓
PODER O INFLUENCIA POLÍTICA			✓	✓		✓	✓
PROPAGANDA			✓	✓	✓	✓	✓

RESEARCH AND PRACTICE

Weaponized Health Communication: Twitter Bots and Russian Trolls Amplify the Vaccine Debate

David A. Bromiatowski, PhD, Amelia M. Jamison, MAA, MPH, SiHua Qi, SM, Luluwah AlKulaib, SM, Tao Chen, PhD, Adrian Benton, MS, Sandra C. Quinn, PhD, and Mark Dredze, PhD

misinformation:
complex contagion

Amsterdam, The Netherlands

Opinion

THE SPI
NEWS

Soroush Vosoughi

VIEWPOINT

Addressing Health-Related Misinformation on Social Media

200

Wen-Ying Sylvia Chou, PhD, MPH
Health Communication and Informatics Research Branch, Behavioral Research Program, Division of Cancer Control and Population Sciences, National Cancer Institute, Rockville, Maryland.

The ubiquitous social media landscape has created an information ecosystem populated by a cacophony of opinion, true and false information, and an unprecedented quantity of data on many topics. Policy makers and the social media industry grapple with the challenge of curbing fake news, disinformation, and hate speech; and the field of medicine is similarly confronted with the spread of false, inaccurate, or incomplete health information.¹

From the discourse on the latest tobacco prod-

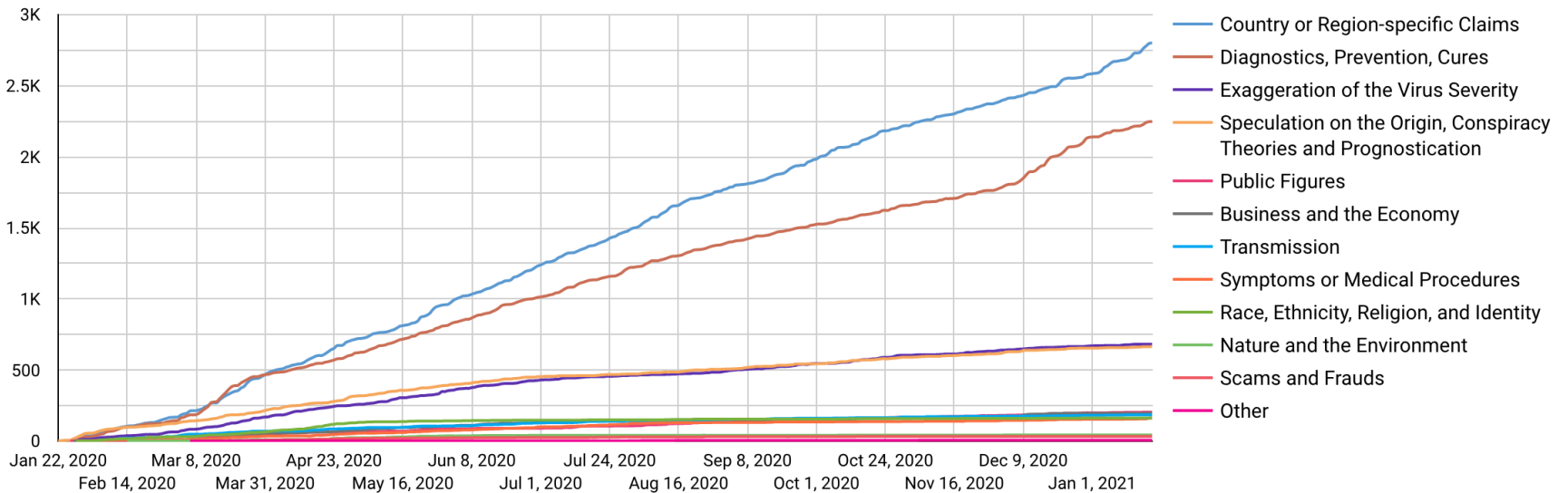
social media. This Viewpoint outlines a framework that includes priorities in research, public health, and clinical practice.

