



Facultat de Ciències Humanes
i Socials · FCHS
Departament de Ciències
de la Comunicació

Grado en Periodismo

TRABAJO FINAL DE GRADO

OJO DE PEZ: ABRIR EL PRISMA PARA QUE NO TE LA CUELEN

URL del reportaje: <https://ojodepezz.wixsite.com/site>



[@ojodepezz_](#)



[@OJO DE PEZ](#)



[@ojodepezz](#)



[@OjoDePez | Abrir el prisma para que
no te la cueLEN](#)

Autores del trabajo: Carlos Climent Susierra y Elena Puigvert Romero

Tutor/a del trabajo / Tutor/a del treball: M^a Josep Picó Garcés

Modalidad de trabajo: Línea C3. Reportaje transmedia

Curso: 2021–2022

ÍNDICE:

| | |
|--|----|
| 1.Introducción | 3 |
| 1.1. Tema, enfoque, objetivos, justificación y público objetivo | 3 |
| 1.2. Justificación del nombre del medio (Ojo de pez- Abrir el prisma para que no te la cuelen) | 4 |
| 2. Diseño de la publicación | 4 |
| 2.1. Características básicas del diseño e identidad corporativa (colores, tipografías, etc.) | 4 |
| 2.2. Estructura del medio | 5 |
| 2.3. Explicación y justificación de la organización de los capítulos | 6 |
| 2.4. Plataforma empleada y justificación | 7 |
| 2.5. Elección de redes sociales y justificación | 8 |
| 2.6. Previsión de gastos e ingresos | 11 |
| 3. Contenidos de la publicación | 11 |
| 3.1. Justificación del interés y enfoque de las piezas | 11 |
| 3.2. Fuentes y documentación utilizadas en la elaboración de los contenidos | 13 |
| 3.3. Recursos previstos en las piezas (hipertextuales, multimedia e interactivos) | 13 |
| 3.4. Propuesta de difusión transmedia | 13 |
| 4. Valoración final | 14 |
| 5. Abstract | 16 |
| 6. Anexos | 21 |
| 6.1. Plan de preproducción (reportaje transmedia y redes sociales) | 21 |
| 6.2. Cuadro resumen de las publicaciones del cibermedio | 26 |

| | |
|---|----|
| 6.3. Cuadro resumen de las publicaciones de cada red social empleada | 32 |
| 6.4. Cuadro resumen con las fuentes personales entrevistadas | 39 |
| 6.5. URL carpeta asociada al Drive con los contenidos | 42 |
| 6.6. Cuadro resumen con los diferentes recursos empleados en las piezas (multimedia, hipertextual, interactivo y otros) por capítulos | 42 |
| 6.7. Capturas de pantalla correos mandados de los que no hemos obtenido respuesta o nos han rechazado la entrevista | 48 |
| 6.8. Meme semanal en Twitter (#MdeMeme) | 54 |
| 6.9. Formato videos Youtube | 62 |
| 6.10. @OjoDePez Abrir el prisma para que no te la cuelen. Contenido exclusivo de Spotify | 64 |

1. Introducción

1.1. Tema, enfoque, objetivos, justificación y público objetivo

El tema seleccionado para el Trabajo Final de Grado trata tanto sobre la **información falsa** como sobre las **noticias sacadas de contexto o manipuladas**. Las redes sociales —principalmente— han sido un espacio clave de difusión de *fake news* en los últimos años, y han llegado a cambiar actitudes, pensamientos, decisiones, etc. Cada vez más, la ciudadanía se informa a través de este canal y nosotros, como consumidores, veíamos que había un gran problema. Y no solo con la información como tal, sino con el contexto que se crea, es decir, con el ambiente que genera, pues este tipo de contenidos te hace dudar de casi todo, creando un estado de **crispación frente al periodismo, las redes y la información**.

Este proyecto busca acercar al lector a conocer **qué** son las informaciones falsas, **quién** hay detrás de ellas, **cómo** se construyen en el nuevo ecosistema digital y **cuál** ha sido su desarrollo a lo largo de la historia. **La información falsa no es algo nuevo**, sino que es un fenómeno que se ha visto potenciado por la inmersión de Internet en la vida de las personas.

Por tanto, el objetivo de este reportaje es **concienciar** del peligro que tiene la desinformación y mostrar la facilidad con la que llega a nuestras vidas sin muchas veces darnos cuenta. A lo largo de la historia hemos visto cómo ciertas informaciones se han difundido de forma sesgada o manipulada para acercar el pensamiento de la gente a un ideal concreto o, simplemente, para hacer creer a la sociedad que cierta cosa era de una manera u otra según ciertos intereses.

Además, el reportaje transmedia incluye **herramientas** que ayudan a la detección de este tipo de información. Se pretende, así, **formar y educar** a las personas que consuman este proyecto para frenar la propagación de futuras informaciones falsas.

El **público objetivo** al que nos queremos dirigir con este trabajo serían personas de entre **16 y 55 años**, ya que, según Statista, es el rango de edad que más uso hace de Internet y, por tanto, esto da pie a que consuman información a través de este medio. Hemos querido ampliar el rango de edad hasta los 55 años ya que, como se menciona en el estudio 'Millenials vs Generación X' (2019) realizado por IAB Spain, los nacidos entre 1981 y 1996 (millennials) y los nacidos entre 1965 y 1980

(generación X) usan los medios de comunicación digital de una forma similar. No obstante, los milenials priman las redes sociales para informarse, mientras que la 'generación X' elige la TV como medio de información.

Pese a que el público objetivo son las personas de entre 16 y 55 años, el reportaje va dirigido también a aquellos y aquellas que quieran profundizar en el tema de la desinformación, que estén **preocupadas por este fenómeno** y sus consecuencias y que busquen **alfabetizarse dentro del nuevo prisma informativo** en el que vivimos.

1.2. Justificación del nombre del medio (Ojo de pez- Abrir el prisma para que no te la cuelen)

Cuando elegimos el tema del TFG, la idea era ayudar a detectar *fake news*, conocer qué eran para evitar su propagación y, de alguna manera, que no nos la cuelen. Elegimos el nombre de '**Ojo de Pez**' en referencia a la lente fotográfica, pues creemos que es una buena **metáfora** sobre nuestro trabajo.

Este objetivo se usa para mostrar un ángulo ultra ancho (180° o más) con la intención de crear visiones horizontales y panorámicas, es decir, **ampliar el campo de visión**. Esta lente ayuda a no dejarte nada sin fotografiar, y a tener en foco gran parte de la **perspectiva**. Y, justamente esa, es la principal intención de nuestro reportaje.

2. Diseño de la publicación

2.1. Características básicas del diseño e identidad corporativa (colores, tipografías, etc.)

En cuanto al diseño y la identidad corporativa, decidimos que el color corporativo de Ojo de Pez fuera el **azul**, ya que, por un lado, está asociado a la libertad, **verdad** y seriedad, así como al **desarrollo tecnológico**, conceptos que están directamente relacionados con el proyecto. Por otro lado, el azul está asociado al **mar**, por lo que cuando una persona piensa en un **pez**, le viene a la cabeza este color.

El **logotipo** representa el nombre del proyecto, pues queríamos darle la misma importancia a ambas cosas y ser reconocibles a través de él. Se trata de un ojo con

un pez dentro, todo ello con tonalidades azules y rodeado de nuestro lema: «Abrir el prisma para que no te la cuelen».

Respecto a la **tipografía**, en un inicio pensamos en usar Times New Roman, ya que era la letra más empleada y fue creada bajo demanda para el diario The Times. Sin embargo, con el tiempo y la entrada de los diarios en línea, esta tipografía evolucionó hacia **Georgia**, que es la que, finalmente, hemos seleccionado. Es una fuente seria, con serifa, pero de lectura cómoda y se puede diferenciar bien en todas sus versiones (regular, cursiva y negrita).

Por lo que hace al **tono** y la voz del proyecto, aunque se trata de un tema algo complejo, teórico y técnico, queríamos **adaptar el lenguaje** para que llegase a todo tipo de públicos, sin llegar a ser coloquial, pues el objetivo principal es lograr la alfabetización. Pese a ello, también **hemos adecuado el estilo lingüístico** según el medio empleado (redes sociales, página web...).

