AYUNTAMIENTO DE MAIRENA DEL ALJARAFE

Curso 2020/2021

MEDIOS Y REDES SOCIALES EN LAS FAKE NEWS: UN MUNDO HIPERCONECTADO





MEDIOS Y REDES SOCIALES

Las redes sociales

Nueva dimensión de los medios de comunicación tradicionales

Prensa escrita

Radio

Televisión

Redes sociales

Nuevo vehículo de... ¿información ciudadana?



Circulación de bulos y Fake News



MEDIOS Y REDES SOCIALES



Redes sociales: surgimiento y evolución

FN

La red social

Definición → *"aquella relación que se establece entre diferentes personas u organizaciones, y que pertenecen a un determinado grupo (ya sea familiar, personal, profesional, académico,...)"*

Origen → Extensión de Internet y auge de las nuevas tecnologías

Permite conectar a personas y empresas a kilómetros de distancia sin importar la presencia física



→

Fake News y Redes sociales



Proliferación de bulos

Problemas generados en el público

Estafa

Desinformación

Inseguridad

Identidades falsas en la red

MEDIOS Y REDES SOCIALES



Multiplicidad y tipos de redes sociales

MULTIPLICIDAD Y TIPOS DE REDES SOCIALES

Tipos de redes sociales (I)

Horizontales

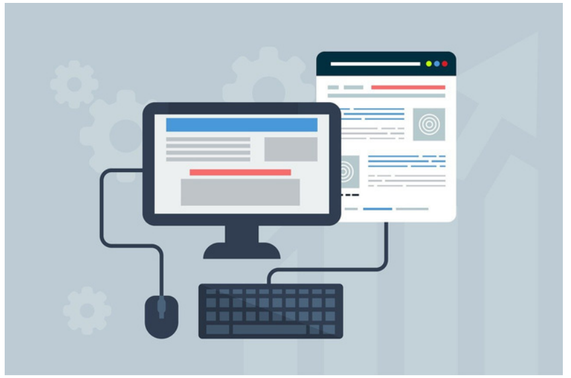
Aquellas redes sociales que ofrecen herramientas básicas para una interrelación entre los individuos que se adhieren a ella.

Verticales

Cuando hablamos de redes sociales verticales, nos dirigimos a aquellas redes cuyo ámbito de actuación es en un campo determinado.

Humanas

Unión de varias personas donde se promueven interacciones atendiendo a diferentes criterios como el lugar de procedencia, los gustos de esa persona,...



Tipos de redes sociales (II)

Humanas

Unión de varias personas donde se promueven interacciones atendiendo a diferentes criterios como el lugar de procedencia, los gustos de esa persona,...

De contenido

Aquellas redes sociales que consisten en la publicación de información más especializada en un tema concreto

Sedentarias

Aquellas redes que modifican su información dependiendo de las publicaciones que se realizan

Nómadas

Aquellas redes sociales que tienen una temática más personal, y que sirven, entre otras funciones, para conocer gente o buscar pareja

MULTIPLICIDAD Y TIPOS DE REDES SOCIALES

Redes sociales verticales

Cuando hablamos de redes sociales verticales, nos dirigimos a aquellas redes cuyo ámbito de actuación es en un campo determinado.

Tipos

- Según usuario
- Según actividad
- Profesionales
- De ocio
- Mixtas (profesionales + de ocio)



MEDIOS Y REDES SOCIALES



Aplicación de las Fake News en las redes sociales

APLICACIÓN DE LAS FAKE NEWS EN REDES SOCIALES

Fake News y redes sociales





Dos conceptos conectados en la práctica

Multiplicación de redes sociales → Saturación de información para el usuario o usuaria

Estrategias para crear Fake News en las redes sociales

- Manipulación de los hechos
- Utilización de material audiovisual antiguo con apariencia de actualidad (deepfakes, viralización)