Gaps in Understanding the Effect of Health Misinformation

Health misinformation can be defined as a health-related claim of fact that is currently false due to a lack of scientific evidence. This misinformation may be abundant on social media and some evidence has linked



Cumulative Number of Debunked COVID-19 Claims Grouped by Claim Type (over time)



https://datastudio.google.com/reporting/1Pkf0o_bwqARkNsMlnOQXZyT7SCjYefEB/page/fdhOB



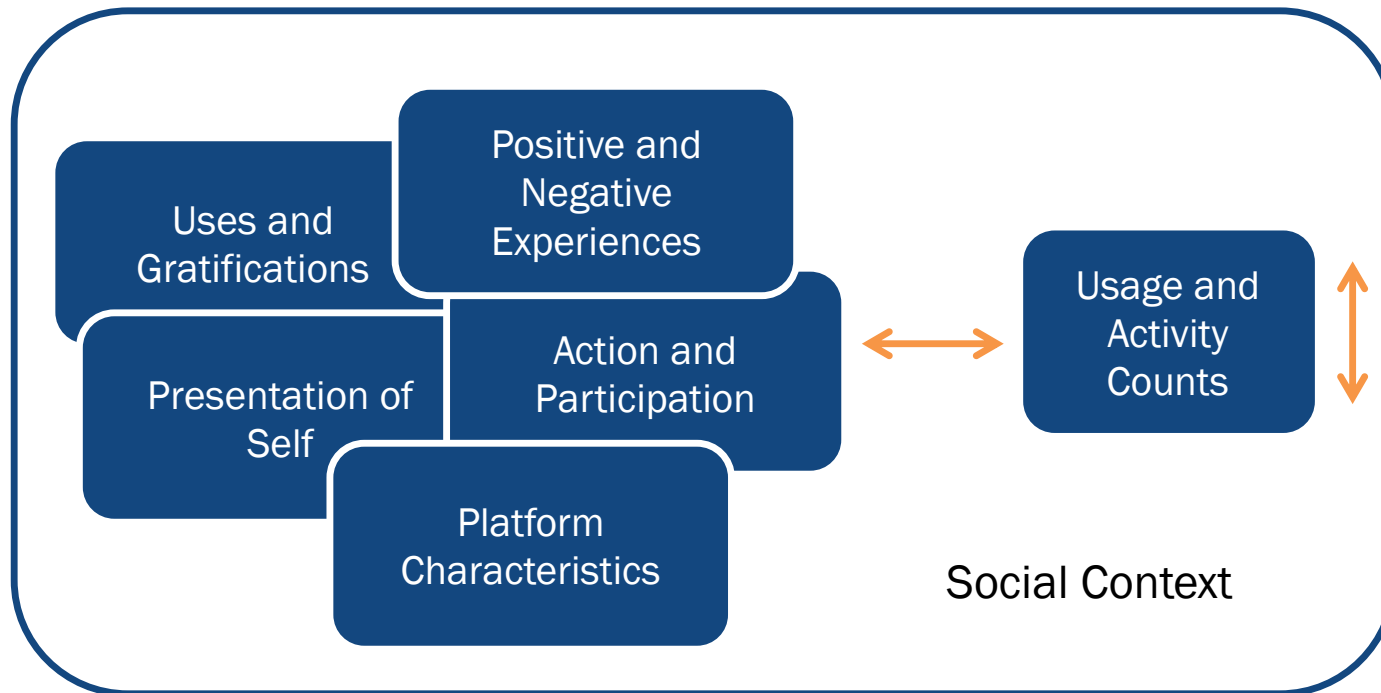
A Si estoy protegiendo mi hogar un platito en cada dormitorio sala comedor y baños Media cebolla colorada si llega a mi casa cualquier virus la cebolla lo atrae y ahí muere. Se los reemplaza cada 5 días