2.2. Estructura del medio

El medio se organiza a través de **seis puntos de navegación**. El primero de ellos es el **“Inicio”**. Se trata de la *home* del proyecto, en el que aparece un vídeo con nuestro nombre y lema y desde donde se puede acceder a todas las redes sociales y a cada uno de los capítulos que integran el reportaje.

El segundo punto de navegación es el apartado de **“Entrevistas”**. En él se puede acceder de forma individualizada a una serie de preguntas que hemos querido destacar de cada una de las doce entrevistas realizadas. Además, es posible ir de forma directa a ver la entrevista completa colgada en Youtube o, incluso, reproducirla desde la web. **No es necesario hacer scroll** hasta llegar a la persona entrevistada que se desea, ya que el menú de navegación permite ir directamente con un solo clic en su nombre.

En tercer lugar, encontramos la sección de **“Capítulos”**, el cual contiene el grueso del reportaje. Tiene una estructura similar al apartado de “Entrevistas”, pero la diferencia es que cuando clicas en “Capítulos” te dirige a una página con seis

imágenes que representan cada episodio. Una vez seleccionas uno de ellos, no puedes ir a otro haciendo *scroll*, es decir, son **URL distintas**.

El cuarto bloque es el “**Blog**”, destinado a albergar distintos artículos que aportan **información extra** a los capítulos principales. Por ejemplo, el titulado *Misinformation VS Disinformation* se puede leer de forma independiente, pero también aparece hiperenlazado al capítulo *La cara del poder de la información* para complementar.

El quinto punto es un “**Diccionario**” en el que hemos recogido algunos términos muy comunes al hablar de desinformación y que creemos que son necesarios para **poder comprender el reportaje en su mayoría**. Algunos de estos conceptos son algoritmo, clickbait, posverdad, viralidad, etc.

Por último, encontramos el apartado de “**¿Quiénes somos?**” que consta de tres desplegados. Uno de ellos se titula “**Sobre nosotros...**”, en el que nos presentamos de manera conjunta como equipo. Otro es el “**Conócenos**”, desde el cual es posible acceder a las redes sociales personales de cada uno de nosotros y leer una descripción sobre nuestras aficiones y motivaciones de forma individual. En último lugar, “**Conoce el proyecto**” permite al usuario acceder a las redes sociales del medio así como leer acerca de la temática, los objetivos, el tipo de contenido y el *target* del proyecto.

2.3. Explicación y justificación de la organización de los capítulos

En primer lugar, queremos destacar que aunque los capítulos tienen un **orden de consumo coherente** es posible y están pensados para **leerlos de manera independiente**, es decir, no es necesario acceder al capítulo uno para poder entender el dos, por ejemplo.

Para aquellos usuarios que quieran consumir todo, pensamos un orden para poder seguir. El primer capítulo es el titulado *La desinformación frente al espejo*, que trata sobre **qué** son las informaciones falsas, **cómo** llegan y **trayectoria histórica**. Se trata de un contenido introductorio y de contexto que enriquecerá la lectura de los capítulos posteriores y que servirá como base.

El segundo de los capítulos es ***La psique maneja al títere***. Consta de una **entrevista reportajeada** sobre cómo actúa la mente frente a la información y por qué nos creemos según qué cosas. Este es el segundo porque, después de conocer acerca del concepto, es importante saber por qué triunfan y cómo la mente humana las digiere.

El tercero es ***Guerra de trincheras: Desinformación en la era digital***, donde se expone el impacto del ecosistema digital en la producción, consumo y distribución de la información. Como hemos mencionado anteriormente, el fenómeno de la desinformación no es algo nuevo, por lo que, llegados a este punto de la lectura, es importante mostrar el contexto en el que se ha visto acentuada: **Internet**.

La cara del poder de la información es el cuarto capítulo del reportaje. Una vez hemos acercado el término y su contexto al usuario, es importante que conozca que la desinformación tiene un propósito. Por eso, en este apartado el contenido gira en torno a **qué y quién hay detrás**.

El penúltimo capítulo es el interactivo, titulado ***Radiografía a la desinformación***. Ver un caso real ayuda al lector a percibir cuándo se encuentra ante una información falsa. Por ello, este apartado es una especie de **estudio de casos** en el que la audiencia nos propone sucesos y nosotros los analizamos. Es el quinto capítulo porque consideramos más adecuado que las personas puedan exponer distintos casos una vez han conocido acerca del fenómeno.

El sexto y último episodio es ***Eh, tú, sí, tú: El papel de la ciudadanía frente a la desinformación***. Para cerrar el reportaje era fundamental apelar al ciudadano y aportarle **herramientas de verificación**, pues es una pieza clave en la lucha contra la desinformación.

2.4. Plataforma empleada y justificación

La plataforma escogida para realizar nuestro TFG ha sido **Wix**. Al ser un reportaje transmedia buscábamos una plataforma completa, con diferentes herramientas para poder incorporar contenido interactivo y creativo.

Tras indagar y comparar entre diferentes opciones (Wix, Wordpress.org, Wordpress.com, Squarespace, Blogger...) consideramos que **WordPress.org** nos iba a dar más juego. Se trata de uno de los gestores de contenidos más utilizados, tanto para blogs, foros, webs corporativas, etc., lo cual es algo a tener en cuenta ya que existe mucha información en Internet que nos iba a ser de gran ayuda en caso de dudas o problemas. Sin embargo, una vez comenzamos a utilizarla no nos resultó muy intuitiva y, además, nos dimos cuenta de que **no íbamos a aprovechar todo el potencial** que le diferencia de las otras opciones.

Por ello, decidimos usar Wix, puesto que ya lo habíamos utilizado para otras asignaturas de la carrera y sabíamos que era muy **intuitiva, fácil de personalizar y administrar.**

La plataforma permite darle un toque personal a tu web, pues ofrece una gran **variedad de temas y diseños**, que logran cambiar la apariencia de la página como queramos y en cualquier momento de forma fácil y creativa.

Del mismo modo, como hemos mencionado, la **interactividad** y la **transmedialidad** eran factores esenciales para este reportaje, por lo que buscábamos un creador que fuese compatible con diferentes tipos de medios, es decir, que admitiese archivos multimedia variados (.jpg, .png, .mp3, etc.). En la misma línea, está preparado para que el contenido pueda ser consumido a través de **móviles**, algo importante si tenemos en cuenta que es el principal dispositivo empleado por los usuarios.

Uno de los inconvenientes que presentaba Wix era que no permitía trasladar el contenido a otro servidor, algo que, en un primer momento, nos hizo dudar de si sería una buena opción. No obstante, una vez tuvimos claro cómo queríamos realizar cada capítulo y tras estudiar las posibilidades que ofrecía la plataforma, llegamos a la conclusión de que no íbamos a tener ningún problema.

2.5. Elección de redes sociales y justificación

-Tik Tok: Es la plataforma de moda de los más **jóvenes**. De hecho, [según datos de Statista, el 45% de sus usuarios tienen edades comprendidas entre los 16 y los 24 años](#). Creemos que las próximas generaciones tienen un papel muy importante en

la prevención de la propagación de las *fake news*, por lo que llegar a ellos para concienciar sobre la problemática va a ser muy importante de cara al **futuro**.

Es por esto que, para despertar su interés, va a ser clave dirigirnos a este grupo de edad empleando un lenguaje que les resulte familiar. Es aquí donde entra en juego Tik Tok, una app diseñada para colgar **videos cortos y sencillos**. A través de esta plataforma buscamos darnos a conocer, ofreciendo pequeñas **píldoras que muestren cómo trabajamos** y qué es lo que hacemos con el objetivo de que los jóvenes consumidores de Tik Tok se interesen por nuestro contenido y quieran saber más sobre nosotros. De esta forma, hemos acercado el fenómeno de las fake news de un modo más **atractivo, coloquial y cercano**, buscando, así, aumentar el tráfico de visitas a la web principal.

Para ello, hemos mostrado el **detrás de cámaras** de todo el proceso de elaboración del reportaje. Se trata de vídeos con una duración de aproximadamente **un minuto** y acompañados de **música**. Por ejemplo, en nuestro viaje a Madrid visitamos la redacción de Maldita para entrevistar a Sergio Sangiao, coordinador de Maldito Dato. Grabamos pequeñas píldoras de nuestra llegada y el interior del espacio para crear el vídeo final. Para lograr más visualizaciones, hemos empleado etiquetas con mucho impacto que nos han llevado a las 200 visitas de media.