APLICACIÓN DE LAS FAKE NEWS EN REDES SOCIALES

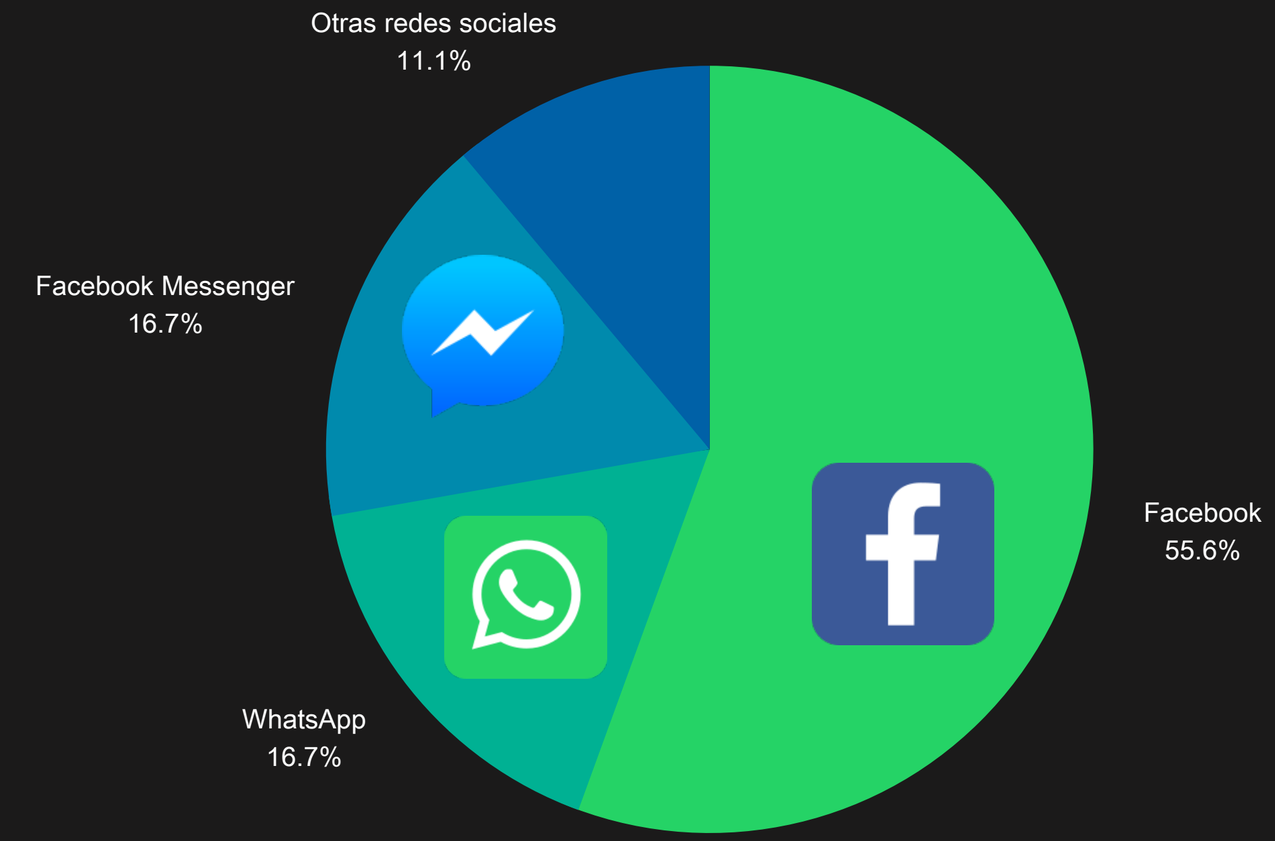
Consumo de las redes sociales

Más de 4.500 millones de personas consumen redes sociales

INFORMACIÓN

ENTRETENIMIENTO

Consumo de Fake News



Aparición de las Fake News en redes sociales

FN

Principales causas de la aparición



Acceso incontrolado

El usuario o usuaria puede conseguir la información sin tener que pasar ningún tipo de acceso o clave establecida.

Aparición del anonimato

El usuario o usuaria puede publicar contenido sin tener que desvelar su nombre real.

Sobreabundancia de datos

La persona consigue información de un tema en cualquier red social. Por ello, al haber múltiples redes sociales, el público puede tener sobrecarga de datos de un tema.

Regulación legal interactiva

Al no tener una ley que regule su actuación interactiva, las redes sociales son un banco para la publicación de noticias falsas, sea la persona o entidad que sea.



