



Co-funded by
the European Union



MODULO 7: Noticias #fake: análisis de noticias populares en las redes sociales

Desarrollado por TUCEP

Como parte del proyecto MCRE - Media literacy, critical viewing and CREative
vision as effective learning approach for people with fewer opportunities

INDICE

MODULO 7: Noticias #fake: análisis de noticias populares en las redes sociales	1
1. FINALIDAD Y OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	3
1.1. OBJETIVO DEL MÓDULO.....	3
1.2. OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	3
2. CONTENIDO DE APRENDIZAJE.....	3
2.1. NOTICIAS DE REDES SOCIALES: ¿ES CIERTO O FALSO?.....	4
2.2. NOTICIAS FALSAS POPULARES EN REDES SOCIALES	19
2.3. EL USO CRÍTICO DE LAS REDES SOCIALES PARA EVITAR LA DIFUSIÓN DE NOTICIAS FALSAS.....	23
3. LECTURAS ADICIONALES	26
4. BIBLIOGRAFÍA.....	26

1. FINALIDAD Y OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

1.1. OBJETIVO DEL MÓDULO

Este módulo tiene como objetivo apoyar a las personas con menos oportunidades (adultos poco cualificados, personas desempleadas, adultos en riesgo de pobreza) para **identificar** y **analizar las noticias falsas populares** que circulan a través de **redes sociales e Internet**. Con el fin de facilitar a los adultos alcanzar el objetivo del módulo, se presenta una visión general de los diferentes tipos de redes sociales, así como los beneficios y riesgos de su uso.

Además, este módulo se centra en los principales campos donde circulan noticias falsas en las redes sociales y plataformas, proporcionando algunos ejemplos de noticias falsas populares.

Finalmente, el módulo pretende analizar cómo detectar noticias falsas en las redes sociales, **proporcionando consejos prácticos y explicando cómo mejorar las habilidades necesarias para identificar noticias falsas populares**.

1.2. OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Al final del módulo, el alumno debe ser capaz de:

- Ser consciente de los beneficios y riesgos de las redes sociales
- Identificar si las noticias que circulan en las redes sociales son verdaderas o falsas
- Analizar noticias falsas populares en las redes sociales
- Comprender cómo lidiar con las noticias falsas populares en las redes sociales.

2. CONTENIDO DE APRENDIZAJE

Cada vez más personas usan las redes sociales (online) como fuente de noticias en vez de medios tradicionales para obtener noticias. Si la televisión convirtió a las personas, que hasta entonces escuchaban contenido de los medios, en espectadores de contenido en el período de 1950 a 1980, la aparición de las redes sociales ha creado una nueva generación de creadores de contenido mediático.

Al ser plataformas participativas, las redes sociales permiten que el contenido sea generado por el propio usuario y compartir contenido dentro de la propia red virtual. Así,

el uso de las redes sociales como fuente de noticias permite a los usuarios interactuar con las noticias de varias maneras, que incluyen:

- o Consumir noticias
- o Descubrir noticias
- o Compartir o volver a publicar noticias
- o Publicar sus propias fotos, videos o informes de noticias
- o Comentar sobre las noticias

El uso de las redes sociales como fuente de noticias se ha convertido en una forma cada vez más popular para obtener información. El uso de las redes sociales pueden afectar positivamente al mundo de las noticias y el periodismo, pero es importante reconocer que también hay formas en que las redes sociales afectan negativamente las noticias para las personas consumen, como noticias falsas, noticias sesgadas y contenido perturbador.

Por esa razón, es esencial poder identificar la naturaleza de las noticias que circulan en las redes sociales y, en caso de encontrar una noticia falsa, comprender cómo lidiar con ella.

2.1. NOTICIAS DE REDES SOCIALES: ¿ES CIERTO O FALSO?

Antes de aprender a distinguir las noticias reales de las falsas que circulan en las redes sociales, vale la pena dedicar algunas palabras sobre el potencial, las oportunidades y los riesgos del uso de las redes sociales, así como sobre el papel de las noticias en los diferentes tipos de redes sociales.

2.1.1 Potencial, oportunidades y riesgos del uso de las redes sociales

Basado en la definición más conocida y acreditada proporcionada por Andreas Kaplan y Michael Haenlein, las redes sociales son "*un grupo de aplicaciones basadas en Internet que se basan en los fundamentos ideológicos y tecnológicos de la Web 2.0, y que permiten la creación e intercambio de Contenido Generado por el Usuario*".¹

Podemos simplificar el **concepto** diciendo que las redes sociales son tecnologías interactivas que facilitan la creación y el intercambio de información, ideas, intereses y otras formas de expresión a través de comunidades y redes virtuales.

La característica principal es, por lo tanto, su **horizontalidad** en la creación y difusión de contenidos, que contrasta con la verticalidad de los medios de comunicación clásicos. A diferencia de los medios tradicionales, de hecho, en las redes sociales todas las personas involucradas pueden crear contenido y difundirlo al mismo nivel.

¹ "¡Usuarios del mundo, úniós! Los retos y oportunidades de las redes sociales", 2010, Andreas Kaplan y Michael Haenlein.

El uso generalizado de las redes sociales ha provocado cambios no solo en los roles de la comunicación, sino también en las formas de comunicación: ya no es un mensaje unilateral del tipo "uno a muchos", sino un mensaje multidireccional de tipo "muchos a muchos" o "de igual a igual". El 'monólogo' se convierte en un 'diálogo' entre usuarios y, por tanto, el emisor y el receptor cambian en un flujo continuo de roles, sin jerarquías.

Podemos decir que los diferentes tipos de redes sociales tienen las siguientes **características comunes**:

1. Aplicaciones interactivas Web 2.0 basadas en Internet
2. Contenido generado por el usuario, como publicaciones de texto o comentarios, fotos o videos digitales y datos generados a través de todas las interacciones en línea.
3. Los usuarios crean perfiles específicos del servicio para el sitio web o la aplicación que están diseñados y mantenidos por la organización de redes sociales.
4. Desarrollo de redes sociales en línea conectando el perfil de un usuario con los de otros individuos o grupos.



Sobre

Redes sociales



Tecnología basada en la informática para compartir ideas, pensamientos e información a través de redes y comunidades virtuales.

Más de 4,5 mil millones de usuarios de redes sociales en todo el mundo.