-Twitter: Twitter es una red social clave para el debate, el conocimiento, y la cultura, pues permite crear hilos que cada vez son más seguidos por los usuarios. Además, esta plataforma ofrece la posibilidad de relacionarte con ellos de una forma más **directa, rápida, personal y cercana**.

Asimismo, alberga internautas de **distintas edades**, lo cual es una ventaja para llegar a un público más amplio. En esta red social hemos compartido, difundido y promocionado todo el contenido creado para el proyecto (véase Anexo 6.8.). Además, hemos hecho una sección semanal a la que hemos titulado **#MdeMeme** (véase Anexo 6.8.), donde cada miércoles publicamos un meme sobre desinformación con la intención de acercarnos a las personas más jóvenes y dirigirnos a ellas con el mismo lenguaje al que están acostumbrados a relacionarse

en esta red social. Por último, hemos pedido la **participación** de los usuarios en encuestas o para el capítulo interactivo, entre otros.

-Youtube: El grupo de edad que más consume esta aplicación, [según datos de Kinsa](#), es el que va de los **25 a los 44 años**, por lo que entraría en el rango de edad de nuestro público objetivo. Youtube ofrece la posibilidad de subir **vídeos largos**, por este motivo, hemos lanzado entrevistas y vídeos completos que se podrían ver de forma **exclusiva** en esta plataforma.

Nos hemos fijado en Jordi Wild, quien realiza entrevistas semanales y las sube de forma completa a Youtube. Además, después extrae fragmentos de las mismas según la temática y sube vídeos más cortos de estas. Es decir, en el caso de Twitter o Tik Tok, hemos lanzado píldoras (similares a un teaser) que buscan captar la atención del usuario, mientras que Youtube ofrecerá la posibilidad de ver vídeos enteros. Es decir, en primer lugar hemos subido la entrevista completa y, posteriormente, extraímos **fragmentos** en los que se habla de “x” tema para aquellas personas que no quieran ver todo, pero sí le interese **cierta temática o aspecto**.

Por ejemplo, la entrevista con el fundador de Pandemia Digital, Julián Macías, dura aproximadamente una hora y se puede ver completa, pero si a alguien le interesa ver el fragmento que trata sobre los bots, también puede hacerlo (véase anexo 6.9.).

-Spotify: Según vimos a lo largo de las encuestas que realizamos a la población, esta veía a la radio como un medio fiable. El **podcast** es la evolución de la radio y, por ello, decidimos subir las **entrevistas** de forma completa a esta plataforma para poderlas consumir en este nuevo formato que tanto éxito está teniendo.

Asimismo, hemos realizado **contenido exclusivo** destinado a esta plataforma, como puede ser el análisis de un caso o la explicación de qué son los **bots** y los **algoritmos** (véase anexo 6.10.), que también ha sido hiperenlazado a los capítulos principales. Por ejemplo, en el episodio *Guerra de trincheras: Desinformación en la era digital* cuando se hace referencia a los bots, a partir del texto es posible llegar al podcast de Spotify en el que se trata este tema.

2.6. Previsión de gastos e ingresos

| | GASTO (€) | INGRESO (€) |
|--|----------------------|-------------|
| Google Drive 200GB | 12 (2.99 /mes x4) | |
| Tripode cámara | 22 | |
| Gasolina | 45 | |
| Viaje a Madrid (AVE) | 177 | |
| Viaje a Madrid (Alojamiento) | 167 | |
| Viaje a Madrid (Manutención) | 90 | |
| Viaje a Madrid (Transporte) | 24 | |
| Tarjeta memoria cámara SanDisk Extreme PRO 64GB | 16 | |
| Parking en Valencia | 5 | |
| TOTAL | 558 | 0 |

3. Contenidos de la publicación

3.1. Justificación del interés y enfoque de las piezas

A continuación presentamos el enfoque de cada uno de los capítulos y por qué son de interés para la ciudadanía:

- **La desinformación frente al espejo:** Este primer capítulo explica qué son las informaciones falsas y sus variantes. Es un apartado de aproximación e introducción para **familiarizar** a quien no lo esté aún y ayudar a la comprensión del reportaje. Además, antes de redactar ningún capítulo realizamos una encuesta *online* y unas entrevistas a pie de calle para conocer cuánto sabía la gente acerca de la desinformación. Nos dimos cuenta de que **muchas personas no conocían el concepto** o tenían una visión errónea.

- **La psique maneja al títere:** Al analizar ciertos casos de desinformación que se habían viralizado en la sociedad, nosotros mismos nos preguntamos, ¿por qué nos creemos esta información? Decidimos contactar con un psicólogo que pudiera hablar del tema en profundidad y resolver nuestra duda. **Conocer cómo funciona la mente** es una forma de poder entender el fenómeno y, por tanto, lograr luchar contra él.

- **Guerra de trincheras: Desinformación en la era digital:** Este capítulo gira en torno al nacimiento de **Internet** y cómo ha revolucionado el fenómeno de la desinformación. También tratamos la **posverdad** y cómo cada vez más solo escuchamos aquello que refuerza nuestro pensamiento. Las personas están inmersas en el **ecosistema digital**, ya que la penetración de Internet y los dispositivos electrónicos en España —y gran parte del mundo— es enorme y la información llega por estas vías. Conocer el ecosistema digital es clave para entender qué información se recibe, por qué y qué objetivos tiene.

- **La cara del poder de la información:** Los medios de comunicación de masas son, en su mayoría, parte de grandes conglomerados que sirven a unos intereses. Pese a esto, aunque hay veces que son difusores de información falsa, es importante conocer la **intención** que hay detrás, pues no siempre la finalidad es engañar, sino que puede ser un error de las rutinas periodísticas. Asimismo, el capítulo centra parte de su atención en los medios de comunicación, pero también en otros **grandes desinformadores**. Es importante conocer de dónde llega la información, ya que así la ciudadanía podrá consumir los contenidos de una manera más crítica.

- **Radiografía a la desinformación:** Ver un **caso real** puede ayudar al lector a percibir cuándo se encuentra ante una información falsa. Es por ello que en este episodio analizamos diferentes situaciones donde la desinformación ha sido protagonista.

- **Eh, tú, sí, tú: El papel de la ciudadanía frente a la desinformación:** Como el objetivo global del reportaje era **concienciar y alfabetizar** a la ciudadanía, consideramos pertinente incluir un capítulo que le apelase directamente. Es un

episodio centrado en la aportación de **herramientas y pautas** para detectar información falsa y cortar el problema de raíz.

3.2. Fuentes y documentación utilizadas en la elaboración de los contenidos

Para la elaboración de todo el reportaje hemos contado con la participación de **doce personas entrevistadas**. Además, hemos leído **libros, tesis y artículos** de una gran variedad de medios y fuentes (véase anexo 6.2 y 6.4.).

3.3. Recursos previstos en las piezas (hipertextuales, multimedia e interactivos)

Los recursos utilizados a lo largo del proyecto han sido variados. En primer lugar, hemos añadido **hiperenlaces** tanto a nuestra página web como a páginas externas para complementar la información expuesta. En segundo lugar, para **suplir la falta de imágenes**, hemos hecho uso de tweets insertados, gráficas y vídeos de elaboración propia, capturas de pantalla e infografías.

Por último, para añadir recursos interactivos, hemos abierto un **foro** (capítulo *Radiografía a la desinformación*) en el que los usuarios han sido los protagonistas, hemos creado un **timeline** con la trayectoria histórica de la desinformación (capítulo *La desinformación frente al espejo*) y hemos habilitado una serie de **herramientas de verificación con tutoriales** para la ciudadanía (capítulo *Eh, tú, sí, tú. El papel de la ciudadanía frente a la desinformación*).

Para conocer en profundidad el uso de los elementos en en cada uno de los capítulos véase anexo 6.6.

3.4. Propuesta de difusión transmedia

Pese a publicar contenido en diversas plataformas (Wix, Spotify, Youtube y Tik Tok), el eje central de la propuesta ha girado en torno a **Twitter**. Todo lo que se quería viralizar y dar voz lo difundimos por esta red social. Por ejemplo, al publicar un capítulo en la web, creamos un *tweet* indicando que ya estaba disponible para leer, o si subíamos una entrevista a YouTube la hipernelazabamos en Twitter. Por tanto,

la cuenta de Twitter ha servido de ‘gancho’ para lanzar y **dar a conocer todos los contenidos**.