→

MEDIOS Y REDES SOCIALES



Primeros pasos para regular las Fake News

PRIMEROS PASOS
HACIA LA REGULACIÓN

Regulación a las Fake News



Fake News Desinformación

→ Crece con el paso de los años

→ Producida en varios temas de la sociedad

↓ Redes sociales se alimentan de las Fake News

↓ (ejemplo: crisis del coronavirus en España)

→

PRIMEROS PASOS
HACIA LA REGULACIÓN

Primeros pasos de regulación



Tanto gobiernos como empresas → Realizan primeros intentos de regular las Fake News y su creación

Rédito económico → Motivo de nacimiento para las Fake News



VIRALIZACIÓN EN REDES SOCIALES



PRIMEROS PASOS
HACIA LA REGULACIÓN

Regulación en facebook (I)



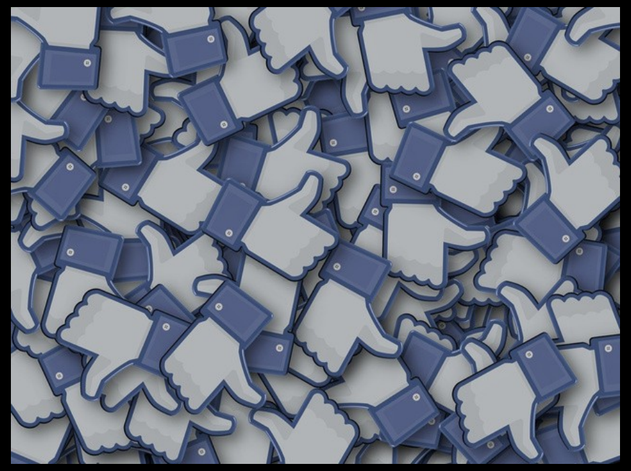


En esta red social se produce un aumento considerable del consumo de las **Fake News** entre sus usuarios y usuarias.

Un estudio realizado por la *ONG Avaaz*, en la que reveló que se obtuvieron **más de 159 millones de visitas** con las 100 noticias falsas más importantes. En este ejemplo, se explica que la interacción fue bastante seguida, con **8,9 millones de interacciones** si sumamos los ‘me gusta, compartir o comentario de la publicación’.

PRIMEROS PASOS
HACIA LA REGULACIÓN

Regulación en facebook (II)





Facebook News

Mostrará aquellas noticias realizadas por periodistas y medios profesionales

Medida contra la desinformación y consumo de Fake News

Fomento del periodismo de calidad

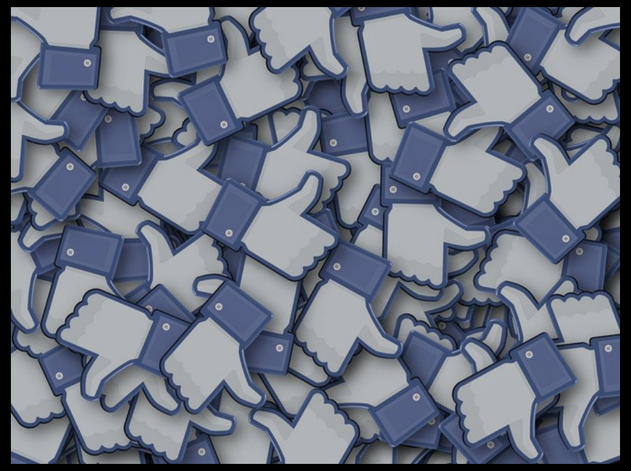
Ventajas

Usuario o usuaria consuma información en medios profesionales y fuentes oficiales

Organización y prioridad de las noticias que el usuario o usuaria quiera leer

PRIMEROS PASOS
HACIA LA REGULACIÓN

Regulación en facebook (III)



Medios que confían en este sistema de Facebook News

- *The Washington Post*
- *Bloomberg*
- *Los Ángeles Times*



Facebook News → Minimiza el riesgo de aparición de Fake News, pero NO lo elimina

PRIMEROS PASOS HACIA LA REGULACIÓN

Regulación en twitter





Twitter → Lleva varios años trabajando el control de las Fake News

Medida reciente → Retweet complejo

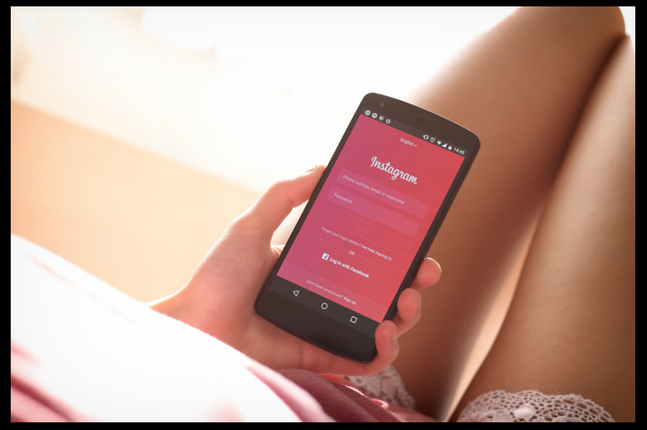
Ejemplo: Restricciones de RT sobre Fake News en las Elecciones de Estados Unidos 2020

