EL COVID-19 Y EL CLICKBAIT

En este sitio web obtendréis información acerca de el **covid-19** y el clickbait, además de como distinguir este tipo de informaciones, sin confundirlo con las noticias falsas. Puesto que dicha diferencia debe quedar clara a partir de ahora, pues mucha gente llega a confundir ambos términos, pero estos contienen un significado diferente. Como todos hemos caído alguna que otra vez en este tipo de informaciones, dedicamos un amplio espacio entonces para explicar detenidamente lo enunciado anteriormente. Además, en esta página podrá encontrar datos acerca del **COVID-19**, la vacunación en España etc. Así como los distintos gráficos y mapas usados que aparecen y que son proporcionados por el Ministerio de Sanidad.

¿Qués el clickbait?

Entendemos por clickbait aquellos contenidos que tienen como objetivo captar la atención del usuario para que haga clic en sus enlaces. Esta palabra cuenta con una connotación negativa. La **finalidad del clickbait es atraer al mayor número de usuarios hacia un sitio web, con el objetivo de producir la mayor cantidad de ingresos económicos.** Los contenidos irán acompañados de titulares engañosos, actuando como gancho para captar al público. Una de las cualidades que tienen este tipo de informaciones es el escaso rigor informativo y de calidad que las dan forma.

Otro de los **inconvenientes** de este tipo de noticias y páginas es que son compartidos con frecuencia en las distintas redes sociales, algo negativo puesto que estas plataformas son capaces de dar todavía más voz a estas noticias de pésima calidad. Lo podemos ver en plataformas como **Facebook**, que además **durante la pandemia del Covid-19 fueron el foco de difusión de los titulares clickbait.** Para este tipo de contenidos utilizan noticias de personas que suscitan interés en el público, personas famosas e imágenes o vídeos virales, etc.

A continuación se muestran varios ejemplos del COVID-19 y el clickbait:

La imagen que se expone, corresponde a un tweet en el que se habla sobre las nuevas medidas del Gobierno vasco: la realidad es que no hay ninguna restricción, exceptuando el uso del pasaporte COVID en el ocio nocturno y la hostelería. Se hace creer a la gente que el Gobierno vasco ha implantado nuevas medidas para ganar visualizaciones.

En cuanto a la imagen del lateral, relacionada con Mercadona, se trata de una noticia donde se habla de las medidas que ha establecido esta empresa de cara a la pandemia del COVID-19. Llama la atención de la gente porque todo el mundo quiere estar al corriente de las nuevas medidas, y sobre todo, referidas a cadenas tan grandes como Mercadona.

Por último, en el siguiente ejemplo vemos como el humorista, David Suárez, acusado de cometer un delito de odio por realizar un comentario sexual, vía Twitter, sobre mujeres con síndrome de Down, aseguró no solo en el juicio, sino también en los distintos medios de comunicación que era "un chiste más" además de "no quería vejar ni mofarse" de personas que pertenecen a este colectivo. En el programa «Hora Veintipico», vuelve a repetir estas palabras, pero vemos que, el medio CERMI Estatal (@Cermi_Estatal), en su cuenta de Twitter utiliza un titular clickbait, puesto que no es eso realmente lo que David Suárez dice.

> David Suárez no ha pedido disculpas por el famoso chiste de la chica con síndrome de Down. Todo lo demás es clickbait y del malo. pic.twitter.com/OxMKn4umXU— Hora Veintipico (@HVeintipico) November 29, 2021

> David Suárez pide perdón por su chiste sobre mujeres con síndrome de Down: "Intento hacer reír" https://t.co/OeqK4QTniC— CERMI Estatal (@Cermi_Estatal) November 29, 2021

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL CLICKBAIT

VENTAJAS

- Hay que conseguir suscitar el interés de los usuarios como para clicar en el sitio web, para conseguir aparecer en las páginas de resultados (SERPs).
- Con esto se consigue aumentar el CTR, esto hace que se genere más tráfico en la red.
- El clickbait va a ayudar al posicionamiento que va a obtener a partir de ese momento la página web, manteniéndose lo más arriba posible
- Por último, las redes sociales tienen mucho que ver, gracias a esta herramienta se es capaz de crear información que alcance tendencia. Consiguiendo llegar al mayor número de espectadores posibles.

CLICKBAIT (VENTAJAS Y DESVENTAJAS)



DESVENTAJAS

- Puede afectar a la experiencia de usuario de la web, esto significa el estudio del comportamiento de la navegación de un usuario y la interacción del mismo en una página web.
- Capacidad de crear expectativas altas del contenido, lo que pueden
- Crea una alta expectativa sobre el contenido, que puede alejar al usuario.
- También afecta al branding corporativo, debido a que vincula los titulares falsos o el propio contenido de estos a la marca.

