



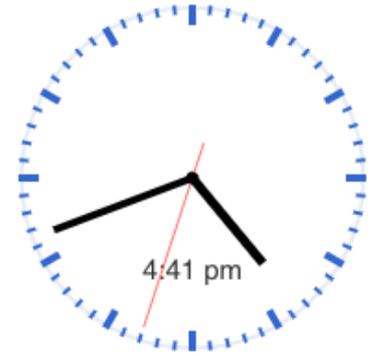
VIDA ([HTTPS://WWW.HORA.ES/VIDA/](https://www.hora.es/vida/))

## La imagen de tu empresa: un valor en peligro

Las informaciones falsas difundidas en las redes sociales pueden tener un impacto negativo en la reputación de una empresa. Sin embargo, existen maneras efectivas para contraatacar.

“Una mentira puede dar la vuelta al mundo antes de que la verdad se ponga los zapatos”, decía Mark Twain. Usted acaba de leer esta frase acompañada de una simpática foto del escritor americano en Facebook o en la red social que usted utiliza a diario. La cita es inteligente, irónica, ingeniosa y de mucha actualidad. Además, Twain siempre fue de su agrado. Cuánto disfrutó de niño las aventuras de Tom Sawyer y Huckleberry Finn... Apenas tardará dos segundos en darle al botón “me gusta” y compartirá la

## HORA ACTUAL



## ENCUENTRA TU HORA




## LA HORA EN EL MUNDO

La hora en Sevilla

(<https://www.hora.es/sevilla/>)

(<https://www.hora.es/sevilla/>)

La hora en Bruselas

(<https://www.hora.es/bruselas/>)

(<https://www.hora.es/bruselas/>)

La hora en Bilbao

(<https://www.hora.es/bilbao/>)

(<https://www.hora.es/bilbao/>)

frase entre sus amigos. Lamentamos informarle que acaba de ser víctima de un engaño. Esta cita nunca fue escrita ni pronunciada por Twain. Usted, ingenuamente, como millones de usuarios en todo el mundo ha contribuido a difundir una información falsa.

Las mentiras, los bulos, aquellas fake news que producen efectos más dañinos que este ejemplo poco trascendente, se han convertido en un arma recurrente en la “era de la desinformación”. No solo afectan a la comunicación política sino que también perjudican al ecosistema de los negocios. Día tras día, las empresas se enfrentan a rumores mal intencionados, convertidos en mensajes virales. Si no se toman medidas rápidas y eficaces, estos pueden arruinar la imagen de marca en pocas semanas, con resultados negativos inmediatos en las cuentas de resultados.

Sin tener que viajar muy lejos, en los últimos meses, diferentes medios de comunicación españoles han desmentido un bulo que circula en Facebook donde se alerta de los “ingredientes cancerígenos” que contiene la mayonesa Hacendado (marca blanca de Mercadona). Otro caso de difamación ha tenido en el punto de mira a la compañía Amazon y la “filtración mundial” de las tarjetas de sus clientes. La lista resulta interminable...



La hora en Nueva Delhi  
(<https://www.hora.es/nueva-delhi/>)

(<https://www.hora.es/nueva-delhi/>)

---

La hora en París  
(<https://www.hora.es/paris/>)

(<https://www.hora.es/paris/>)

---

La hora en Oslo  
(<https://www.hora.es/oslo/>)

(<https://www.hora.es/oslo/>)

---

La hora en Sidney  
(<https://www.hora.es/sidney/>)

(<https://www.hora.es/sidney/>)

---

La hora en Auckland  
(<https://www.hora.es/aucklan>

(<https://www.hora.es/auckla>

---

La hora en Pekín  
(<https://www.hora.es/pekin/>)

(<https://www.hora.es/pekin/>)

---

La hora en Ámsterdam  
(<https://www.hora.es/amsterc>

(<https://www.hora.es/amste>

En 2017, investigadores del departamento de Inteligencia Artificial del MIT publicaron en la *Revista Science* un informe bajo el título: “*The Spread of the true and fake news online*” en la que llegaron a conclusiones reveladoras tales como que una noticia falsa se difunde en las redes sociales a una velocidad seis veces superior que una información verdadera.

Estas difamaciones están diseñadas con todas las características necesarias para que resulten creíbles y tienen un objetivo claro, tal y como nos explica **Enea Angelo Trevisan, fundador y director ejecutivo de la compañía italiana Ealixir Group**. “Las noticias falsas son más difíciles de reconocer y alteran completamente el principio de la libre competencia. Hay sitios web que fabrican este tipo de noticias. Si una empresa está luchando con otra por ganar una licitación, puede recurrir a un sitio de noticias y publicar informaciones falsas sobre la compañía rival con el objetivo de perjudicarla.”

Hoy en día, las empresas son más conscientes que nunca de la necesidad de proteger su imagen y su marca. Un ex trabajador, un consumidor descontento, un conspirador de la competencia tienen una herramienta poco costosa para hacer descarrilar toda una estrategia de comunicación.

El equipo de **ingenieros y asesores legales que integran Ealixir Group** posee distintos protocolos de actuación con los que proteger a sus clientes, ya sean personas individuales, ya sean compañías, de estas campañas de desprestigio que utilizan Internet y las redes sociales como cajas de resonancia. Pero, ¿cómo intervienen? Enea Angelo Trevisan nos responde con un ejemplo:

“En **Ealixir (<https://www.ealixir.com/>)** supervisamos constantemente la información publicada en la red que concierne a nuestros clientes. Cuando comprobamos que

la noticia o la fuente no son fiables, intervenimos en consecuencia, y contactamos con las autoridades competentes.”



Los mejores destinos para el  
viaje de novios  
(<https://www.hora.es/mejores-destinos-viaje-novios/>)

Descubrimos Prestamer.es: Qué  
es, condiciones y beneficios  
(<https://www.hora.es/prestamer/>)



## DEJA UN COMENTARIO

---

Tu dirección de correo electrónico no será publicada.

### COMENTARIO

### NOMBRE

### CORREO ELECTRÓNICO

### WEB