La red social revierte cambios con el paso de los meses para controlar el avance de las Fake News

PRIMEROS PASOS
HACIA LA REGULACIÓN

Regulación en Instagram





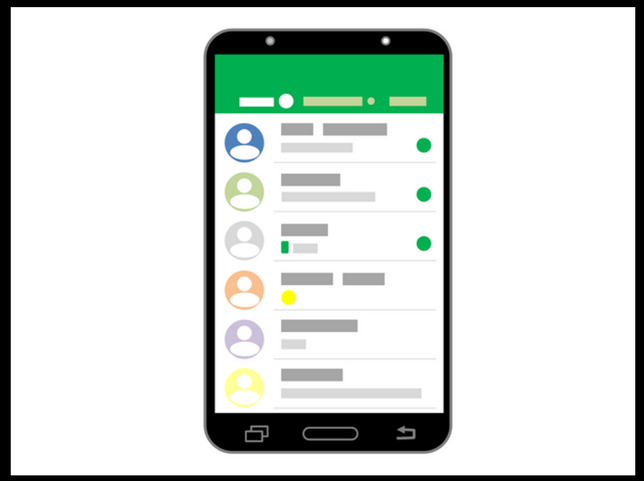
En Instagram, también se han llevado a cabo algunas actuaciones para combatir la desinformación y las ‘Fake News’ dentro de su red social.

En este caso, la red social ha diseñado un sistema donde el usuario puede agregar etiquetas para clasificar el contenido y que no se propague. Unas etiquetas que advertirá al usuario con aquellos contenidos que tengan información falsa.

PRIMEROS PASOS
HACIA LA REGULACIÓN

Regulación en WhatsApp





WhatsApp → Considerada como servicio de mensajería instantánea (no es una red social)

Seis recomendaciones básicas:

- Aprende a identificar los mensajes reenviados
- Ojo con las fotos y los archivos multimedia
- Presta atención a los mensajes que luzcan diferente
- Mantén al margen tus propios prejuicios
- Las noticias falsas suelen viralizarse
- Corroborá la información con otras fuentes

MEDIOS Y REDES SOCIALES



El 'Phishing', una herramienta más sobre Fake News

El Phishing



Fenómeno en constante crecimiento (equiparable al de las 'Fake News')

Poca seguridad en Internet y redes sociales

Definición (según DRAE): *"conjunto de técnicas que persiguen el engaño a una persona, con el objetivo de ganarse su confianza, suplantando la identidad de otra persona o entidad. Todo ello, tiene la finalidad de manipular al receptor y que realice las acciones que le indique dicho emisor (aunque no las quiera realizar)"*

Modo de operar del Phishing



¿Relación con las Fake News? → SÍ

Objetivo → El lector consuma ese producto manipulado

Ejemplos: ofertas de supermercado erróneas o de tiendas de ropa

En Internet → Obligación de clicar para comprar, añadiendo datos personales privados como DNI o número de cuenta bancaria →

PHISHING Y FAKE NEWS

Fases de realización del Phishing



FASE 1

Los estafadores contactan con los usuarios a través del chat, los foros, los correos electrónicos o plataformas de mensajería instantánea como Telegram o WhatsApp.

Los usuarios y usuarias reciben mensajes de ofertas de empleo con una gran rentabilidad y disposición de dinero (denominados scams).

FASE 2

Se realiza el phishing a través de un envío global de correos electrónicos falseando cuentas de entidades bancarias, con el objetivo de solicitar las claves de dicha cuenta corriente.

FASE 3

Los estafadores de phishing retiran importantes cantidades de dinero, que se transfieren a los intermediarios en la operación (denominados muleros).

FASE 4

El intermediario o los intermediarios traspasan ese dinero a las cuentas de los estafadores. Tras realizar la operación, los intermediarios se llevan un porcentaje del dinero sustraído en concepto de comisión.



MEDIOS Y REDES SOCIALES

¡MUCHAS GRACIAS POR SU ATENCIÓN!

Ayuntamiento de Mairena del Aljarafe

Curso 2020/2021