CLICKBAIT (VENTAJAS Y DESVENTAJAS)



5 pasos para usar correctamente el clickbait

En las ventajas, observamos algunos de los aspectos positivos a la hora de usar estas herramientas. No debemos defraudar al espectador con la información que estamos ofreciendo. Si bien podemos usar titulares que atraigan las visitas de los usuarios, pero el resto de la información que compone dicha noticia debe de estar a la altura del titular, y que el usuario salga de nuestra web sabiendo exactamente qué es aquello que hemos querido contar. A continuación, vamos a explicar 5 pasos para usar correctamente el clickbait.

1.USO DE UN TÍTULO REAL Y A SU VEZ ATRACTIVO

Usando un titular atractivo y verídico, podremos conseguir que los usuarios se encuentren agusto con el contenido que publicamos. Para la realización de un buen titular podemos seguir las siguientes pautas:

- Uso de preguntas: *"¿Te gusta el chocolate? Aquí te traemos los mejores chocolates del mundo"*. El uso de preguntas en los titulares captan la atención de los usuarios, puesto que quieren encontrar la respuesta en aquello que hemos escrito.

- Uso de números: "5 datos de Leo Messi que no sabías". La utilización de números va a conseguir darle a nuestro titular más precisión.

- Uso de la brevedad: "La pandemia va para largo". Si se usa un título muy largo, se perderá la eficacia.

- Uso de fechas: "Las votaciones más sorprendentes del Balón de Oro 2021". Utilizar fechas servirá para ayudar al usuario a entender que dicho contenido es actual, o no.

2. CONTENIDO DE VALOR

El primer paso es preguntarse por aquello que la audiencia quiere saber, sus inquietudes. Debemos pensar en si el titular que vamos a usar tiene que ver, o resume completamente el desarrollo de nuestra noticia.

3. FUENTES USADAS

Siempre hay que indicar las fuentes, pues el usuario deberá saber siempre nuestros apoyos a la hora de fundamentar el tema que estamos exponiendo, además, proporcionará una veracidad al espectador, puesto que podrá ver y consultar más fuentes de información.

4. INFORMACIÓN NOVEDOSA

Debemos buscar lo novedoso, aquellas informaciones que se expanden rápidamente por internet y que llenan enseguida los portales de las redes sociales de la misma información, pero es importante de no caer en el error de comentar la primera información, pues debemos contrastar todas aquellas declaraciones que tengamos en nuestras manos.

5. PERMITIR COMPARTIR NUESTRA INFORMACIÓN

Si al usuario le ha gustado nuestro contenido, jugaremos con la posibilidad de que estos las compartan en sus distintos perfiles de redes sociales.

DESDE CUANDO SE LE DENOMINA *«CLICKBAIT»* Y SE LE DA IMPORTANCIA

Tras la digitalización, muchos redactores optaron por hacer uso de estos titulares llamativos , denominándolos *clickbait.* Este fenómeno consiste en llamar la atención del lector utilizando interrogantes, creando dudas… Pero sobre todo en buscar la interacción y visitas al sitio web. Esto afecta al periodismo y lógicamente a todos los lectores, ya que siempre ha de existir un rol informativo y, en especial, inmediatez. Aunque este, pueda jugar un papel en contra, ya que muchas noticias no llegan a ser contrastadas de forma veraz, y de ahí nace el fenómeno: *fake news.*

Los periódicos han tenido que adaptarse y hacer uso del clickbait , ya que cuantas más visitas tenga la web, el algoritmo digital favorecerá a este medio.

El clickbait, al igual que las fake news afectan al periodismo y esto hay que combatirlo. De ahí la importancia de ser conscientes de las noticias que consumimos, ya que se abandona el lado informativo y se convierte en algo sensacionalista.

LAS VACUNAS, EL COVID-19 Y EL CLICKBAIT

Con la creación de las vacunas para combatir el **COVID-19**, fueron muchos los medios y las personas que comenzaron a difundir informaciones falsas o titulares **clickbait**. Es el ejemplo de los titulares que afirman que 6 personas murieron tras ponerse la dosis de la **vacuna Pfizer**.

NOTICIAS DEL COVID-19 Y EL CLICKBAIT, SOBRE LA VACUNACIÓN

En dichos artículos se cita un **documento de la FDA de EE. UU**, donde se manifiesta que los decesos no mantenían vinculación con el tratamiento experimental. El problema se dio cuando las notas consignan las declaraciones de dicho organismo, pero no lo hacen de la misma forma en el título ni en los mensajes que se difundieron en las distintas redes sociales.

Fueron entonces diversos medios quienes publicaron dicha información bajo el titular: **“Seis personas murieron tras aplicarse la vacuna de Pfizer”**.

Lo que se decía en los artículos se catalogó como información engañosa, puesto que, es cierto que, la **FDA** informó de la muerte de 6 personas que se ofrecieron voluntarias para los ensayos de la vacuna Pfizer, pero se dejó claro que, dichos eventos no estuvieron vinculados con la aplicación del antídoto.