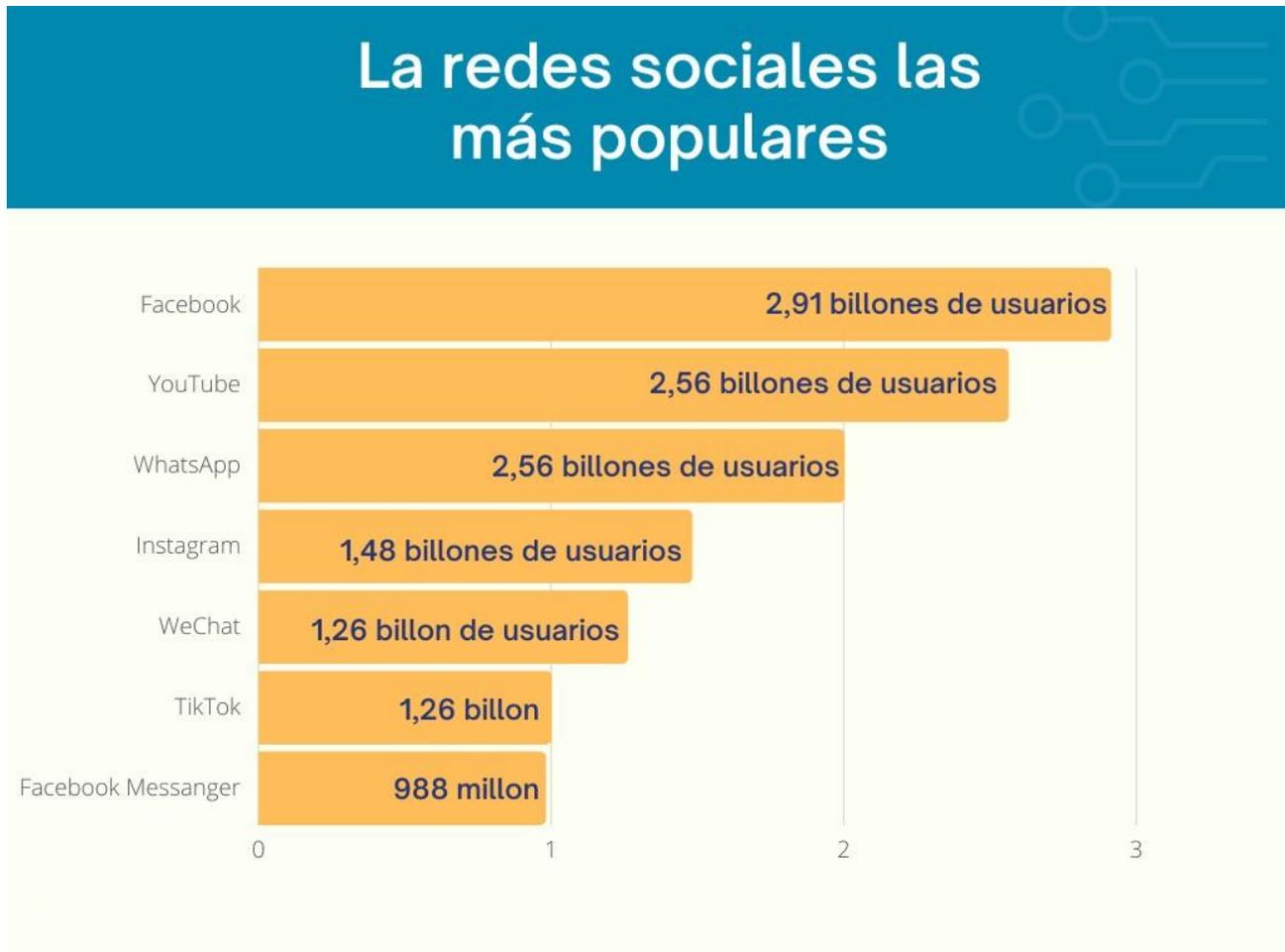
Las redes sociales más grandes incluyen Facebook, Instagram, Twitter, YouTube y TikTok.

Las redes sociales suelen presentar contenido generado por el usuario y perfiles personalizados.



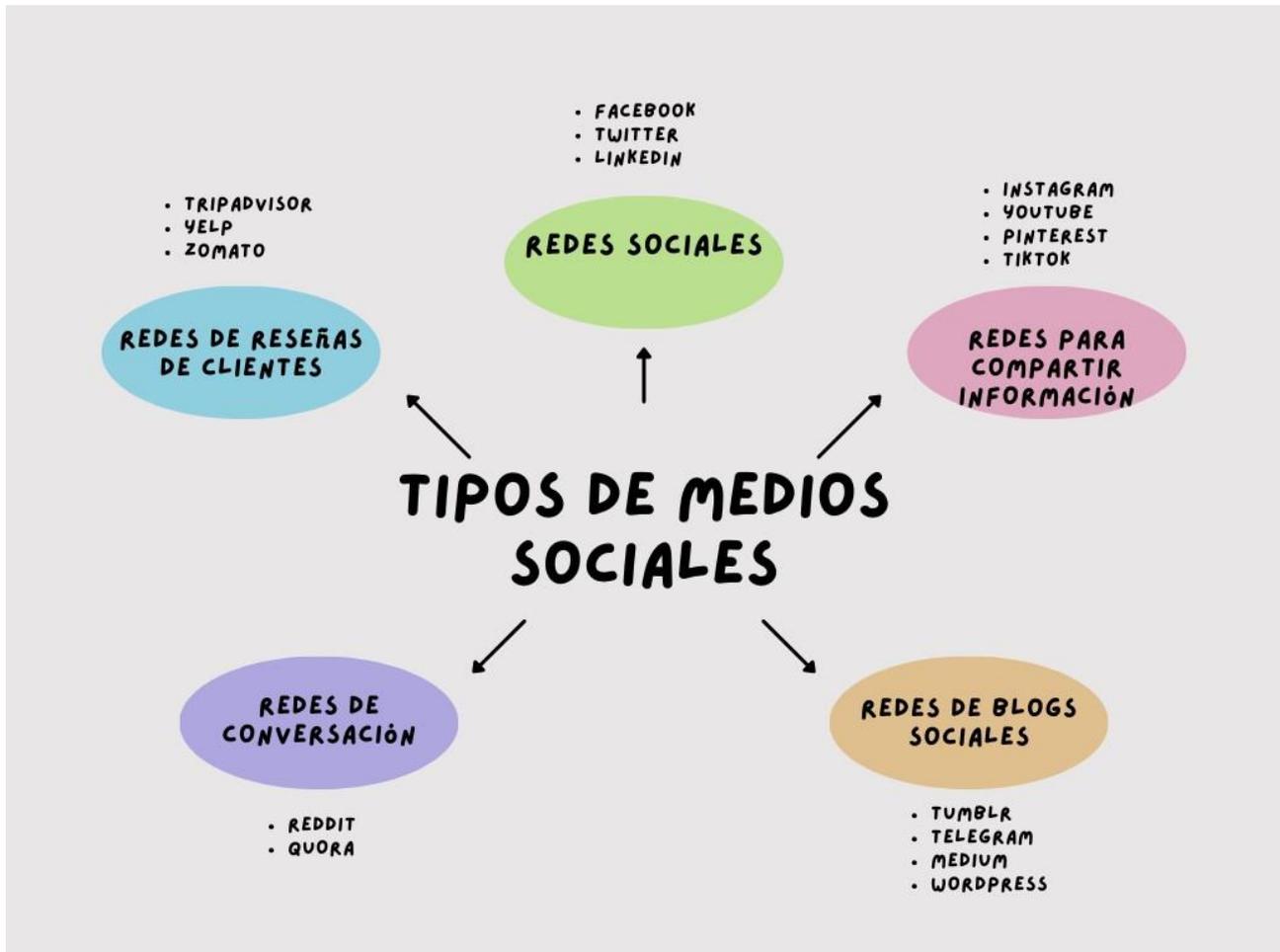
Creado por TUCEP

En general, podemos resumir las cifras de los sitios web de redes sociales más populares a partir de enero de 2022 de la siguiente manera:²



Creado por TUCEP

² "Las redes sociales más populares en todo el mundo a partir de enero de 2022, clasificadas por número de usuarios activos mensuales" - <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>



Creado por TUCEP

Se puede hacer un desglose de las redes sociales de acuerdo con los servicios que ofrecen. Los más comunes se enumeran a continuación con algunos ejemplos:

o **REDES SOCIALES**

El objetivo es compartir ideas, opiniones y contenidos con otros usuarios. Facebook y Twitter son los mejores ejemplos al igual que LinkedIn, aunque es para un uso más profesional y por lo tanto tiene características que lo hacen más complicado de usar.

