

COMBATIR LA DESINFORMACIÓN Y LAS FAKE NEWS



AUDIENCIAS

Público objetivo al que va dirigido nuestro proyecto, especialmente la red social Twitter.

CONTENIDOS AUDIOVISUALES Y MULTIMEDIA

Vídeo explicativo hecho por nosotros, sobre la desinformación en Twitter y una encuesta sobre esta red social.

ACCESIBILIDAD

Forma que tienen los usuarios de crear noticias falsas en Twitter.

CONCLUSIÓN

Resumen de las partes tratadas en el proyecto.

AUDIENCIAS

¿Qué es Twitter y cuánta gente lo utiliza?

Twitter es una red social creada en 2006 por Jack Dorsey. Permite escribir mensajes de forma rápida y sencilla. Cualquier persona mayor de 16 años puede acceder a la plataforma, puede ser usada para compartir opiniones, gustos, intereses o incluso hay gente que lo utiliza para informarse.

Los "Tweets" son los mensajes que circulan por la red social y son espacios de texto que no superan los 280 caracteres. Además, puedes compartir enlaces, imágenes, vídeo, encuestas o gifs.

Se usa como herramienta de obtención de información con inmediatez en forma de titular. Rápido de escribir y rápido de leer.

Premia la sencillez y la brevedad, además de ser global, disponible en mas de 25 idiomas siendo accesible desde casi cualquier parte del mundo. Es gratis e

ilimitado.



Twitter es una red social en la cual hoy en día se establece que hay unos 320 millones de usuarios activos mensualmente, 1,3 miles de millones de cuentas creadas y, además, se envían cerca de 500 millones de tweets al día. Se espera que se llegue a los 340 millones de usuarios activos en 2024.



As. IFuente: Statista

Esta red social se encuentra en el TOP 15 de las más usadas, detrás de plataformas como Facebook, Youtube, Whatsapp, Reddit, etc. (Yi Min Shum)

Nuestra audiencia: los jóvenes

Para poder centrarnos en un *target*, es conveniente establecer una franja de edad. Con este objetivo, se desglosará la población que utiliza la red social. Las personas de 16 a 34 años constituyen el 61% de todos los usuarios de Twitter, siendo una de las pocas redes sociales en la que los adultos constituyen más de un 50%.

La forma de utilizar Twitter es otra característica importante que es clave tener en cuenta. El usuario medio utiliza Twitter para informarse, leer opiniones o incluso dar sus propias opiniones. Es por ello que esta red es conocida por muchos como un nuevo medio de comunicación.

He aquí la primera nota discordante a la hora de elaborar noticias: cualquier usuario puede dar su opinión y, además, hacerlo con tintes informativos. De esta forma puede llevar a confusión, convirtiéndose en una fuente errónea. A esto se le han de sumar los bulos, en gran parte elaborados de forma malintencionada para manipular y cambiar opiniones.

Las *fake news* no son sino una forma de llevar a cabo estos bulos. Desde el año 2017, han crecido un 300% en nuestro país. Por ello, es de importancia relevante saber discernir entre qué son las *fake news* y qué es información.

La inmediatez, ¿un peligro?

La capacidad de tener la información a dos clicks, o con solo mirar el móvil puede provocar lo conocido como *infoxicación*, el exceso de información. De este modo, la lectura crítica adquiere un papel primordial: al buscar cualquier duda en una red social, pueden aparecer millones de resultados, incluso contradiciéndose.

Elaborar una legislación para controlar aquello que se publica en Internet no parece sino una quimera, pues lo global de la red y el anonimato de los usuarios provoca que ejercer un control sea prácticamente imposible.

Según un estudio realizado por el Pew Research Center, los jóvenes no consideran Twitter como una red social. Ven esta plataforma muy diferente a Facebook o Instagram, y hay un gran grupo de gente que afirma “no utilizar redes sociales” pero sin embargo son consumidores de Twitter por el simple hecho de utilizarlo como herramienta de información.

Más de la mitad de los jóvenes (52%) encuentra las noticias allí, definiendo noticias como “información sobre eventos y asuntos que implican algo más que sus

amigos y familiares». Los móviles son el mayor portal de acceso para los usuarios de Twitter, un 85%. Según la encuesta realizada por PRC, el perfil del consumidor de noticias de Twitter destaca por ser más joven y educado que la población general.

Twitter, el nuevo medio de comunicación

Un estudio de Antena 3 asegura que los usuarios más jóvenes utilizan Twitter para estar informados de la actualidad. Un 70% de los cree que las noticias se publican más rápido en Twitter que en cualquier otro lado. El 60% de los encuestados afirma que la mayoría de las veces se entera antes por Twitter de las noticias que por la televisión.

Hasta un 68% utiliza Twitter para ver cómo se desarrolla una noticia en tiempo real, y el 67% para conocer diferentes versiones de un suceso.

Un 48% se llega a cuestionar la importancia de una noticia de última hora si no la encuentra en Twitter. Consideran más accesible tener en su móvil las imágenes y los vídeos para seguir la noticia.