Familia y amigos les comparto una persona que tiene familiares en Israel nos indica que en Israel no hay ningún contagiado del coronavirus ya que todos los de Israel toman en las noches una taza de agua caliente con limón y un poco de bicarbonato ya que esto está comprobado que mata el virus les comparto a toda mi familia y amistades con fin de que ninguno de nosotros contraigamos los dejo a su criterio

RESPONDER

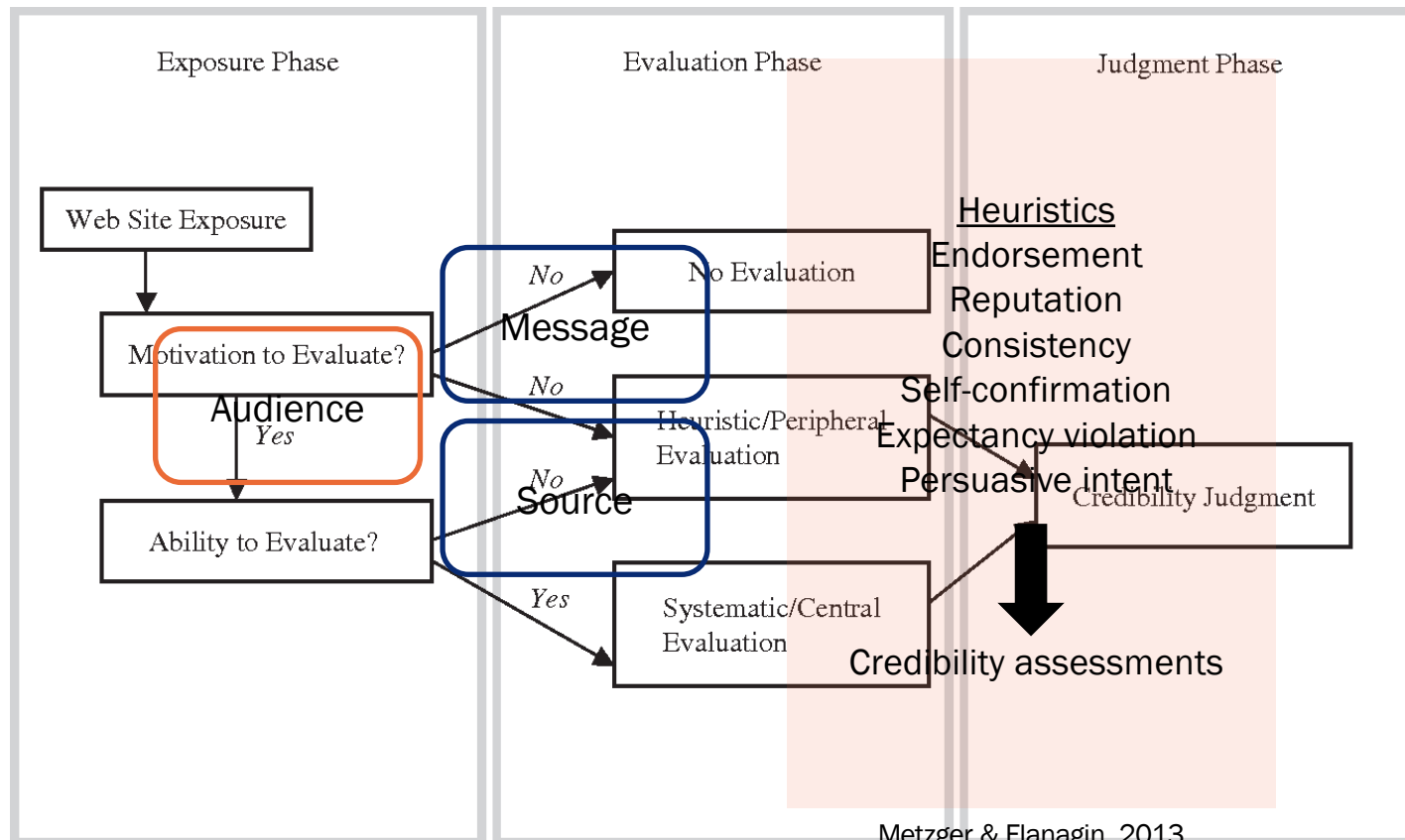
Social media engagement model



McCay-Peet & Quan-Haase, 2017



Processing Information & Assessing Credibility Online