A continuación, se proporciona una breve descripción de las redes sociales más comunes:

- **FACEBOOK:** muchas personas utilizan esta plataforma para conectarse con familiares, amigos y marcas. Puede compartir actualizaciones de estado, fotos, videos, enlaces a contenido y encuestas.
- **TWITTER:** al igual que Facebook, esta plataforma se utiliza para publicar fotos, videos, enlaces, encuestas y más promoviendo una comunicación



concisa y directa. La diferencia más relevante está representada por el tamaño del mensaje: a diferencia de otras redes sociales, puede usar solo 280 caracteres para cada mensaje.

- **LINKEDIN:** es un gran lugar para que los profesionales se conecten y construyan relaciones profesionales, compartan información, encuentren nuevos trabajos y recluten nuevos candidatos.

○ REDES PARA COMPARTIR INFORMACIÓN

Este tipo de redes sociales es utilizado por las personas para **compartir contenidos multimedia** como imágenes, videos y otros contenidos entre sí. Los mejores ejemplos de redes de medios son:

- **INSTAGRAM:** es una aplicación gratuita y en línea para compartir multimedia donde las personas pueden subir fotos y videos compartiéndolos con un grupo selecto de amigos. Esta aplicación permite a los amigos interactuar publicando comentarios y me gusta a la foto o videos compartidos.
- **YOUTUBE:** es el segundo motor de búsqueda más grande del mundo, así como uno de los más utilizados para buscar y ver videos que cubren una amplia gama de temas.
- **PINTEREST:** es un sitio enfocado visualmente para compartir ideas y productos creativos.
- **TIKTOK:** es una plataforma de redes sociales para crear, compartir y descubrir videos de hasta 60 segundos de duración. Es una plataforma utilizada especialmente por los jóvenes para expresarse a través del canto, el baile, la comedia y la sincronización de labios.

○ REDES DE BLOGS SOCIALES

Estas redes sociales permiten a las personas **compartir información** sobre **noticias, eventos y temas oportunos o relevantes**. También abordan temas que son importantes para su público objetivo. Los blogs sociales te permiten compartir información en tiempo real, una característica que tienen en común con las redes sociales. Las redes de blogs sociales son uno de los tipos más singulares de redes sociales porque requieren la creación de contenido constante para publicar y la participación de un usuario regular que requiere más trabajo que otras plataformas sociales.

Dos ejemplos de redes de blogs sociales son:

- **TUMBLR:** es una herramienta virtual de blogging y microblogging que permite a los usuarios compartir contenido de texto corto con elementos multimedia como enlaces, imágenes, citas, dibujos, etc.
- **TELEGRAM: Además de una** aplicación de mensajería, Telegram es una de las herramientas emergentes para crear canales públicos o privados donde



se puede transmitir audio / video en vivo y texto sobre una amplia gama de temas.

- **MEDIUM:** es una plataforma de blogs creada por los cofundadores de Twitter, con la misma estructura pero donde se comparten ideas e historias sin límite de personajes y no solo para amigos, aunque el acceso sea solo por invitación.
- **WORDPRESS:** es un sistema de gestión de contenido de código abierto que facilita la creación y administración de un sitio web o un blog que cubre una amplia gama de temas utilizados por quien quiera mantener la presencia en línea en la web compartiendo noticias e información.

o REDES DE CONVERSACIÓN

A través de estas plataformas sociales, las personas de todo el mundo tienen la oportunidad de discutir noticias, información y opiniones sobre una amplia gama de temas o problemas, desde finanzas hasta política y noticias divertidas. Las personas ven discusiones de contenido y se unen a ellas para ver lo que las personas están comentando o diciendo. Los ejemplos más conocidos de redes de discusión son:

- **REDDIT:** es un sitio web y foro de noticias sociales donde el contenido es socialmente cuidado y promovido por los miembros del sitio a través de la votación. De hecho, el nombre proviene de las palabras "Lo leí" porque se supone que las personas leen las opiniones, pensamientos, información y experiencias publicadas y proporcionan sus comentarios participando en la discusión.
- **QUORA:** es una plataforma global en línea para hacer preguntas y proporcionar respuestas relacionadas con una amplia gama de temas. El contenido es generado por los usuarios a medida que las personas que utilizan esta plataforma crean, editan y organizan las respuestas.

o REDES DE RESEÑAS DE CLIENTES:

A través de esta categoría de redes sociales, los usuarios pueden encontrar, compartir y revisar información diferente sobre una variedad de productos, **servicios o marcas**. Cuando una empresa tiene críticas positivas en estas redes, sus afirmaciones se vuelven más creíbles porque las revisiones en estas redes significan la prueba social. Estas redes ofrecen un lugar a los usuarios para revisar diferentes tipos de productos y servicios que han utilizado. Las redes de reseñas más famosas son TripAdvisor, Yelp o Zomato.

En pocas palabras, un resumen de la variedad de redes sociales clasificadas *por propósito* se presenta en la siguiente tabla:



PROPÓSITO	TIPO DE REDES SOCIALES	EJEMPLOS
Debatir y discutir un tema y compartir opiniones sobre temas relacionados con Internet	Foros de discusión	Reddit Quora
Ver videos	Plataformas de vídeo	YouTube (en inglés) TikTok Facebook (en inglés) Historias y carretes de Instagram
Formación de comunidades	Plataformas comunitarias	Grupos de Facebook Flojo
Compartir mensajes cortos tanto en privado como en público con una duración de 24 h	Contenido que desaparece	Historias de Instagram Snapchat Historias de Facebook
Escuchar charlas en vivo sobre varios temas	Plataformas de audio	Twitter Spotify (en inglés) Clubhouse
Transmisión de videos en vivo organizados por una sola persona o en forma de conferencias con numerosos oradores	Transmisiones en vivo	YouTube, Salas en vivo de Instagram Facebook en vivo TikTok Tic
Colaboración con profesionales	Plataformas de negocio	LinkedIn (en inglés) Twitter
Buscar información e inspiración para una amplia gama de cosas (compras, viajes, deportes, comida, clima, etc.).	Plataformas inspiradoras	Pinterest, YouTube (en inglés) Instagram (en inglés) Blogs
Difusión de noticias e información	Plataformas informativas	Telegram

2.1.2 ¿Cuáles son los beneficios del uso de las redes sociales?