El 81% de los usuarios de españoles afirma aprender cosas nuevas en Twitter, y el 66%, asegura encontrar información que no ha visto en otro sitio antes.

Twitter no mejora la capacidad de los estudiantes

La Università Cattolica del Sacro Cuore desarrolló un [estudio](#) en Italia acerca de la forma en que la red social Twitter repercute en los estudios de la población joven. Para ello, se eligió una muestra de 1.500 estudiantes de literatura de secundaria en la propia Italia y se dividieron en dos grupos.

Ambos grupos debían analizar “El difunto Matías Pascal” de Luigi Pirandello.

Un grupo utilizaba citas del libro y unas conclusiones propias de cada alumno en Twitter, mientras que hablaban en dicha red de los compañeros de clase, todo bajo el control de los profesores.

El otro grupo utilizó métodos tradicionales de clase. En ambos grupos se les evaluó la comprensión y la memorización de la novela.

Según se extrae de los resultados del estudio, aquellos que utilizaron Twitter como plataforma para compartir su trabajo demostraron un rendimiento entre un 25 y un 40 por ciento menor. El resto de los jóvenes, por consiguiente, mostraron unas aptitudes muy superiores.

Por ello, los investigadores observaron diferencias significativas y advirtieron de que “deberíamos ser más cautelosos acerca de cómo usamos las plataformas sociales”.

El “grupo de Twitter” tuvo un rendimiento menor, ya que ellos creyeron que a través de tweets podían absorber todos los conocimientos de la novela. Asimismo, parte del tiempo en la red social reemplazó al tiempo que deberían haber invertido en estudiar el libro como el otro grupo.

Técnicas para interceptar *fake news*

En [empantallados.com](#) se elaboró un artículo con una serie de pasos para detectar noticias falsas y bulos con sentido crítico.

Debemos desconfiar de los titulares. No porque tenga un titular excesivamente llamativo debe ser considerado como falso. No obstante, las *fake news* suelen tener titulares en mayúsculas con signos de exclamación o interrogación, tratando de incentivar al lector a leer la noticia. Además, es conveniente **revisar la redacción y la ortografía.**

Algo que parece una obviedad se nos puede pasar por alto fácilmente: **la URL.** En la mayoría de este tipo de tweets hay un enlace a una web o un portal similar a uno oficial.

Es de importancia capital **fijarse en qué cuenta refleja las declaraciones o las noticias.** La posibilidad de publicar por parte de cualquier usuario anónimo o partidista es omnipresente en Twitter y hay que tenerlo muy en cuenta para beber de las fuentes más adecuadas.

El **uso de imágenes editadas o sacadas de contexto** es otra pista fundamental. Es clave, para ello, entender si la imagen y la fecha cuadran con el contexto que se expresa.

Por último y, aunque no sea siempre fiable, debemos **ver las respuestas al Tweet.** Mucha gente comparte su opinión, y puede ayudarnos a tomar nuestras propias conclusiones acerca de si lo que estamos leyendo es real o falso.

Birdwatch

A principios de este año, Twitter anunció el lanzamiento de Birdwatch, un proyecto que tratará de combatir las noticias falsas y la desinformación en su red social. Será una sección independiente que sólo estará disponible para unos pocos en su inicio.

Trata de identificar información engañosa o falsa y una anotación con un contexto informativo para aquellos que la usen. De esta forma, el usuario recibe una respuesta rápida a un tweet dudoso en un entorno seguro.

Se podrán marcar los tweets desde la página principal de Twitter y, cuando esa información sea señalada como falsa o engañosa, se le agregará una anotación. Inicialmente solo se verá en Birdwatch, pero se tratará de expandir a la red social de Twitter cuando haya un amplio conjunto de colaboradores.

La idea es que la propia comunidad es la que ayude a combatir la desinformación. Los usuarios deberán reportar los tweets y dar explicación de lo que les parece falso. De este modo, se moderará la red social. Algo similar a un proyecto colaborativo como es la Wikipedia.

Una respuesta extraordinaria

Twitter asegura que se han realizado más de 100 entrevistas con gente de todo el espectro político que utiliza la red social y parece que la gran mayoría ha apoyado el movimiento de la compañía. Uno de los puntos fuertes del proyecto es que las notas no se limitan a un verdadero o falso, sino que aportan un contexto informativo de por qué ese tweet es equivocado o incompleto para, de esa forma, entenderlo mejor.

Una preocupación importante es la posibilidad de que los diferentes usuarios manipulen la red social y acabe siendo el terreno de unos pocos generadores de bulos y de los *trolls*. Por ello, la dirección de Twitter quiere que sea lo más transparente posible y ha puesto a disposición de cualquiera la documentación y

algoritmos de clasificación (serán de código abierto). Así, se podrá construir más rápidamente una solución efectiva.