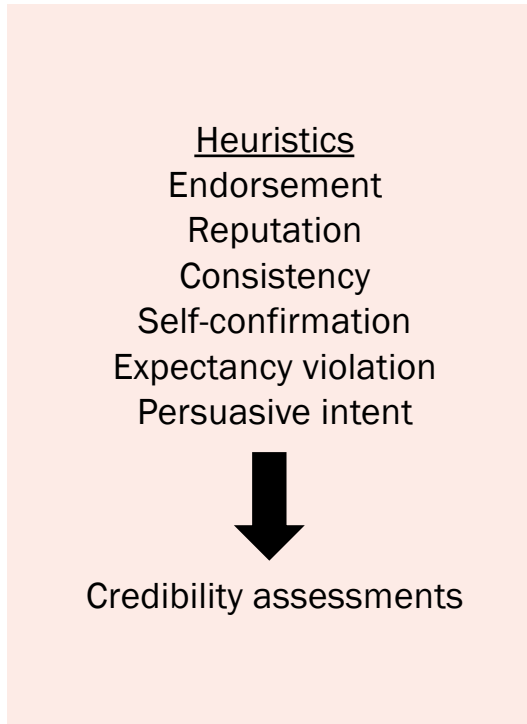
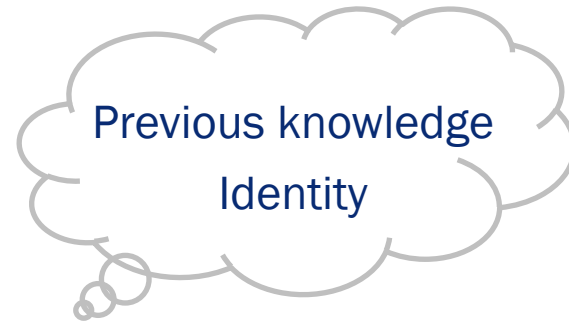
Overarching Findings

(1) Engagement beyond *liking, commenting* or *sharing* with visual content about prevention (food/diet) shared by friends

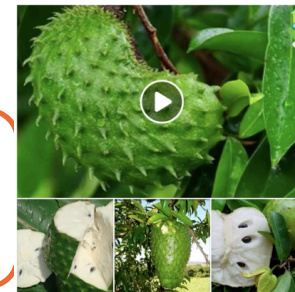
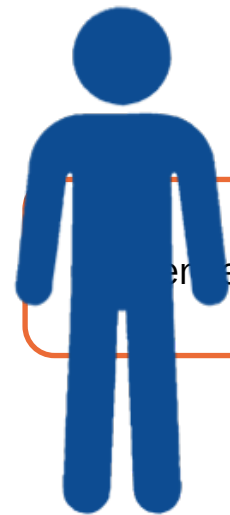
(2) Engagement with cancer prevention and screening (mis)information is influenced by culture

(3) Sources appear to enhance engagement with (or be more important than) culturally-relevant content

(4) Engagement may lead to (potentially harmful) actions that are not always evidence-based