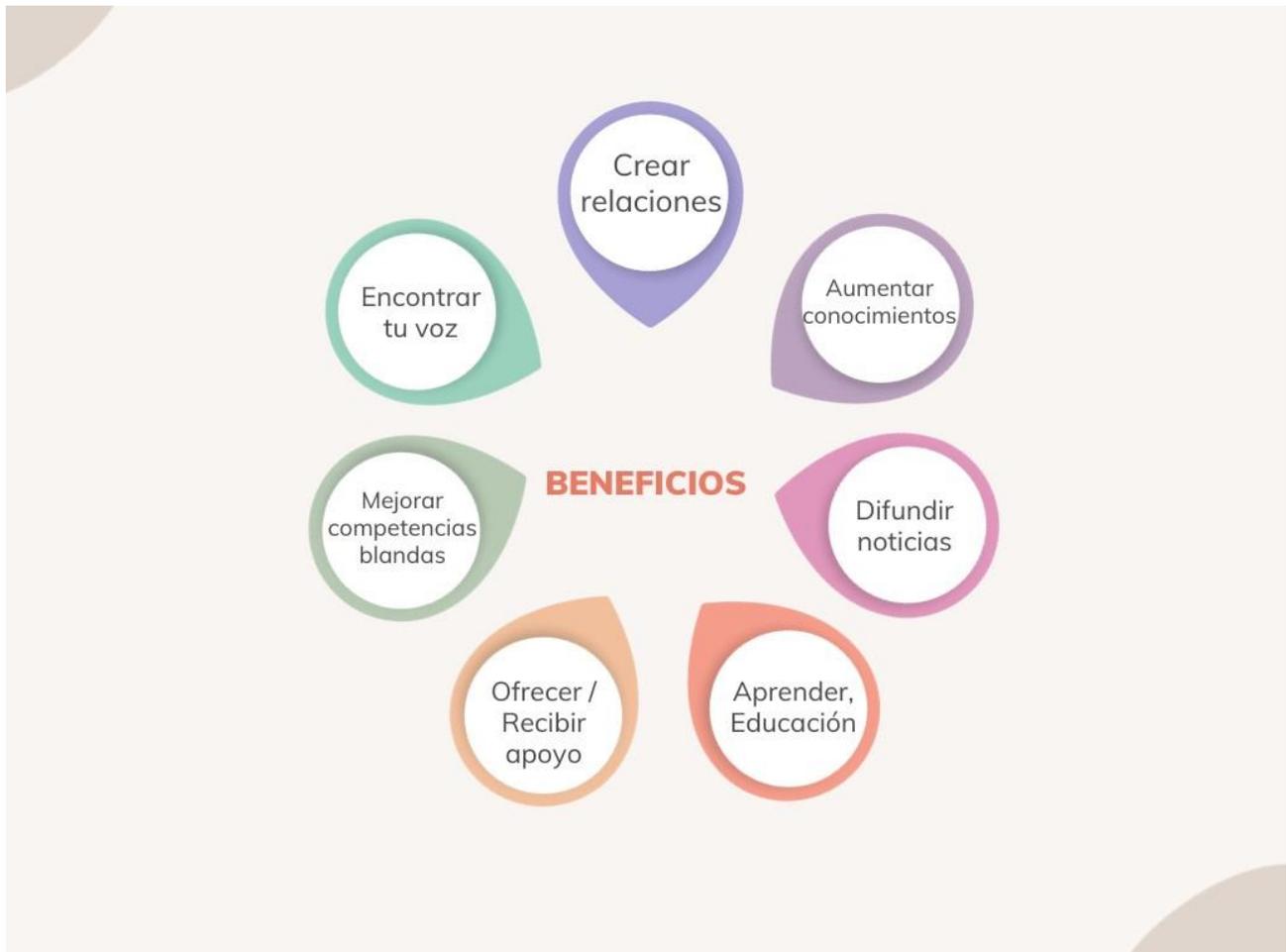
Es innegable que hoy en día todo el mundo está en alguna plataforma de redes sociales, independientemente de su edad, género, antecedentes sociales y culturales o educación y situación laboral. Adolescentes en TikTok, influencers, adultos y pequeñas empresas en Instagram y Facebook, o profesionales en LinkedIn: las redes sociales son

la primera opción que viene a la mente cuando se buscan oportunidades de conexión, así como información en cualquier campo.

En general, las personas usan las redes sociales a nivel personal para mantenerse en contacto con amigos y familiares. Algunas personas usan varias aplicaciones de redes sociales para establecer oportunidades profesionales, encontrar personas en todo el mundo con intereses afines y compartir sus pensamientos, sentimientos, ideas y emociones. Quienes participan en estas actividades forman parte de una red social virtual.

Las redes sociales también son una herramienta indispensable para las empresas que utilizan las plataformas para encontrar e interactuar con los clientes, impulsar las ventas a través de la publicidad y la promoción, evaluar las tendencias de los consumidores y ofrecer servicio o soporte al cliente.

Las redes sociales, si se usan de manera inteligente, pueden traer muchos beneficios. Siendo la mejor forma de contacto directo con el público objetivo, estas plataformas tienen todas las credenciales para mejorar la vida de cualquier persona.



Creado por TUCEP

Aquí vienen **algunos beneficios de** usar varias redes sociales de manera inteligente:

- **Construir relaciones y mantenerse conectado.** Las redes sociales hacen que sea fácil encontrar grupos de personas de ideas afines o hacer nuevos amigos. Encontrar una comunidad amigable puede ayudarnos a sentirnos valorados y aceptados. Las redes sociales también son una manera fácil de mantener las relaciones existentes con familiares y amigos que están lejos de nosotros, enviando mensajes, compartiendo fotos, haciendo llamadas telefónicas o videollamadas para mantenerse en contacto. En las redes sociales, puede comunicarse con nuevas conexiones y comenzar a desarrollar relaciones con ellas también. Este nivel de conectividad es una ventaja única de los medios digitales.
- **Crecimiento del conocimiento.** Una variedad de temas, antiguos y nuevos, se discuten en las redes sociales. Leer o participar en conversaciones puede traer temas importantes a los que prestar atención y hablar con personas en las que confías. Además, las redes sociales nos dan la oportunidad de unirnos a grupos específicos del sector para participar en discusiones, aprender y crecer.
- **Difusión de noticias.** Las redes sociales son uno de los medios más rápidos para difundir noticias de todo el mundo. Por un lado, esto puede ser abrumador, pero por otro lado nos mantiene informados sobre eventos importantes. Además, las redes sociales brindan la oportunidad para que cualquier persona promueva y difunda rápidamente la noticia de un evento o acontecimiento tanto a nivel local como global.
- **Aprendizaje y educación.** Las redes sociales son un gran lugar para que todas las personas encuentren expertos, profesionales, tutoriales y programas de capacitación para aprender nuevas habilidades y conocimientos, así como para mejorar sus competencias a través de los cursos gratuitos en línea, contenido y seminarios web que se ofrecen en la web. Muchos influencers comparten abiertamente sus conocimientos para ayudar a otros a crecer. También es un espacio ideal para que las empresas publiciten sus servicios y productos.
- **Ofrecer/recibir soporte.** Las redes sociales son una gran herramienta para crear conciencia sobre una causa importante o para apoyar a otros que persiguen proyectos importantes de interés público. En el ámbito privado, las redes sociales son una herramienta para ofrecer y recibir apoyo para el trabajo que está realizando, como iniciar un nuevo negocio o compartir proyectos. También es un medio para encontrar contactos en su campo de interés compartiendo sus conocimientos y habilidades y adquiriendo otros nuevos.
- **Fomentar habilidades blandas como la empatía.** Cuando las personas comparten cosas personales o preocupantes en línea, existe la oportunidad de mostrar empatía apoyando, alentando a otros y mostrando interés en lo que les está sucediendo a través de mensajes y comentarios. Además, observar cómo otros superan circunstancias difíciles puede ser inspirador y ayudarnos a ver las cosas desde una nueva perspectiva.

- o **Encontrar tu voz.** Las redes sociales brindan a personas de todas las edades la oportunidad de desarrollar una plataforma abierta a una amplia audiencia para compartir información, noticias y opiniones. Esto ayuda a las personas a desarrollar confianza en sí mismas, adquirir nuevas habilidades de comunicación y difundir rápidamente mensajes importantes y positivos.