Para seguir una coherencia y orden lógico, así como dar tiempo a los internautas a consumir todo lo que habíamos producido, pensamos y llevamos a cabo un **orden de publicación** (véase anexo 6.3.).

4. Valoración final

La valoración final del proyecto es muy **positiva** tanto por el contenido como por la experiencia y los conocimientos adquiridos.

Este trabajo nos ha exigido **salir de la zona de confort** en la que nos hemos mantenido a lo largo de la carrera. Hemos conocido a **personas del máximo nivel** en el ámbito de la desinformación que han sido entrevistados en medios de comunicación de tirada nacional, lo cual, en un primer momento, veíamos como algo utópico. Nos vimos obligados a desplazarnos hasta **Madrid** si queríamos obtener un **contenido de calidad** que procediese de **fuentes de referencia**, algo que no hubiésemos imaginado.

A nivel periodístico, hemos explotado nuestras capacidades en los diferentes ámbitos que se requerían: **preproducción, producción y posproducción**. Es decir, nos hemos tenido que desenvolver en tareas variadas, como la preparación de entrevistas, manejo de cámara, edición, redacción, redes sociales, etc.

Por ello, cabe destacar el trabajo en equipo que hemos hecho. **Nos hemos complementado** y cada uno ha podido explotar y disfrutar en aquello que mejor se le daba, pero también hemos aprendido el uno del otro y, de esta manera, hemos logrado **reforzar nuestros puntos débiles**.

Aunque a nivel general la experiencia es grata, también ha habido ocasiones en las que nos hemos sentido muy **agobiados y bloqueados**. Esto nos ha ocurrido concretamente al contactar con las **fuentes** a las que queríamos entrevistar, pues a pesar de mandar infinidad de correos (véase anexo 6.7) **no obtuvimos respuesta** por parte de algunos de ellos, lo que provocó que no pudiésemos seguir avanzando

con el contenido. Asimismo, tuvimos que realizar alguna de las entrevistas de manera **online** debido a la distancia, pese a que nuestra intención era realizarlas todas presencialmente tanto por la calidad del contenido como por la experiencia.

Además, nos hubiese gustado recibir una **mayor interacción** por parte de los usuarios en redes sociales, ya que ha habido momentos en los que hemos sentido que estábamos haciendo un **trabajo en vano**, es decir, que no había nadie detrás.

Centrando la valoración en el proyecto, destacamos como uno de los puntos más fuertes las **fuentes personales** que, finalmente, hemos logrado obtener y que nos han permitido crear un contenido de **calidad, riguroso y fundamentado**. Por otro lado, aunque cuando escogimos el tema del reportaje éramos conscientes de que podía ser muy teórico e incluso complejo, hemos sabido adaptar el contenido al público objetivo. Del mismo modo, el reportaje cumple con la finalidad prevista de **concienciar, sensibilizar y alfabetizar** a la ciudadanía en un problema como es la desinformación.

Otro punto positivo que destacamos es que los capítulos han quedado muy equilibrados en cuanto a contenido y elementos transmedia. Ha quedado una web **limpia e intuitiva** que permite una navegación sencilla para cualquier tipo de internauta.

Respecto a las debilidades del trabajo, hemos tenido dificultades a la hora de conseguir **imágenes propias**, pues, por un lado, se trata de un tema muy teórico y, por otro lado, es complicado obtener fotografías de sucesos que ya han ocurrido sin que tengan derechos de autor. Ante este problema decidimos recurrir a otro tipo de contenido que sí que pudiéramos crear nosotros mismos, como es el caso de **podcast, vídeos explicativos, gráficas e infografías**.

5. Abstract

This Final Degree Project deals with false information in all its aspects. The evolution of social networks has boosted the spread of fake news in recent years. This has come to influence public opinion, changing attitudes, thoughts, decisions... Increasingly, citizens are informed through this channel, where there is a huge problem.

This project seeks to bring the reader closer to knowing what false information is, who is behind it, how it is constructed in the new digital ecosystem and what has been its development throughout history.

Therefore, the aim of this report is to raise awareness and sensitize about the power of disinformation and to show how easily it reaches people's lives. This project includes the authors would like to thank the sources for their ease of communication and explanation. It has been a luxury. They also want to thank anyone who has interacted with the web in any way. It has been a pleasure. These tools to help detect this type of information. The idea is to train and educate people to stop the spread of future false information.

For this reason, the name of the media is Ojo de Pez. This title refers to the photographic lens, used to enlarge the field of vision. This lens helps not to leave anything unphotographed, and to have a large part of the perspective in focus. Precisely that is the main intention of our report: to open the prism so that you do not get caught.

This work is aimed at people between 16 and 55 years old, because this is the age range that uses the Internet the most. Nonetheless, the report is also aimed at those who want to delve deeper into the issue of disinformation, who are concerned about this phenomenon and its consequences and who seek to become literate within the new information landscape.

Notwithstanding chapters have a coherent order of consumption, it is not necessary to access all the episodes to understand the report. In other words, they are intended to be read independently.

Nevertheless, for those users who want to consume everything, there is an order to follow. The first chapter is an introductory and contextual content entitled *Disinformation in front of the mirror*. It discusses what misinformation is, how it arrives and its evolution throughout history.

The second chapter is *The psyche drives the puppet*. It consists of a reportage interview on how the human mind acts in the face of information and what factors influence the belief of a lie.

The third is *Trench Warfare: Disinformation in the Digital Age*, which exposes the impact of the digital ecosystem on the production, consumption and distribution of information.

The fourth is called *The face of information power*. It is essential for citizens to know that disinformation has a purpose. The chapter revolves around what and who is behind it.

The penultimate chapter, entitled *Radiography of disinformation*, is interactive. Real cases analyzed to perceive when there is false information. The first thing is to know the phenomenon, then talk about it.

The sixth and last episode is *Eh, tú, sí, tú: The citizens in front of disinformation*. Its purpose is to appeal to the citizen, to awaken the critical spirit and to provide verification tools.

In order to create the content, the authors have consulted different books, theses, research and articles. They have also interviewed twelve experts in the field. They made a trip to Madrid to talk to Rafael Rubio Nuñez, PhD in Constitutional Law and professor at the Complutense University of Madrid; Rubén Sanz Blasco, professor at the Complutense University of Madrid and psychologist; Julián Macías Tovar, founder of Pandemia Digital, a media that fights against disinformation; Miguel Ángel Rodríguez, deputy director of programs at the FAD Youth Foundation and Sergio Sangiao Pérez, data and investigative journalist and coordinator of Maldito Dato.

Within the Valencian Community, the authors interviewed Jordi Pérez Llavador, professor of Communication at Universidad CEU Cardenal Herrera; Noa de la Torre Alfaro, president of the Unió de Periodistes Valencians and Mar Iglesias García, president of the Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació.

Due to the distance, they conducted telematic interviews with Alexandre López Borrull, professor of Information and Communication Sciences and member of the KIMO research group; María del Carmen Gálvez de la Cuesta, teacher and researcher in digital communication at the Universidad Rey Juan Carlos; Manuel Gértrudix, professor of Digital Communication at the Universidad Rey Juan Carlos and academic director of the Master in Journalistic Research, New Narratives, Data, Fact-checking and Transparency and Pedro Estepa Menéndez, director of the short film Deep Soria.

Aiming to give life and diffusion to the project, the report has been dynamized through four platforms: Tik Tok, Twitter, Youtube and Spotify. On the one hand, Tik Tok has been used to publicize the work with short behind-the-scenes videos. It is the trendy platform among young people, so it is a way to arouse the interest of this sector of society. The videos are approximately one minute long and accompanied by music. To achieve more views, hashtags were used with a lot of impact that have managed to get about 200 visits on average.

On the other hand, Twitter is a key social network for debate, knowledge and culture. It offers the possibility of relating to people in a more direct and personal way. The ages on Twitter are varied, which is an advantage to reach a wider audience. In this social network all the content of the project has been shared, disseminated and promoted. In addition, a weekly section has been created: #MdeMeme. Every Wednesday the authors published it.