Metzger & Flanagin, 2013



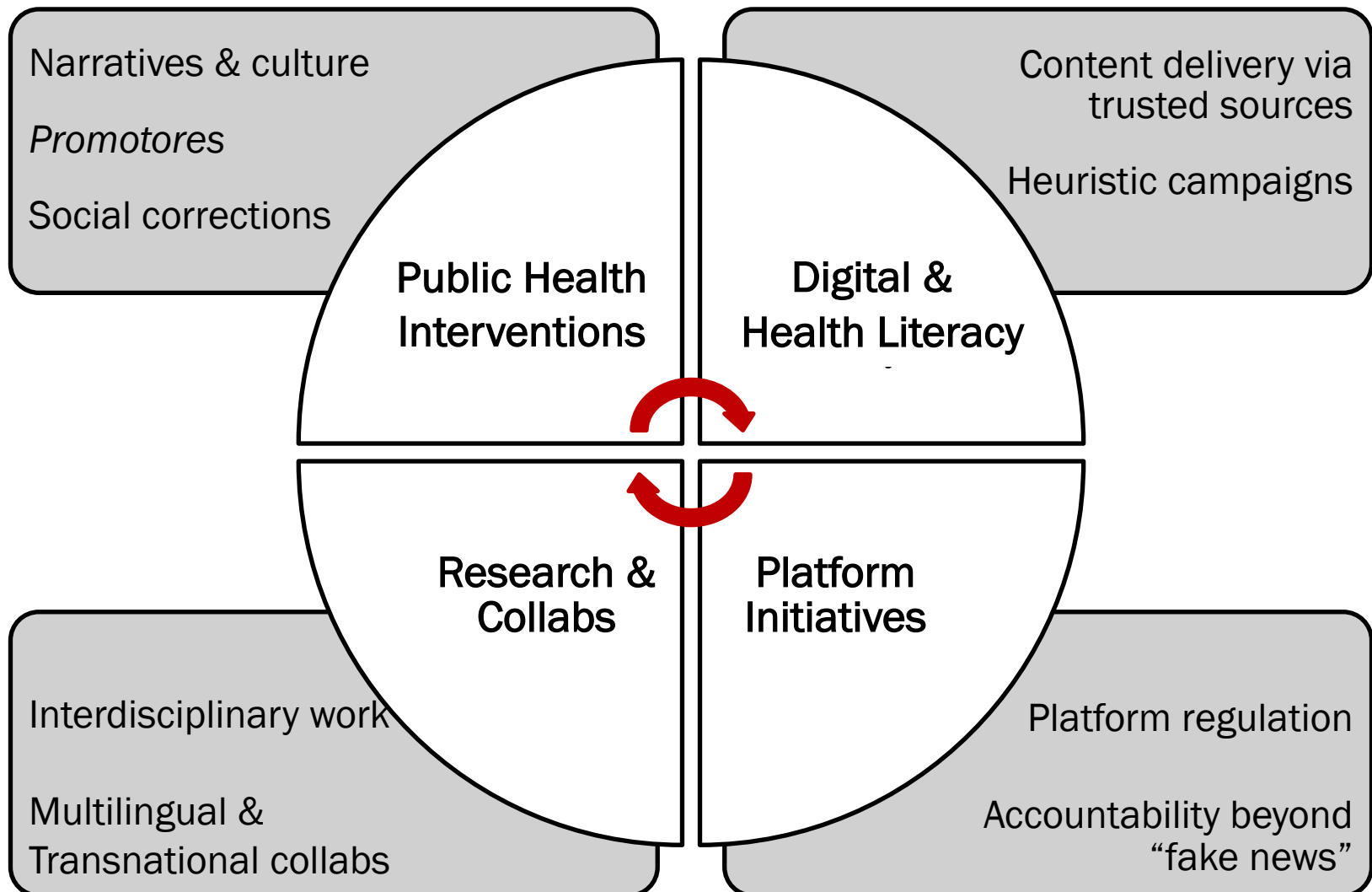
Cues

Post virality

Logo/Names



Interdisciplinary Implications



Health Security
Volume 19, Number 4, 2020 © Mary Ann Liebert, Inc.
DOI: 10.1089/hs.2020.0161