Twitter se decidió a eliminar “contenido engañoso y potencialmente dañino” desde marzo tras una ola de información falsa sobre la pandemia y, en mayo, agregaron etiquetas a los tuits que hablaban teorías de la conspiración sobre la raíz de la enfermedad y curas falsas. Asimismo, en enero, la compañía cerró la cuenta de Donald Trump tras los mediáticos hechos acontecidos en el Capitolio de Washington.

Unión de Twitter con AP y Reuters

A raíz del comienzo de la pandemia, la cantidad de noticias falsas se ha disparado. Es por ello que Twitter se ha asociado con dos agencias importantísimas en el periodismo mundial: Associated Press y Reuters. De este modo y, junto a Birdwatch, Twitter comenzará a colaborar con las agencias para agregar un contexto preciso y de calidad en las noticias de última hora.

No han tardado en llegar las declaraciones de personalidades de peso en las dos agencias: «La confianza, la precisión y la imparcialidad están en el corazón de lo que hace Reuters todos los días... esos valores también impulsan nuestro compromiso de detener la propagación de información errónea» dijo Hazel Baker, jefa de UGC en Reuters. Por otro lado, Tom Januszewski, vicepresidente de desarrollo de Associated Press, declaró: «estamos particularmente entusiasmados con aprovechar la escala y la velocidad de AP para agregar contexto a las conversaciones en línea, que pueden beneficiarse de un fácil acceso a los hechos».

Primeras sanciones contra los bulos

El anonimato de la red, en ocasiones, está detrás de la falta de castigo a los delitos producidos en ella. Sin embargo, en los últimos tiempos comienza a avanzarse en ese aspecto. No en vano y, por primera vez en nuestro país, la Fiscalía Especial contra el Odio y la Discriminación ha propuesto una querrela pionera por la difusión de bulos.

Miguel Ángel Aguilar, periodista, ha decidido presentar una querrela contra una twittera que “asociaba a los menas con la violencia en las aulas”. Este tipo de tweets pueden ser catalogados como un delito contra la dignidad de las personas con motivos de discriminación y un asalto a los derechos fundamentales.

El susodicho tweet adjuntaba un video totalmente falso en el que varios alumnos gritaban y lanzaban papeles a su profesora y esta twittera los atribuyó a menas. Sin embargo, finalmente se supo que esos hechos trataban de un suceso protagonizado en Brasil, y no tenía ninguna relación con menores de edad inmigrantes que residieran en España.

—

CONTENIDOS AUDIOVISUALES Y MULTIMEDIA

Utilizando el vídeo adjunto, se establecen conclusiones acerca de las posibles causas que provocan la desinformación en la red social Twitter.

Para ello, se diseñó una encuesta acerca de la misma con un formulario de Google que se pasó a gente de las edades objetivo.

ACCESIBILIDAD

Como ya se comentó del plan del proyecto, la accesibilidad en la web es necesaria para que todo tipo de usuarios puedan usar la web de una manera eficiente. Por ello, es fundamental utilizar títulos adecuados, que no lleven a confusión al lector.

Sin embargo, una web más accesible puede tener su lado negativo, ya que aquellos medios que pretenden desinformar tratan de establecer un acceso lo más atractivo posible: escriben leyendas de imágenes descriptivas, usan texto en imágenes alternativas, describen claramente los enlaces, muestran los títulos y lemas en su sitio, usan títulos llamativos, y, por último, eligen adecuadamente los colores y fuentes del texto.

Formas de atraer audiencia hacia las *fake news* en Twitter

Publicar un tweet con un título polémico acompañado de un link con el artículo entero. En muchas ocasiones, la audiencia no repara en indagar en el artículo completo y establece el título como una realidad dogmática, por muy escandaloso que sea.

Publicación de tweets con una breve descripción o introducción del tema y añadiendo un link de un artículo.

Manipulación de imágenes. El fútbol es un claro ejemplo de ello: se modifican ciertas imágenes con el fin de que afloren los sentimientos de un deporte tan pasional.

En Twitter, generalmente, las mayores *fake news* los encontramos en los temas que polarizan a la sociedad: política, fútbol, economía y los temas de más rabiosa actualidad, como actualmente es el Covid-19.

CONCLUSIÓN

En este trabajo se ha tratado de luchar contra la desinformación y las *fake news*, centrándonos específicamente en la red social Twitter. Se ha tomado esta como referencia pues es aquella que permite al usuario desde el anonimato expresar opiniones o publicar información sin filtro alguno.

Se ha realizado este proyecto con el objetivo de tratar de identificar las mejores fuentes de información y de huir de aquéllas en las que no se deba confiar. Para ello, se ha explicado con detalle el público al que el trabajo se dirige (audiencia), contenidos audiovisuales y multimedia, así como la accesibilidad de los usuarios a nuestro proyecto.

Para ello, ha sido de capital importancia conocer el público al que se dirigía el trabajo y comprender sus inquietudes para, así, poder ayudar en la toma adecuada de decisiones y tratar de identificar y aprender a beber de las mejores fuentes posibles.