Youtube is another platform used by Ojo de Pez. The age group that most consumes this application is between 25 and 44 years old, so it would fall within the age range of the target established by the authors. The videos and complete interviews have been uploaded exclusively to this platform. In addition, it then extracts fragments

depending on the subject matter and uploads shorter videos for those who do not want to watch everything, but are interested in some aspect.

When it comes to Spotify, it has also been used to upload interviews in podcast format. This way of consuming content has become popular and in the project has been used as a complement to Youtube. If you did not want to watch the video or it was not possible at the time, you would be able to listen to it from Spotify. To give it weight within the report, exclusive content has also been created for this platform.

Social media activity has been continuous and consistent. The authors have been uploading content in a linear fashion over the course of three months.

Ojo de Pez has required the creators to work on preparing interviews, writing articles and chapters, recording interviews, video and audio editing, network management... They have left their comfort zone. In addition, as a highlight, the report has twelve interviews with top-level experts in disinformation. The authors traveled to Madrid to get quality content and conduct five interviews with experts. They could never imagined it.

The two people who have brought Ojo de Pez to life have worked together as a group. They have been able to enhance each other's virtues and improve their defects, creating a good working group. There has been a connection and it has been noticed in the final result.

Despite all this, there have also been moments of tension and negative thoughts. Contacting sources became an odyssey and it became more and more complicated to find level, rigor and quality information. Not receiving feedback from the experts, the authors felt overwhelmed and blocked, as they wanted to get the best possible people to interview. The solution to these problems were to conduct online interviews, although this was not entirely the objective. The aim was to be face-to-face and to take the most of the experience.

Furthermore, the final interaction has not been as expected. We wanted citizens to be part of the project in a more intense and committed way. There have been

moments when the authors thought they were writing for nothing. There was no feedback or motivation. They felt that there was no one behind the screens.

Taking all this into account, the project has been very complete and balanced in all its facets. It has had everything the creators had in mind. It is a closed work, but it will be there at any time for anyone who wants to know about fake news and all that surrounds it.

The authors would like to thank the sources for their ease of communication and explanation. They have met people with a lot of knowledge that they never thought they would be able to interview. Thanks to them it has been possible to give shape to the project and it has gone ahead. It has been a luxury. They also want to thank anyone who has interacted with the web in any way. A pleasure.

6. Anexos

6.1. Plan de preproducción (reportaje transmedia y redes sociales)

Ojo de Pez - Abrir el prisma para que no te la cuelen

Twitter - @ojodepezz_

YouTube - OJO DE PEZ

Spotify - @ojodepezz_

| | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado | Domingo |
|-----------------------------|---|--|---|--|---|--|--|
| Semana 1 31/01/22 | Revisión de la propuesta entregada en primera convocatoria y puesta en común | Plantear dudas para la tutoría | Tutoría | Lluvia de ideas | Lluvia de ideas | | |
| Semana 2 07/02/22 | Leer acerca del tema | | Leer acerca del tema y buscar libros de interés | Leer acerca del tema | | Contactar con Alexandre López Mandar correo a fuentes | |
| Semana 3 14/02/22 | Leer acerca del tema Buscar fuentes | Mandar correo a fuentes | | Leer acerca del tema Buscar fuentes | | | |
| Semana 4 21/02/22 | Leer acerca del tema | Leer acerca del tema Buscar fuentes | | | Mandar correo a fuentes | | |
| Semana 5 28/02/22 | Charla con la tutora Contactar con Miguel Ángel Rodríguez Mandar correo a fuentes | | | Contactar con Rubén Sanz Contactar con Deep Soria | | | |
| Semana 6 07/03/22 | | | | | Preparar preguntas entrevista Alexandre | Mandar correo a fuentes | Envío de cuestiones para la entrevista |

| | | | | | | | |
|-------------------------------------|--|---|--|---|--|---|----------------|
| | | | | | López Borrull | Preparar preguntas entrevista Jordi Pérez | a Pedro Estepa |
| Semana 7 14/03/22 | Contactar con Jordi Pérez Llavador | Mandar correo a fuentes | | Contactar con Rafael Rubio | | | |
| Semana 8 21/03/22 | | Entrevista online a Alexandre López Borrull -Mandar correo a fuentes | Entrevista a Jordi Pérez Llavador | | Mandar correo a fuentes | | |
| Semana 9 28/03/22 | Mandar correo a fuentes Editar vídeo presentación Youtube | Preparar preguntas entrevista Rubén Sanz y Julián Macías Subir vídeo presentación Youtube | Contactar con Sergio Sangiao Contactar con Manuel Gértrudix Contactar con María del Carmen Gálvez Mandar correo a fuentes Estrenar sección Twitter #MdeMem e | Preparar preguntas tutoría Preparar preguntas Rafael Rubio | Tutoría Preparar preguntas entrevista Sergio Sangiao y Miguel Ángel | | Viaje a Madrid |
| Semana 10 04/04/22 | MADRID Entrevista a Rafael Rubio | MADRID Entrevista a Rubén Sanz Entrevista a Miguel Ángel Rodríguez Entrevista a Sergio Sangiao | MADRID Entrevista a Julián Macías Subir #MdeMem e | VOLVEMOS DE MADRID Editar tik tok día siguiente Editar entrevista Jordi Pérez a Youtube | Presentación del proyecto en Tik Tok Recopilar información capítulo 1 | Subir entrevista Jordi Pérez a Youtube | |
| Semana 11 11/04/22 | Editar tik tok día siguiente | Subir tik tok detrás de cámaras vídeo | Subir tik tok detrás de cámaras entrevista | Recopilar información capítulo 1 | Recopilar información capítulo 1 | Recopilar información capítulo 1 | |

| | | | | | | | |
|--|--|---|--|--|--|---|---|
| | <p>Contactar con Mar Iglesias</p> | <p>presentación para Youtube</p> <p>Editar tik tok día siguiente</p> | <p>Jordi Pérez</p> <p>Recopilar información capítulo 4</p> <p>Subir #MdeMem e</p> | <p>Recopilar información capítulo 3</p> <p>Recopilar información capítulo 4</p> | <p>Recopilar información capítulo 4</p> | | |
| <p>Semana 12</p> <p>18/04/22</p> | <p>Buscar información capítulo 5</p> <p>Recopilar información capítulo 2</p> <p>Recopilar información capítulo 4</p> <p>Editar entrevista Rafael Rubio Youtube</p> | <p>Editar tik tok día siguiente</p> <p>Grabación video UJI</p> <p>Recopilar información capítulo 2</p> <p>Subir entrevista Rafael Rubio a Youtube</p> | <p>Subir tik tok detrás de cámaras entrevista Rafael Rubio</p> <p>Recopilar información capítulo 2</p> <p>Subir #MdeMem e</p> | <p>Comenzar a redactar capítulo 1</p> <p>Buscar información capítulo 5</p> <p>Recopilar información capítulo 4</p> | <p>Preparar preguntas entrevista María del Carmen Gálvez</p> <p>Redacción capítulo 1</p> <p>Recopilar información capítulo 3</p> | <p>Redacción capítulo 1</p> <p>Comenzar a redactar capítulo 2</p> | <p>Recopilar información capítulo 3</p> |
| <p>Semana 13</p> <p>25/04/22</p> | <p>Preparar preguntas entrevista Manuel Gértrudix</p> <p>Redacción capítulo 2</p> <p>Editar vídeo Youtube de cómo se informa la juventud</p> | <p>Entrevista online a María del Carmen Gálvez</p> <p>Editar tik tok día siguiente</p> <p>Buscar información capítulo 5</p> <p>Subir vídeo Youtube de cómo se informa la juventud</p> | <p>Entrevista online a Manuel Gértrudix</p> <p>Editar tik tok día siguiente</p> <p>Redacción capítulo 2</p> <p>Contactar con Noa de la Torre</p> | <p>Subir tik tok detrás de cámaras vídeo grabado en la universidad</p> <p>Mandar correo a fuentes</p> <p>Recopilar información capítulo 3</p> <p>Editar vídeo Youtube entrevista Rubén Sanz</p> <p>Subir #MdeMem e</p> | <p>Subir vídeo Youtube entrevista Rubén Sanz</p> | | <p>Comenzar capítulo 3</p> |
| <p>Semana 14</p> | <p>Editar tik tok día</p> | <p>Subir tik tok detrás</p> | <p>Búsqueda información</p> | <p>Comenzar a redactar</p> | <p>Redacción capítulo 6</p> | <p>Redacción capítulo 6</p> | <p>Redacción capítulo 1</p> |