2.1.3 ... ¿Y los riesgos?

La alta accesibilidad, la velocidad de difusión de la información y los bajos costes hacen de las redes sociales el medio de comunicación e información más rápido y de más fácil acceso para todos. La llegada de las nuevas tecnologías para todos y de una red de Internet accesible, de hecho, ha transformado a los usuarios de meros consumidores de contenido a productores activos del mismo: todos pueden crear nuevos contenidos que cualquiera puede editar, compartir y distribuir a voluntad.

Esta es una de las principales razones por las que las redes sociales pueden convertirse en presa fácil de noticias falsas creadas y circuladas por usuarios sin escrúpulos.



Creado por TUCEP

Si bien las redes sociales tienen su lado positivo, como se explicó anteriormente, también hay un lado negativo vinculado a varios **riesgos**, como se indica a continuación:

- **Reducir las habilidades de comunicación cara a cara.** Como la mayoría de las personas usan las redes sociales para comunicarse con los demás, uno de los peores aspectos es que reduce la capacidad de comunicarse cara a cara. Todos usaron las redes sociales para interactuar con los demás y, como resultado, gradualmente pueden dañar su capacidad de interactuar en persona, capacidad que incluye un conjunto de otras habilidades personales. Muchas experiencias muestran que las personas que se comunicaban a través de las redes sociales no aprendieron a interactuar cara a cara y, en consecuencia, la comunicación física se volvió extremadamente difícil para ellos. Según estudios científicos, esto puede aumentar las posibilidades de verse afectado por el trastorno bipolar y otros sufrimientos mentales.
- **Noticias falsas. Las redes sociales** juegan un papel importante en la difusión de noticias falsas, ya que las personas crean fácilmente publicaciones falsas en las redes sociales y las comparten con otros en todo el mundo, difundiéndolas en grupos. Además, la falta de un sistema de verificación hace que sea aún más fácil producir noticias falsas sobre varios temas y publicarlas en las redes sociales. Otras personas también pueden compartirlo y transmitirlo a otras personas y grupos, difundiendo noticias falsas en todo el mundo.
- **La adicción de las personas. Uno de los peores aspectos de las redes sociales** es la capacidad de volverse adicto a ellas, y esto representa un grave riesgo global de las redes sociales. La mayoría de las personas usan tanto las redes sociales que se vuelven adictas a ellas. Están constantemente navegando a través de sus fuentes de noticias y contribuyendo a ellas. La mayoría de las personas navegan constantemente a través de sus fuentes de noticias desarrollando una adicción significativa a ella, independientemente de su edad. La introducción de las redes sociales en la vida de las personas promovió en gran medida su exclusión de la sociedad y del mundo natural. Viviendo como en una burbuja virtual, muchas personas se refugian en las redes sociales para evitar ver lo que está sucediendo en el mundo real que les rodea, pensando que pueden escapar de las consecuencias.
- **Perder el tiempo.** Muchas personas usan las plataformas de redes sociales por varias razones: para relajarse, para fines personales o profesionales. Sin embargo, esta actividad requiere una cierta cantidad de tiempo, teniendo en cuenta que cuando comienzas a navegar o desplazarte por las redes sociales, el tiempo pasa tan rápido que no te das cuenta. Sin demonizar el uso de las redes sociales, está claro que sería muy fácil perder un tiempo valioso en las redes sociales, tiempo que podría dedicarse a actividades más productivas y saludables.
- **Perjudicial para la salud de las personas.** Las redes sociales también dañan la salud de las personas. El uso excesivo de las plataformas de redes sociales se ha

relacionado con una serie de problemas de salud en las personas. Las personas se vuelven sedentarias debido al uso constante de las plataformas de redes sociales a todas horas del día y de la noche. Esto fomenta un aumento de la obesidad, ya que cada vez más usuarios de redes sociales prefieren pasar tiempo frente a dispositivos móviles en lugar de caminar afuera o participar en actividades físicas y juegos. Esto causa una serie de problemas en su rutina diaria de salud y los expone a diversos trastornos dañinos.

- **Depresión y soledad.** Las personas que pasan demasiado tiempo en las redes sociales a menudo se deprimen y se sienten solas. De hecho, especialmente desde la pandemia de Covid-19, las redes sociales se han convertido en la principal herramienta para la comunicación interpersonal, fomentando la soledad. A veces creemos que tenemos una multitud de amigos basados en los seguidores que tenemos en las redes sociales, solo para descubrir que en realidad estamos muy solos.

Además, la cantidad de tiempo que pasamos frente a los dispositivos tiene un impacto significativo en nuestro cerebro: genera no solo depresión sino también otros síntomas de mala salud mental, desde ansiedad e insomnio hasta estrés crónico y falta de autoestima.

2.1.4 Redes sociales y noticias

Para poder detectar noticias falsas en las redes sociales, es importante conocer el significado del concepto de **"noticias"** e identificar qué puede hacerlas populares.

Potencialmente, cualquier evento puede ser noticia y se convierte en noticia cuando atrae el interés del público: por lo tanto, podemos decir que lo **que hace que un evento sea noticia es su relación con la audiencia.**

En este punto, surge la pregunta: ¿cuáles son las características que hacen que las noticias sean interesantes y, por lo tanto, populares a los ojos del público?

Existen **criterios**, llamados 'valores de noticias', que nos permiten evaluar la capacidad de una noticia para captar el interés y la curiosidad del lector/oyente. Veamos algunos de estos criterios:

- **ALGO NUEVO:** si un evento se repite con cierta frecuencia y las mismas características, para que ya no sea nuevo, es poco probable que capte el interés del público y pierda popularidad.
- **Eventos ACTUALES** que han sucedido o han sido descubiertos recientemente lo suficiente como para crear la curiosidad de los lectores. Es un concepto importante en el que también se basa la competitividad de un producto editorial/mediático.

- CERCANÍA: cuanto más cerca esté un evento de los lectores (en términos de geografía, psicología, cultura, etc.), más probable es que atraiga la atención del público y se vuelva potencialmente popular.
- TAMAÑO: cuanto mayor sea el tamaño del evento, más efecto puede tener en la audiencia de lectores / espectadores
- DRAMATICIDAD: las noticias que evocan emociones o impresiones fuertes crean la curiosidad del público mucho más que las noticias aburridas.
- CONSECUENCIAS PRÁCTICAS: las noticias que tienen un impacto directo en la vida cotidiana de las personas son potencialmente más populares que las noticias que no tienen relación con la vida cotidiana (por ejemplo, aumento en el costo de vida, nuevas regulaciones que provocan cambios en la vida de las personas, crisis económicas).

Hoy en día, las redes sociales juegan un papel clave en la difusión de noticias. De hecho, uno de los aspectos más característicos de la sociedad actual **es la velocidad, y** esto también es cierto en el campo de la información: las redes sociales se han vuelto tan populares porque las noticias que proporcionan se difunden tan rápidamente, se actualizan constantemente y son una herramienta perfecta para mantenerse al día con lo que sucede en todas partes del mundo.

Aunque las redes sociales han provocado cambios positivos, no debemos subestimar las consecuencias negativas. La difusión rápida e inmediata de información no es solo para el contenido que se considera "válido" o "verdadero", sino también para las noticias falsas que hacen que las personas caigan en la trampa de la desinformación.

