



Facebook agregará etiquetas para identificar a los medios controlados por el estado

Facebook agregará etiquetas a los medios de comunicación de propiedad o controlados por un gobierno, marcando la información en caso de no ser necesariamente falsa o poco confiable. Además, los medios etiquetados tendrán prohibido pagar por anuncios a partir de este verano.

La compañía anunció este plan hace unos meses como parte de sus «*esfuerzos de integridad electoral*», junto con otras opciones como exigir un propietario confirmado para las páginas y prohibir los anuncios contra el voto.

Según esta [nueva política](#), que debería implementarse para todos los usuarios a partir de la siguiente semana, las organizaciones de noticias «*que pueden estar bajo la influencia de un gobierno*», tendrán una etiqueta sutil pero clara como tal, al igual que sus publicaciones.

«*Este editor está totalmente o parcialmente bajo el control editorial de un estado. Esto está determinado por una variedad de factores, que incluyen, entre otros, financiamiento, estructura y estándares periodísticos*», dice la advertencia.

Estas organizaciones tienen un alcance inmenso aún fuera de los países en lo que se basan. El Proyecto de Propaganda Computacional de Oxford, ha seguido este compromiso y las estrategias usadas para lograrlo en una serie de documentos en curso.

El proceso de identificación de noticias estatales no es tan simple como parece. Existen muchas organizaciones de noticias abiertamente estatales en muchos países, como China Daily, Sputnik, entre otros.

Facebook recurrió a expertos para el análisis y clasificación de las organizaciones de noticias en la plataforma, lo que parece haber advertido claramente que existen muchos factores que se deben considerar.

Como resultado, Facebook basa su etiqueta «*controlada por el estado*» basada en declaraciones oficiales, estructura de propiedad y partes interesadas, liderazgo editorial y



Facebook agregará etiquetas para identificar a los medios controlados por el estado

directrices, políticas y supervisión, y finalmente, el estado de la libertad de los medios en el país anfitrión. Los puntos de venta pueden apelar la etiqueta si creen que se aplicó por error.

Particularmente, la etiqueta no se aplicará a publicaciones de noticias u organizaciones que simplemente hagan referencia o basen sus informes en medios controlados por el estado. La información publicada por estas organizaciones etiquetadas tampoco está sujeta a un escrutinio especial o verificación de hechos.

*«Sin embargo, más adelante este verano, comenzaremos a bloquear los anuncios de estos puntos de venta en los EE. UU. por precaución para proporcionar una capa adicional de protección contra varios tipos de extranjeros influencia en el debate público antes de las elecciones de noviembre de 2020 en Estados Unidos», dijo Nathaniel Gleicher, jefe de política de ciberseguridad de Facebook.*