| | | | | | | | |
|-------------------------------------|---|---|---|--|---|--|--|
| 02/05/22 | siguiente Búsqueda de información capítulo 6 Recopilar información capítulo 4 | de cámaras entrevista Rubén Sanz Búsqueda información capítulo 6 Redacción capítulo 1 Recopilar información capítulo 4 | n capítulo 6 Redacción capítulo 1 Comenzar capítulo 4 Subir #MdeMem e | capítulo 6 Comenzar capítulo 4 | Editar y subir video Youtube entrevista Alexandre López | Comenzar capítulo 5 | Redacción capítulo 4 |
| Semana 15 09/05/22 | Comenzar capítulo 5 | | Subir #MdeMem e | Preparar preguntas entrevista Mar Iglesia | Redacción capítulo 2 | Redacción capítulo 2 Redacción capítulo 4 | |
| Semana 16 16/05/22 | Preparar preguntas entrevista a Noa de la Torre Redacción capítulo 4 | Tutoría Entrevista Mar Iglesias Redacción capítulo 6 Redacción capítulo 1 Redacción capítulo 2 | Mandar enlaces de los capítulos a la tutora a modo borrador Mandar correo a fuentes Redacción capítulo 5 Subir #MdeMem e | Entrevista a Noa de la Torre Editar y subir vídeo Youtube entrevista Miguel Ángel Rodríguez | | Redacción capítulo 1 Redacción capítulo 2 | Editar video Youtube entrevista Sergio Sangiao |
| Semana 17 23/05/22 | Redacción capítulo 1 Redacción capítulo 2 Redacción capítulo 3 | Redacción capítulo 6 Redacción capítulo 3 Redacción capítulo 4 Subir video Youtube entrevista Sergio Sangiao | Editar tik tok día siguiente Subir #MdeMem e | Subir tik tok detrás de cámaras video entrevista Miguel Ángel Rodríguez Ir a la UJI a editar videos con Premier | Editar y subir video Youtube entrevista Noa de la Torre | Redacción capítulo 1 Redacción capítulo 3 | Redacción capítulo 3 |
| Semana 18 30/05/22 | Grabar podcast estudio de casos | Grabar podcast bots Grabar podcast | Subir #MdeMem e | Editar tik tok día siguiente | Subir tik tok detrás de cámaras entrevista Maldita | Editar video Youtube entrevista Manuel Gértrudix | |

| | | | | | | | |
|-------------------------------------|---|--|--|--|--|--|--|
| | | algoritmos | | | Editar y subir video Youtube entrevista Maria del Carmen Gálvez | | |
| Semana 19 06/06/22 | Redacción capítulo 4 Redacción capítulo 5 Subir a la web capítulo 5 | Editar tik tok día siguiente Redacción capítulo 5 Subir video Youtube entrevista Manuel Gértudix Subir a la web entrevista Gértudix | Subir tik tok detrás de cámaras de una tarde de edición Redacción capítulo 1 Redacción capítulo 5 Subir a la web capítulo 1 -Subir #MdeMem e | Editar video Youtube Julián Macías Subir podcast estudio de casos a Spotify | Retocar capítulo 1 Retocar capítulo 2 Retocar capítulo 4 Subir a la web entrevista Julián Subir a Youtube entrevista Julián Macías | Retocar capítulo 6 Retocar capítulo 2 Retocar capítulo 4 | Retocar capítulo 6 Retocar capítulo 1 |
| Semana 20 13/06/22 | Retocar capítulo 6 Retocar capítulo 2 Redacción capítulo 5 Subir a la web capítulo 2 | Editar tik tok día siguiente Retocar capítulo 3 Redacción capítulo 5 Subir podcast bots a Spotify | Subir tik tok detrás de cámaras entrevista Noa de la Torre Retocar capítulo 3 Subir capítulo 3 a la web Subir #MdeMem e | Retocar capítulo 6 Subir a la web capítulo 4 y entrevista Mar Iglesias | Entrega borrador segunda convocatoria Subir capítulo 6 | Mejoras | Mejoras |
| Semana 21 20/06/22 | Mejoras | Mejoras | Mejoras | Mejoras | Mejoras | | |

6.2. Cuadro resumen de las publicaciones del cibermedio

CAPÍTULO 1: LA DESINFORMACIÓN FRENTE AL ESPEJO (08/06/22)

| Género | Fuentes personales | Fuentes documentales |
|-----------|--|--|
| Reportaje | <ul style="list-style-type: none"> - Rafael Rubio Núñez - Jordi Pérez Llavador - Sergio Sangiao Pérez | <p>Altares, G. (2018). La larga historia de las noticias falsas. <i>El pais.com</i>. 9 de junio de 2018. Disponible en: https://elpais.com/cultura/2018/06/08/actualidad/1528467298_389944.html Consulta: 21 de abril de 2022</p> <p>Amorós García, M. (2018). <i>Fake news: La verdad de las noticias falsas</i>. Barcelona: Plataforma editorial.</p> <p>Diputació de Castelló (2022). Desinformació y fake news en la EU. <i>youtube.com</i>. 9 mayo 2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=4ZB5VNfLkw8 Consulta: 24 de abril de 2022</p> <p>Huckabee (2017). FULL Interview President Trump Huckabee. <i>youtube.com</i>. 8 octubre 2017. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=hVQPVGPAUc Consulta: 22 de abril de 2022</p> <p>Moratiel, V. (2021). Sobre lo verdadero, lo falso y lo aparente. <i>filco.es</i>. 18 de enero de 2021. Disponible en: https://www.filco.es/verdadero-falso-aparente/ Consulta: 23 de abril de 2022</p> <p>Morelli, J. (2018). Fake news de Virgilio. <i>elmontonero.pe</i>. 14 de noviembre de 2018. Disponible en: https://elmontonero.pe/columnas/fake-news-de-virgilio Consulta: 22 de abril de 2022</p> <p>Oxford English Dictionary. (s.f.) Fake news. En Oxford English Dictionary. Recuperado 21 abril 2022, de https://www.lexico.com/definicion/fake_news</p> <p>Ramonet, Ignaci (2005). <i>Irak, historia de un desastre</i>. Barcelona: Debate.</p> <p>REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Posverdad. Diccionario de la lengua española, 23.ª ed., [versión 23.5 en línea]. https://dle.rae.es/posverdad?m=form [18 de abril de 2022].</p> |

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>Rodríguez, C. (2017). “Fake news”, palabra del año del Diccionario Oxford. <i>elmundo.es</i>. 3 de noviembre de 2017. Disponible en: https://www.elmundo.es/cultura/cine/2017/11/03/59fc80f4468aebd1508b46a0.html Consulta: 22 de abril de 2022</p> <p>RTVE (2021). ¡Más de la mitad del mundo! o ‘El papel de la mujer en la Historia [Archivo de vídeo]. Recuperado de: https://www.rtve.es/play/videos/el-condensador-de-fluzo/mas-mitad-del-mundo-papel-mujer-historia/5816459/</p> <p>Salas Abad, C. (2019). La primera fake news de la historia, en <i>Historia y comunicación social</i> 24 (2), 411-431. Recuperado de https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/66268/4564456552454 Consulta: 21 de abril de 2022</p> |
|--|--|--|