Una gran cantidad de noticias falsas circulan en las redes sociales y, aunque no todas son intencionales, para otros, se crean artículos con títulos inventados o atractivos para captar el interés del usuario por hacer clic y abrir el enlace (fenómeno click-baiting), generando así audiencia y ganando visibilidad.

Por lo tanto, podemos afirmar que el advenimiento de las redes sociales en relación con la información es un arma de doble filo.

La ventaja y desventaja de la circulación de noticias en las redes sociales es su principal característica, a saber, **la desintermediación**. La información se publica y comparte en la web en tiempo real y sin ningún filtro o control, ya que cada usuario de Internet puede ser potencialmente un productor de contenido.

Esta libertad para producir contenido a través de las redes sociales hace que las personas se sientan libres de expresar sus pensamientos, opiniones, valores y estados de ánimo sin tener que sufrir consecuencias. Esto lleva a las personas a informarse muy a la ligera y creer que tienen una opinión muy válida sobre un tema determinado del que en realidad no saben nada, simplemente porque han leído artículos en las redes sociales.

Entonces, ¿en qué se basa la credibilidad de una noticia que circula en las redes sociales?

La **credibilidad** y fiabilidad de un editor de contenidos online no viene dada por sus habilidades o experiencia como editor o como profesional en el campo al que se refiere la noticia, sino por su visibilidad construida a través de su capacidad para generar curiosidad en potenciales lectores.

Lo que hace difícil verificar si una noticia en las redes sociales es confiable y proviene de una fuente creíble, es la gran libertad de expresión que permite que se produzca una gran cantidad de contenido en la web.

Además, a diferencia de las noticias publicadas en los periódicos tradicionales, la información que circula en la Web y las redes sociales no está obligada a seguir la deontología periodística y ni siquiera está controlada por los sistemas de verificación de fuentes.

Todo esto corrobora la afirmación del poeta y académico estadounidense, Charles Simic, quien definió el período histórico en el que vivimos como 'la Era de la Ignorancia'³ donde *estamos rodeados de desinformación transmitida a través de herramientas como la web y las redes sociales*.

2.1.5 Cómo identificar una noticia falsa que circula en las redes sociales

Como se ha ilustrado hasta ahora, es indiscutible que las noticias falsas encuentran un terreno fértil en las redes sociales por una serie de razones mencionadas en los párrafos anteriores. Según el 'Router Institute Digital news report 2021' de la Universidad de Oxford,⁴ que encuestó a alrededor de 46 países, la credibilidad de las noticias leídas en las redes sociales sigue siendo alta, y Facebook ha sido reconocido como el principal productor de noticias falsas en las redes sociales.

Aunque la mayoría de las personas afirman saber qué son las noticias falsas y muchos piensan que son capaces de distinguirlas de las noticias reales, surge la pregunta de por qué el fenómeno de la desinformación sigue siendo generalizado.

La respuesta está en el hecho de que las personas confían demasiado en sus propias habilidades, pero en realidad no todos pueden reconocer la información verdadera de la información falsa que circula en las redes sociales.

Entonces, ¿cómo podemos reconocer las noticias falsas que circulan en las redes sociales?

Dado que las redes sociales son una plataforma pública donde cualquiera puede publicar cualquier cosa sin ser responsable de la verificación de hechos, depende de los usuarios distinguir la desinformación de la desinformación. **Lo que hace que la**

³ La era de la ignorancia, 2012, Charles Simic, New York Review of Books

⁴ https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf



información errónea sea diferente de la desinformación es la intención de la persona o el canal que la comparte.

INFORMACIÓN ERRÓNEA	DESINFORMACIÓN
<p>La información errónea es información falsa o inexacta. Se clasifica como "contenido falso o engañoso, incluidos engaños, teorías de conspiración, noticias fabricadas, titulares de clics e incluso sátira". La desinformación NO TIENE el propósito deliberado de engañar. En cambio, tiene el propósito de moldear o cambiar la opinión pública sobre un tema determinado.</p>	<p>La desinformación es información falsa que TIENE el propósito deliberado de engañar al equivocarse intencionalmente con los hechos. Se puede difundir utilizando muchas de las mismas tácticas que la desinformación: engaños, cebo de clics, noticias inventadas. La desinformación se crea para engañar.</p>

Hay varias razones por las que las cuentas de redes sociales de individuos o incluso empresas pueden difundir información errónea. Podría ser para aumentar la efectividad del marketing en redes sociales, aumentar el tráfico en línea, aumentar los seguidores de la página o empresa, provocar una reacción emocional o crear una distracción.

La desinformación puede ser peligrosa en las redes sociales porque la enorme cantidad de información y la longitud del umbral de atención de los lectores permite que los creadores de noticias falsas tengan el control.

Si desea ser más alfabetizado en medios y poder identificar noticias falsas, hay preguntas que puede hacerse, tales como:

- ✓ ¿La cuenta que compartió la publicación tiene intereses emocionales o profesionales en estas afirmaciones?
- ✓ ¿En qué dice centrarse el contenido?
- ✓ ¿Es razonable la información?
- ✓ ¿Es confiable o menciona fuentes confiables?
- ✓ ¿Por qué es importante la noticia para el propietario de la cuenta que la compartió?

2.2. NOTICIAS FALSAS POPULARES EN REDES SOCIALES

Las redes sociales y las nuevas formas de relación asociadas a ellas se han convertido en el principal espacio para intercambiar información, opiniones, establecer relaciones, pero también para trabajar y aprender. A través de las plataformas digitales, la información es creada y circulada por cualquier persona, las relaciones privadas y

públicas se transforman, y los fenómenos sociales y políticos son influenciados predominantemente.

Al mismo tiempo, estas herramientas han manifestado su poder en la transmisión de información y noticias de interés general, y en la información de hechos de relevancia pública con extraordinaria rapidez.

Con el tiempo, todo esto ha facilitado la proliferación de noticias falsas populares en diferentes campos y esferas de la vida pública y privada.

2.2.1 Campos más populares

¿Cuáles son los campos donde las noticias falsas son más frecuentes y, en consecuencia, populares?

Sobre la base del informe nacional elaborado a nivel transnacional por las organizaciones asociadas a MCRE, centrado en el análisis de noticias falsas en seis países de la UE (Rumanía, Italia, Chipre, Polonia, Portugal, España), se descubrió que los principales campos donde circulan las noticias falsas son los siguientes:

- Política y gobierno
- Salud
- Medio ambiente
- Economía y Negocios
- Entretenimiento y deporte.

2.2.2 Algunos ejemplos

El flujo continuo de información compartida en tiempo real ha convertido a las redes sociales en un elemento fundamental de nuestra sociedad y un medio de información sobre la actualidad nacional e internacional. Gracias a la multitud de plataformas sociales disponibles, todos tienen la oportunidad de mantenerse constantemente actualizados en tiempo real sobre noticias y tendencias en eventos políticos a través de contenido de todo tipo, como artículos, publicaciones, videos, transmisiones en vivo, tweets y mensajes compartidos por ciudadanos privados, periodistas e instituciones gubernamentales. Todo esto nos permite monitorear la situación en el campo y los posibles desarrollos políticos.

En el campo de la **política**, hay innumerables ejemplos de noticias falsas que circulan en momentos históricos y cruciales tanto a nivel local / nacional como global.