LONGITUDINAL RISK COMMUNICATION: A RESEARCH AGENDA FOR COMMUNICATING IN A PANDEMIC

Jeannette Sutton, Yonaira Rivera, Tara Kirk Sell, Meghan Bridgid Moran, DeeDee Bennett Gayle, Monica Schoch-Spana, Eric K. Stern, and David Turetsky

In this paper, we present a research agenda for longitudinal risk communication during a global pandemic. Starting from an understanding that traditional approaches to risk communication for epidemics, crises, and disasters have focused on short-duration events, we acknowledge the limitations of existing theories, frameworks, and models for both research and practice in a rapidly changing communication environment. We draw from scholarship in communication, sociology, anthropology, public health, emergency management, law, and technology to identify research questions that are fundamental to the communication challenges that have emerged under the threat of COVID-19. We pose a series of questions focused around 5 topics, then offer a catalog of prior research to serve as points of departure for future research efforts. This compiled agenda offers guidance to scholars engaging in practitioner-informed research and provides risk communicators with a set of substantial research questions to guide future knowledge needs.

Keywords: COVID-19, Risk communication, Public health preparedness/response, Disinformation, Motivation, Infectious disease

6 “tips” para identificar información errónea sobre el coronavirus COVID-19

CORONAVIRUS PUERTO RICO: RED COMUNITARIA DE RESPUESTA
fb.me/covid19puertorico
19 de marzo de 2020

**Antes de compartir información,
deténgase y pregúntese:**

¿**Qué** dice?

¿**Cómo** la presentan?

¿**Quién** la creó?

¿De **dónde** viene?

¿**Cuándo** se creó?

¿**Por qué** la comparto?

¿Qué dice?

Mucha información errónea es:

- **Sensacionalista**
- **Provoca miedo**
- **Utiliza lenguaje exagerado**
- **Ofrece curas fáciles y milagrosas**

Si le causa ansiedad, emociones extremas, o si suena muy sencillo para ser verdad, probablemente es **información incorrecta.**

¿Cómo lo presentan?

**¡Ojo con los mensajes en cadena por
WhatsApp y Facebook!**

Casi nunca son ciertos y se nutren del miedo y el
sensacionalismo.

Si no sabe exactamente de dónde vino, ni quién la creó,
no la comparta.

¿Quién la creó?

La información errónea **casi nunca** indica sus fuentes de información. Aunque tal vez diga “Según el Dr. Fulano de Tal...” no provee la **fuentes directa**.

Siempre verifique que tenga referencias o que haya sido creada por una fuente de **confianza científica** (como los Centros para el Control y Prevención de Enfermedades).

¿De dónde viene?

La información errónea casi nunca provee **enlaces directos** a la fuente de información.

Siempre verifique que la dirección electrónica termine en **.edu**, **.gov**, o **.org**.

¡Ojo! Aunque la información contenga un **logo**, visite la página de la organización y confirme el contenido.

¿Cuándo se creó?

La información errónea tiende a utilizar imágenes y contenido que no son recientes.

Busque la **fecha** del contenido. Asegúrese que sea **reciente** y esté **actualizado**.

¿Por qué la comparto?

Compartir información errónea “**por si acaso**” puede contribuir a la **ansiedad**, el **falso sentido de seguridad** y hasta la **muerte** por el **coronavirus (COVID-19)**.

La información correcta puede salvar vidas.

¡Usted puede ayudar a detener la
información errónea!
En las redes sociales, haga viral
solo la **información correcta.**

Cambiamos de “La comparto, por si
acaso” a “**Por si acaso, ¡NO LA
COMPARTO!**”

Recuerde, **no comparta información sobre el coronavirus si:**

1. El tono es sensacionalista, provoca miedo o promete la cura milagrosa.
2. Es un mensaje en cadena donde no puede confirmar la fuente.
3. No está claro quién la creó, ni de dónde viene.
4. No tiene enlaces directos a la información original.
5. No está claro cuándo se creó.
6. **No la puede verificar** y la quiere compartir solo “**por si acaso.**”