CAPÍTULO 2: LA PSIQUE MANEJA AL TÍTERE (13/06/22)

| Género | Fuentes personales | Fuentes documentales |
|--|---------------------|--|
| Reportaje a través de entrevista (Entrevista reportajeada) | - Rubén Sanz Blasco | <p>Amorós, M. (2018). <i>Fake News. La verdad de las noticias falsas</i>. Plataforma Editorial, Barcelona, 2018. 187p. ISBN: 9788417114725</p> <p>Barrett, et al. (2015). Los límites de la comprensión computacional del cerebro. Instituto Cultura y Sociedad (ICS). Universidad de Navarra. Disponible en: https://www.academia.edu/12329850/Los_l%C3%ADmites_de_la_comprensi%C3%B3n_computacional_del_cerebro Consulta: 23 de abril de 2022</p> <p>Calvo, E. & Aruguete, N. (2020). <i>Fake news, trolls y otros encantos. Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales</i>. Buenos Aires: Siglo XXI Editores, 2020. 237p. ISBN: 978-987-629-998-5.</p> <p>Sanz Blasco, R., & Carro de Francisco, C. (2019). Susceptibilidad cognitiva a las falsas informaciones. <i>Historia y Comunicación Social</i>, 24(2), 521-531. https://doi.org/10.5209/hics.66296</p> <p>Seoane, et al. (2017). Diferencias individuales</p> |

| | | |
|--|--|---|
| | | en razonamiento hipotético-deductivo: Importancia de la flexibilidad y de las habilidades cognitivas. Universidad de Santiago de Compostela. Disponible en: https://www.infocop.es/view_article.asp?id=1440 Consulta: 25 de abril de 2022 |
|--|--|---|

CAPÍTULO 3: GUERRA DE TRINCHERAS: DESINFORMACIÓN EN LA ERA DIGITAL (15/06/22)

| Género | Fuentes personales | Fuentes documentales |
|-----------|---|--|
| Reportaje | <ul style="list-style-type: none"> - Rafael Rubio Núñez - Jordi Pérez Llavador - Julián Macías Tovar - Alexandre López Borrull - M^a del Carmen Gálvez de la Cuesta - Manuel Gértrudix Barrio | <p>Amorós, M. (2018). <i>Fake News</i>. La verdad de las noticias falsas. Plataforma Editorial, Barcelona, 2018. 187p. ISBN: 9788417114725</p> <p>Beveridge, C. (2022). 150+ estadísticas de redes sociales relevantes para tu negocio en 2022. blog.hootsuite.com. 28 de marzo de 2022. Disponible en: https://blog.hootsuite.com/es/125-estadisticas-de-redessociales/#Estadisticas_generales_de_las_redes_sociales Consulta: 30 de abril de 2022</p> <p>Blom J, N. & Hansen K, R. (2015): Click bait. Forward reference as lure in online news headlines. <i>Journal of Pragmatics</i>, 76, pp. 87-100.</p> <p>Colautti, N. (2017). Nuevo ecosistema mediático. Características del medio digital en la relación entre organizaciones y usuarios. Universidad Nacional de Rosario Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales Escuela de Comunicación Social. Disponible en: https://rephip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/11055/ Tesis-C Consulta: 25 de abril de 2022</p> <p>Calvo, E. & Aruguete, N. (2020). <i>Fake news, trolls y otros encantos</i>. Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales. Buenos Aires: Siglo XXI Editores, 2020. 237p. ISBN: 978-987-629-998-5</p> <p>Cambroner, M. (2021). Redes sociales: ¿avance o desastre para la esfera pública?. elsaltodiario.com. 27 de septiembre de 2021. Disponible en: https://www.elsaltodiario.com/atenea_cyborg/redes-sociales-avance-o-desastre-para-la-esfera-publica Consulta: 1 de mayo de 2022 Consulta: 26 de abril de 2022</p> <p>Canavilhas, J. (2015). "Nuevos medios, nuevo ecosistema". <i>El profesional de la información</i>, v. 24, n. 4, pp. 357-362. Disponible en: http://dx.doi.org/10.3145/epi.2015.jul.01 Consulta: 30 de abril de 2022</p> <p>Carrera Álvarez, P., Limón Serrano, N., Herrero</p> |

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>Curiel, E., & Sainz de Baranda Andújar, C. (2014). Transmedialidad y ecosistema digital. <i>Historia y Comunicación Social</i>, 18, 535-545. Disponible en: https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.44257 Consulta: 29 de abril de 2022</p> <p>González-Benito, G. (2016). <i>Internet, comunicación y sociedad red: Algoritmos para un periodismo multiconectado</i>. Universidad Carlos III de Madrid. Tesis Doctoral. Disponible en: https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/23806/gonzalez_periodismo_tesis_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y Consulta: 30 de abril de 2022</p> <p>López, G. (ed). (2005). <i>El ecosistema digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet</i>. València: Servei de Publicacions de la Universitat de València. Disponible en: https://vinv.ucr.ac.cr/sites/default/files/divulgacion-ciencia/libros-y-tesis/ecosistema-digital.pdf Consulta: 26 de abril de 2022</p> <p>López Meri, A. (2015). Twitter como fuente informativa de sucesos imprevistos: el seguimiento de hashtags en el caso #ArdeValencia. <i>Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"</i>, vol. 8, no. 1, 2015. Disponible en: https://revistas.urosario.edu.co/xml/5115/511553138004/index.html Consulta: 1 de mayo de 2022</p> <p>Oxford Learner's Dictionaries: Post-truth [versión en línea]. Disponible en: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/post-truth?q=post+truth Consulta: 1 de mayo de 2022</p> <p>Rainie, H., & Wellman, B. (2012). <i>Networked: The new social operating system</i>: Mit Press Cambridge, MA.</p> <p>Ramón, E. & Gil, A. (2020). Desinformación e infoxicación, dos «falsos sinónimos» frente a la estrategia de información de la Comisión Europea. <i>comunicacionyhombre.com</i>. 25 de noviembre de 2020. Disponible en: https://comunicacionyhombre.com/article/desinformacion-e-infoxicacion-dos-falsos-sinonimos-frente-a-la-estrategia-de-informacion-de-la-comision-europea/ Consulta: 1 de mayo de 2022</p> <p>Villaroel, K. (2015). Infoxicación. <i>Universidad Adventista de Bolivia. Scientia Vol.4, N 1</i>, 2015. Disponible en: https://investigacion.uab.edu.bo/pdf/5.6.pdf Consulta: 1 de mayo de 2022</p> |
|--|--|---|

CAPÍTULO 4: LA CARA DE LA DESINFORMACIÓN (16/06/22)

| Género | Fuentes personales | Fuentes documentales |
|-----------|--|--|
| Reportaje | <ul style="list-style-type: none"> - Rubén Sanz Blasco - Julián Macías Tovar - Mar Iglesias García - Alexandre López Borrull | <p>Amorós, M. (2018). <i>Fake News</i>. La verdad de las noticias falsas. Plataforma Editorial, Barcelona, 2018. 187p. ISBN: 9788417114725</p> <p>BBC Mundo (2018). 5 claves para entender el escándalo de Cambridge Analytica que hizo que Facebook perdiera US\$37.000 millones en un día. <i>bbc.com</i>. 20 de marzo de 2018. Disponible en: https://www.bbc.com/mundo/noticias-43472797 Consulta: 5 de mayo de 2022</p> <p>Fernández, R. (2022). Confianza en los medios de comunicación en España en 2022. <i>statista.com</i>. 16 de febrero de 2022. Disponible en: https://es.statista.com/estadisticas/538852/confianza-en-los-medios-de-comunicacion-espana/ Consulta: 4 de mayo de 2022</p> <p>Fernández, T., & García, A. (2001). <i>Medios de Comunicación, Sociedad y Educación</i>. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, Cuenca, 2001. 280 p. ISBN: 8484270769</p> <p>Kirby, E. (2016). La ciudad europea que hizo una fortuna a base de crear noticias falsas sobre las elecciones de Estados Unidos. <i>bbc.com</i>. 6 de diciembre de 2016. Disponible en: https://www.bbc.com/mundo/noticias-38222222 Consulta: 5 de mayo de 2022</p> <p>López-Borrull, A. (2020). 'Fake news' y coronavirus: la información como derecho y necesidad. <i>comein.uoc.edu</i>. abril de 2020. Disponible en: https://doi.org/10.7238/c.n98.2025 Consulta: 3 de mayo de 2022</p> <p>Mayoral, J.; Parratt, S.; Morata, M. (2017). Desinformación, manipulación y credibilidad periodísticas: una perspectiva histórica. <i>Historia y comunicación social</i> 24 (2), 395-409</p> <p>Romero Álvarez, María de Lourdes (2002). El pacto periodístico. <i>Revista mexicana de ciencias políticas y sociales</i>. 45 (186), 159-173</p> <p>Picos, J. (2019). La desinformación está cada vez más presente en las campañas electorales. <i>nebrija.com</i>. 19 de noviembre de 2019. Disponible en: https://www.nebrija.com/medios/actualidadnebrija/2019/11/18/la-desinformacion-esta-cada-vez-mas-presente-en-las-campanas-electorales/ Consulta: 7 de mayo de 2022</p> <p>University of Washington Bothell & Cascadia College</p> |

| | | |
|--|--|--|
| | | (2022). Fake News, Misinformation & Disinformation. <i>guides.lib.uw.edu</i> . 25 abril 2022. Disponible en: https://guides.lib.uw.edu/c.php?g=345925&p=7772376 Consulta: 9 de mayo de 2022 |
|--|--|--|