Guerra Rusia-Ucrania

Definitivamente, el ejemplo más actual se refiere al papel de las redes sociales en **el conflicto Rusia-Ucrania**: es el primero que presencian no solo los medios tradicionales,

sino también las redes sociales, que tienen una comunicación horizontal y multidireccional, donde los gobiernos y los organismos dialogan con la población y simultáneamente los ciudadanos dialogan con ellos.

Desde el comienzo de la guerra, las redes sociales se han convertido en un medio de comunicación e información, y propaganda política en el conflicto entre Rusia y Ucrania. La noticia conmocionó al mundo y, con razón, monopolizó los titulares en periódicos, medios impresos y plataformas digitales.

El flujo de información ya no se configura como en el pasado exclusivamente a través de los medios tradicionales (como la televisión, los periódicos o la radio): ya no solo hay fotos tomadas por fotorreporteros o videos de reporteros en las áreas donde tiene lugar la guerra, sino que cada persona que está dentro del conflicto puede documentar lo que está sucediendo simplemente a través de su teléfono inteligente y luego compartirlo con el resto del mundo a través de Internet.

De hecho, plataformas como Twitter, Instagram, TikTok y Telegram se utilizan para contar la historia y la experiencia en primera persona de la guerra. A veces sucede que los ciudadanos comparten las noticias incluso antes de que los medios lleguen directamente a la escena, para proporcionar los hechos aún más en tiempo real.

Esta característica representa **un riesgo para la confiabilidad de las noticias que circulan en las redes sociales**: por un lado, la comprensión de la guerra, y lo que está sucediendo, se ve facilitada por las redes sociales; por otro lado, al ser una herramienta en manos de cualquier persona, **puede ser objeto de propaganda y manipulación, así como de desinformación involuntaria**.

De hecho, la información, tanto verdadera como falsa, se difunde a través de plataformas digitales mucho más rápido y los eventos se filman en tiempo real.

La guerra en Ucrania representa el momento en que TikTok se convirtió, por primera vez, en una red social líder en la configuración del discurso y la opinión pública. Esto generó un flujo de contenido que se compartió y se volvió viral, gran parte de él incluso sin verificar. Es un caos en el que todo aparece descontextualizado y es difícil distinguir entre ficción y realidad. Sin embargo, así es como se estructura TikTok: un flujo interminable de vídeos cortos, pegadizos pero no especialmente editados, donde no solo aparece contenido de los perfiles que uno ha decidido seguir, sino todo aquello que el algoritmo de la plataforma identifica como interesante para el usuario.

Elecciones presidenciales de Estados Unidos de 2016

Las elecciones presidenciales estadounidenses de 2016 han documentado bien el impacto de la capacidad de difundir información falsa a través de las plataformas sociales. Este fenómeno aprovecha el poder de las redes sociales, permitiendo a cualquiera llegar a una audiencia de millones con contenido no verificado o verificado.

Cuando se trata de encontrar noticias de última hora, Twitter es el primer lugar que viene a la mente: esta red social fue, de hecho, criticada por su papel en las elecciones presidenciales estadounidenses de 2016. Un estudio realizado por investigadores de la Universidad de Oxford⁵ afirma que Twitter estaba lleno de contenido polarizador y conspirativo durante las elecciones presidenciales de 2016. El contenido incluía enlaces de Rusia, WikiLeaks y fuentes de noticias basura. El contenido utilizó información engañosa para influir en la comprensión de los lectores de los problemas públicos mediante una retórica divisiva e inflamatoria.

Aunque los usuarios de las redes sociales compartieron mucho contenido político, la cantidad de noticias políticas e información escrita por profesionales fue consistentemente menor que la cantidad de noticias extremistas, sensacionalistas, conspirativas, falsas y otras formas de noticias basura.

Como resultado, las noticias falsas circuladas crearon una desorientación considerable entre los lectores que fueron presionados a respetar u odiar a un candidato sobre otro sobre la base de apelaciones a menudo emocionales.

Covid-19

Durante la pandemia de Covid-19, el uso de las redes sociales como medio para encontrar noticias aumentó considerablemente. Un gran porcentaje de la población buscó información sobre la pandemia a través de Instagram, Facebook y Twitter. La gente tenía la urgencia de entender lo que estaba sucediendo en el tiempo irreal que estaban experimentando y sentía la necesidad de mantenerse al día. Sin embargo, al no poder evaluar si las noticias que circulaban en las redes sociales provenían de fuentes autorizadas y confiables, fueron víctimas de las noticias falsas y las teorías de conspiración que habían encontrado un terreno fértil en las muchas plataformas sociales.

La difusión de desinformación y desinformación sobre la COVID-19 tiene repercusiones muy graves, poniendo en riesgo la salud pública y afectando directamente la vida de las personas.

Las noticias falsas que han estado circulando desde el inicio de la pandemia, que representan un grave peligro para la salud de las personas, están dirigidas esencialmente a:

- promover productos y servicios falsos (por ejemplo, pruebas y vacunas falsas contra la COVID-19)
- fomentar una falsa sensación de seguridad (por ejemplo, información engañosa sobre los tratamientos)

⁵ <https://www.courthousenews.com/wp-content/uploads/2017/11/social-media-report.pdf> "Redes sociales, noticias e información política durante las elecciones estadounidenses: ¿se concentró el contenido polarizado en los estados indecisos?" - 28.09.2017

- o crear sospechas y generando dudas sobre las directrices y fuentes oficiales.

2.3. EL USO CRÍTICO DE LAS REDES SOCIALES PARA EVITAR LA DIFUSIÓN DE NOTICIAS FALSAS

La posibilidad que ofrecen las redes sociales de sentirse parte activa del ecosistema de la información amplía la responsabilidad de los usuarios individuales y su comportamiento "social". Se pide a los usuarios que hagan un "uso crítico" de las redes sociales evitando difundir, sin control personal, contenidos y mensajes de mala calidad y credibilidad. Esto es para proteger tanto la credibilidad del usuario como, más generalmente, la credibilidad del sistema de información.

Lo que decimos, las publicaciones que nos gustan y el contenido que compartimos se convierten en parte del flujo de información de nuestros contactos. Cada uno de nosotros somos "medios" y debemos sentir la responsabilidad de nuestras acciones y elecciones en estos entornos digitales. Ser plenamente conscientes de nuestro comportamiento en línea puede hacernos mejores juntos y contribuir positiva y constructivamente al ecosistema de la información.

Valigia Blu (Comunidad de información italiana), publicación del 20/10/2016

Como el mundo digital y virtual actual nos ofrece la oportunidad de participar, difundir y crear contenidos activamente, es importante adquirir los conocimientos, actitudes y habilidades para reconocer cuándo y qué información se necesita, dónde y cómo obtenerla, cómo evaluarla críticamente y, sobre todo, cómo usarla éticamente. Este conjunto de conocimientos y habilidades se denomina **alfabetización mediática e informacional**, definida por la UNESCO⁶.

Como se ha discutido ampliamente anteriormente, hoy en día estamos abrumados por una multitud de noticias: algunas verdaderas, otras falsas, algunas incorrectas. Además de desarrollar habilidades como el pensamiento crítico, podemos aprender a distinguir qué noticias son verdaderas a través de la práctica: esto significa no estar satisfecho con lo que parece, sino hacer preguntas, leer cuidadosamente y buscar evidencia para apoyar lo que estamos leyendo.