El problema de dichos artículos no es la información que

encontramos en ellos, puesto que se especifica que la **FDA desvinculó las muertes con la aplicación de las vacunas, pero ese dato se omite en el titular.** Con el objetivo de enganchar al usuario, por eso vemos que, el **clickbait** también estuvo presente y está presente en las informaciones que rodean las vacunas contra el **COVID-19.**

EJEMPLO DEL COVID-19 Y EL CLICKBAIT EN EL PORTAL BAE

En el caso del portal BAE Negocios, se publicó un artículo bajo el título: **"Seis personas murieron tras aplicarse la vacuna de Pfizer"**. Pero si seguimos leyendo la información recogida en dicha noticia vemos como el medio aclara que 4 de esas personas corresponden al grupo de placebo y que las dos restantes recibieron la vacuna".

En cambio, la nota que se publicó en Twitter, a través de la cuenta del **Diario Crónica** (@cronica), la cual recibió grandes críticas por parte de los usuarios puesto que acusaron al medio de utilizar **técnicas de clickbait,** esto se debe, como ya hablábamos antes por la publicación de títulos llamativos que no se corresponden con el contenido final que se expone al usuario.

ESTADO DE LA VACUNACIÓN CONTRA LA COVID-19

%

CON AL MENOS UNA DOSIS

%

PAUTA COMPLETA

¿POR QUÉ ESPAÑA LIDERA LA VACUNACIÓN CONTRA LA COVID-19 EN EUROPA?

España se sitúa al frente de Europa en la vacunación. El 60% de la población está ya inmunizada con la pauta completa. Un 72% tiene al menos una de las dosis. Solo Malta está por delante y Portugal iguala la cifra. La media de la Unión Europea es muy inferior, 61,5%. En el país no se han registrado protestas como en París o en Roma por la obligatoriedad de inyectarse para algunos trabajadores, ya que no ha sido necesario ninguna imposición. En el vídeo se explica el por qué.

TIPS PARA EVITAR EL CLICKBAIT

A continuación, os dejamos algunos tips para evitar caer en los titulares clickbait:

USO DE IMPERATIVOS

Destaca el uso de imperativos, como "mira" o "lee", en los titulares clickbait, de esta forma consiguen aumentar nuestra curiosidad y nuestro interés sobre su noticia.

TITULARES LLAMATIVOS

Los titulares clickbait suelen seguir un mismo patrón, intentando captar nuestra atención con títulos como "¡Esta historia es alucinante!" o ¡No creerás lo que pasó...!". Si nos encontrarmos ante un titular con estas características, probablemente solo busquen nuestro clic. Por lo tanto, es mejor evitarlos.

LISTAS NUMÉRICAS

Las listas númericas coniguen captar la curiosidad del lector fácilmente, ya que todos quieren saber quién es el mejor en cuaquier cosa. Consiguiendo el click fácil con estos titulares.

RECOMENDACIONES

Algunas cuentas, como @TeAhorréUnClic, se encargan de difundir titulares clickbait, muchos relacionados con la pandemia, para evitar que la gente caiga en ellos. Estos son algunos ejemplos:

-"Astrazeneca: ¿qué concluyço el estudio sobre la eficacia de esta vacuna? - @TeAhorréUnClic: "Vacuna de AtraZeneca tiene eficacia del 79% para prevenir el Covid-19

-¿Qué hay detrás? Habla la enfermera que simuló aplicar dosis del Coronavirus (SIC): @TeAhorréUnClic: "A error humano atribuyen que la enfermera haya aplicado aplicado la vacuna con jeringa vacía"

-¿Por qué los indígenas del Cauca no se acogerán al plan de vacunación contra la Covid?. @TeAhorréUnClic: "Indígenas del Cauca no se vacunarán contra la Covid porque no hubo consulta previa y se aferran a la medicina ancestral"

PALABRAS CON INCERTIDUMBRE

Si nos encontramos una noticia que utilice palabras con incertidumbre es muy probable que nos encontremos ante un titular clickbait. Con esta característica se busca generar incertidumbre en el espectador, esto le llevará a clickear en la noticia para resolver su duda.

UNIÓN EUROPEA CONTRA LA DESINFORMACIÓN

La Unión Europea se ha reunido con los altos cargos de las diferentes redes sociales, como Facebook, para combatir la pandemia de la desinformación. Una preocupación que ha aumentado debido a la pandemia, cuando se han difundido diferentes "fake news" y diversos titulares clickbaits. Para combatir este problema, la UE ha planteado diferentes acciones, como la creación de el **Plan de Acción para la Democracia Europea** y la **Ley de servicios digitales**.

Alejandra Hurtado

Creadora de contenido

"Omitir las verdades no es otra cosa que una variedad refinada de la mentira"
ALMUDENA GRANDES

Ainhoa Ruíz

Creadora de contenido

"Para que los periódicos puedan ser interesantes, es menester que no se les pongan trabas.”
REY FEDERICO II EL GRANDE

Marta Mesonero

Creadora de contenido

"Cuando se descubrió que la información era un negocio, la verdad dejó de ser importante.”
RYSZARD KAPUSCINSKI.

- Seguir
- Seguir

- Seguir
- Seguir

- Seguir
- Seguir