Todas las personas que usan las redes sociales tienen un papel importante en la prevención de la propagación de noticias falsas, asegurándose de que algo sea confiable antes de compartirlo. Entonces, ¿qué podemos hacer para reconocer el contenido falso en línea? ¿Cuándo es necesario verificar dos veces antes de compartir algo en línea?

No debemos ir tan lejos como para desacreditar todo lo que llega a través de las redes sociales, pero necesitamos adoptar **comportamientos y desarrollar habilidades que**

⁶ <https://www.unesco.org/en/media-information-literacy>

nos permitan hacer una evaluación adecuada de las noticias que hemos encontrado, como se explica a continuación.

Cuando te encuentres con una noticia que circula por la web a través de las redes sociales, primero debes hacerte algunas preguntas antes de compartir o reenviar la publicación o el artículo, de la siguiente manera:

¿Me aseguré de la fuente? ¿Es un tema candente o controvertido? ¿Alguien que lea mi publicación basaría una decisión importante en lo que estoy compartiendo? ¿Parece "demasiado bueno para ser verdad"?

Para facilitar el análisis de una noticia que circula en la web, podría ser útil considerar las siguientes cinco preguntas:

¿QUÉ tipo de contenido falso?

Antes de creer o compartir algo, es importante identificar si es contenido verdadero o falso. Entre los diferentes tipos de información falsa que se difunden, los más relevantes son:

Bulos y noticias falsas: Se trata de noticias que se difunden con la intención de engañar a la gente. Las razones por las que se difunde esta noticia pueden ser varias: razones políticas, razones ideológicas, intenciones maliciosas de hacer que las personas famosas se vean mal, ganancias financieras, etc. Un engaño se convierte en "medios" cuando es difundido y amplificado por los medios de comunicación, ya sea intencionalmente o no, debido a una verificación insuficiente de las fuentes de las noticias.

Estafas: Hay noticias o publicaciones que tienen como objetivo "robar" su información personal o hacer que haga clic en un enlace que descargará malware en su computadora.

Anuncios: A veces hay anuncios falsos que se disfrazan de contenido real que pueden engañar al lector.

¿QUIÉN está difundiendo esta noticia?

Es más probable que los adultos confíen en el contenido de una historia si ha sido compartida por una persona en la que confían, así que siempre identifique a la persona que la publicó. Si la persona que compartió la noticia no ha indicado la fuente, búsquela y no asuma que la fuente es un periódico, una red de televisión o un sitio de noticias en línea.

Una vez que haya identificado la fuente, averigüe quién es el autor y por qué podría considerarse una fuente válida para las noticias que está difundiendo. En función del tipo de fuente, puede realizar las siguientes comprobaciones:

- Sitio web: compruebe si la dirección web dada existe o no.
- Artículo científico o de salud: haga una búsqueda en el nombre del autor para ver qué aparece.

- Foto / artículo sobre algo que sucede en un lugar determinado: verifique si ya se han publicado otras noticias / fotos sobre este evento.

¿POR QUÉ se difunde la noticia?

Es importante identificar la razón por la que se da una noticia: recuerde que las noticias o titulares sensacionalistas o extravagantes a menudo disfrazan noticias falsas. Es necesario investigar por medio de preguntas orientadoras, tales como:

¿Quiere hacerme reír? ¿Asustar? ¿Hacerme enojar? ¿Utiliza palabras o imágenes cargadas emocionalmente para provocar una emoción en mí?

Además, ten en cuenta que algunas fuentes de noticias falsas proponen historias con la intención de hacerte esperar que sea verdad para inducirte a hacer clic y difundirlas: así que ten cuidado con las historias que te gusta creer.

¿CUÁNDO comenzó a difundirse la noticia?

Muchas noticias se publican más de una vez: puede buscar la historia para ver si se ha publicado antes. En el caso de una foto, puede buscar con la descripción de la foto para ver si aparece algo publicado anteriormente.

Otra señal a tener en cuenta al evaluar la fiabilidad de la noticia es cuánto tiempo ha estado activa la cuenta de la persona que publica la noticia. Si una cuenta parece ser nueva o ha comenzado a publicar recientemente sin historial, presta atención.

¿DÓNDE puedo averiguar si es algo real?

En la web, hay métodos para entender si una noticia es real o no:

- ✓ Para la verificación de noticias en línea, es posible consultar sitios especiales que monitorean la exactitud de hechos como www.factcheck.org www.snopes.com www.poynter.org www.PolitiFact.com (a nivel internacional) y otros sitios similares a nivel nacional.
- ✓ Para las imágenes, puede realizar una búsqueda inversa en TinEye (www.tineye.com) donde encontrará información sobre dónde apareció la imagen y también mostrará imágenes similares para determinar si una imagen ha sido modificada.

En pocas palabras, sin tener que convertirse necesariamente en un "evaluador" o "verificador de hechos", puede seguir consejos útiles para detectar si lo que está leyendo puede ser inexacto, incorrecto o incluso falso.

3. LECTURAS ADICIONALES

Qué son las redes sociales en inglés simple - Creado por Rapid Learning Life

<https://www.youtube.com/watch?v=jQ8J3IHhn8A>

Redes sociales, explicadas para principiantes con consejos, historia, aprendizaje, recursos

<https://www.youtube.com/watch?v=ItoTvKPhgFk>

Las 10 plataformas de redes sociales más populares en 2023

<https://www.shopify.com/blog/most-popular-social-media-platforms#:~:text=The%20latest%20statistics%20show%20that,are%20active%20users%20of%20Facebook>

"25 ventajas de las redes sociales que es bueno tener en cuenta"

<https://www.youtube.com/watch?v=3zQtfnCdcNw>

¿Cuáles son los peligros de compartir en exceso en las redes sociales?

<https://www.youtube.com/watch?v=e2xm5fc5MQk>

"Fuente creíble: cinco consejos para determinar si tu fuente es creíble"

<https://www.youtube.com/watch?v=tdcmjPR7Ntw>

4. BIBLIOGRAFÍA

"Las redes sociales más populares en todo el mundo a partir de enero de 2022, clasificadas por número de usuarios activos mensuales" - <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

<https://www.digitalvidya.com/blog/types-of-social-media/>

<https://www.webfx.com/blog/social-media/types-of-social-media/#:~:text=Reddit%20is%20a%20popular%20discussion,communities%20covers%20a%20different%20topic>

<https://giustocontatto.it/quando-un-tuo-evento-diventa-una-notizia/>

<https://www.culturedigitali.org/i-social-media-in-guerra-tra-informazione-e-disinformazione/>

<https://www.agendadigitale.eu/cultura-digitale/guerra-il-ruolo-centrale-di-tiktok-per-informazione-e-fake-news/>

<https://www.jumpstartmag.com/top-fake-news-stories-on-social-media/>

Parkinson, H. J. Haga clic y elija: cómo las noticias falsas ayudaron a Donald Trump a ganar una elección real. El guardián (2016)

<https://www.europol.europa.eu/covid-19/covid-19-fake-news>

<https://www.indypl.org/blog/for-adults/fake-news>

<https://www.factcheck.org/2016/11/how-to-spot-fake-news/> ¿Cómo detectar noticias falsas?, Eugene Kiely, Lori Robertson, publicado el noviembre 18, 2016

https://mediasmarts.ca/sites/mediasmarts/files/tip-sheet/tipsheet_false_content.pdf