CAPÍTULO 5: RADIOGRAFÍA A LA DESINFORMACIÓN (06/06/22)

| Género | Fuentes personales | Fuentes documentales |
|-----------------------|---|--|
| Reportaje interactivo | - Mar Iglesias García - Noa de la Torre Alfaro | En este capítulo no se han usado fuentes documentales, pero se ha accedido a noticias (que se encuentran hiperenlazadas) para consultar los hechos |

CAPÍTULO 6: EH, TÚ, SÍ, TÚ: EL PAPEL DE LA CIUDADANÍA FRENTE A LA DESINFORMACIÓN (17/06/22)

| Género | Fuentes personales | Fuentes documentales |
|-----------|--|---|
| Reportaje | - Noa de la Torre Alfaro - Sergio Sangiao Pérez - Miguel Ángel Rodríguez Felipe - M ^a del Carmen Gálvez de la Cuesta - Manuel Gértrudix | Blanco-Alfonso, I., Chaparro-Domínguez, M.Á., & Repiso, R. (2021). El fact-checking como estrategia global para contener la desinformación. <i>Estudios sobre el Mensaje Periodístico</i> 27 (3), 779-791. Uribe, A. (2009). La alfabetización informacional en la universidad. Descripción y categorización según los niveles de integración de ALFIN. Caso Universidad de Antioquia. <i>scielo.org</i> . 13 junio 2010. Disponible en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-09762010000100002 Consulta: 6 de mayo de 2022 Vizoso, A. & Vázquez-Herrero, J. (2019). Plataformas de fact-checking en español. Características, organización y método. <i>Communication & Society</i> , 32(1), 127-144. |

6.3. Cuadro resumen de las publicaciones de cada red social empleada

Twitter - @ojodepezz_

| Nº | Fecha | Contenido | Comentarios |
|----|------------|--|---|
| 1 | 24/03/2022 | Presentación Proyecto | 9 RT - 10 MG |
| 2 | 25/03/2022 | Recomendamos un artículo de una fuente (al final no fue fuente porque no pudimos concretar) que escribe en RTVE | 1 RT - 3 MG (uno de ellos de la autora del artículo) |
| 3 | 30/03/2022 | Link a la presentación del proyecto que se subió a Youtube | 1 MG |
| 4 | 30/03/2022 | Primer día de una sección que se llama #MdeMeme donde cada miércoles a las 21h subimos un meme sobre desinformación | 4 RT - 5 MG |
| 5 | 02/04/2022 | Día Internacional del Fact-Checking donde lanzamos una encuesta para saber si la gente conocía fact-checkers | 6 votos en total y 2 RT y 3 MG |
| 6 | 02/04/2022 | “Promocionamos” cursos gratuitos y online para aprender sobre verificación y pensamiento crítico que lanzaban desde la fundación Maldita | 4 RT - 4 MG uno de ellos de Maldita y otro de Maldito Bulo |
| 7 | 06/04/2022 | Informar sobre cómo iba el proyecto y píldora sobre una entrevista que iba a lanzarse esa misma semana | 1 RT - 2 MG |
| 8 | 06/04/2022 | Nuevo meme | 6 MG |
| 9 | 09/04/2022 | Presentación de la primera entrevista con Jordi Pérez LLavador | 2 RT - 2 MG |
| 10 | 11/04/2022 | Frase destacada de la entrevista con Jordi Pérez LLavador | 2 RT - 3 MG |
| 11 | 14/04/2022 | Nuevo meme de la sección de los miércoles | Nos olvidamos de subir el meme el miércoles y se subió jueves |

| | | | |
|----|------------|---|---|
| 12 | 14/04/2022 | Anunciamos el inicio del Spotify de Ojo de Pez desde donde se podrían escuchar las entrevistas en formato podcast | 1 RT - 2 MG |
| 13 | 14/04/2022 | Hilo con píldoras sobre la entrevista a Pedro Estepa | 2 RT y 6 MG (uno de ellos del director y otro de la cuenta oficial del corto) |
| 14 | 14/04/2022 | Anuncio de la entrevista de Pedro Estepa y la posibilidad de escucharla en Spotify | 3 RT - 6 MG y el comentario de la cuenta oficial de corto felicitando nuestro trabajo |
| 15 | 15/04/2022 | Publicación de la web donde se iba a subir todo el contenido | |
| 16 | 18/04/2022 | ¿Por qué nos llamamos ojo de pez? Enlace a primer artículo de la web | 2 MG |
| 17 | 19/04/2022 | Publicación de la entrevista con Rafael Rubio Núñez | 2 MG (uno del entrevistado) |
| 18 | 20/04/2022 | RT y tweet citado sobre uno que elaboró Julián Macías (fuente) desmantelado una fake new | 2 MG |
| 19 | 20/04/2022 | Nuevo meme de la sección #MdeMeme | 2 RT - 2 MG |
| 20 | 26/04/2022 | Link a un vídeo propio subido a Youtube para conocer qué piensa y sabe la juventud acerca de la desinformación | |
| 21 | 28/04/2022 | Meme semanal | Nos olvidamos de subir el meme el miércoles y se subió jueves |
| 22 | 29/04/2022 | Link a la entrevista con Rubén Sanz Blasco subida a YouTube | 4 RT - 9 MG y tweet citado del autor que repostó nuestro tweet |
| 23 | 04/05/2022 | Invitación al taller gratuito "Verificando una guerra: fact-checking y OSINT en la invasión de Ucrania" organizado por el Master de Maldita | |
| 24 | 04/05/2022 | Citas interesantes extraídas de los ponentes | 5 RT - 8 MG (uno de ellos del director del Master y otro del |

| | | | |
|----|------------|--|--|
| | | del taller | periodista Stéphane Grueso) |
| 25 | 04/05/2022 | Meme de la sección semanal | |
| 26 | 06/05/2022 | Link a la entrevista de Alexandre López-Borrull | 2 RT - 3 MG (uno de ellos de la fuente entrevistada) |
| 27 | 11/05/2022 | Meme de la sección semanal | 1 RT - 1 MG |
| 28 | 12/05/2022 | Publicación de un link para ver la presentación del corto Deep Soria (donde el director es Pedro Estepa) donde fuimos invitados a Madrid, pero no pudimos acudir | 6 RT - 9 MG |
| 29 | 12/05/2022 | Segundo artículo de la web: Misinformation vs Disinformation, ¿cuál es la diferencia? | 2 RT - 2 MG |
| 30 | 18/05/2022 | Foto para buscar la interacción del usuario y que adivinase una de las próximas fuentes | |
| 31 | 18/05/2022 | Nuevo meme de la sección #MdeMeme | |
| 32 | 19/05/2022 | Presentación de la sexta entrevista | 2 RT - 1 MG |
| 33 | 24/05/22 | Presentación de la séptima entrevista | 2 RT - 3 MG |
| 34 | 25/05/2022 | Meme semanal | 1 RT - 2 MG |
| 35 | 26/05/22 | Vídeo dinamizador y gracioso | 2 RT - 1 MG |
| 36 | 27/05/22 | Entrevista nº 8 con Noa de la Torre | 3 RT - 2 MG (uno de ellos de la Unió de Periodistes) |
| 37 | 01/06/2022 | Nueva edición de #MdeMeme | |
| 38 | 03/06/2022 | Presentación de la entrevista con M ^a del carmen Gálvez de la Cuesta | |
| 39 | 06/06/2022 | Presentación del capítulo interactivo | 6 RT - 3 MG |
| 40 | 07/06/2022 | Publicación de la entrevista con Manuel Gértrudix | 1 RT - 2 MG |
| 41 | 08/06/2022 | Nuevo #MdeMeme | 3 RT - 2 MG |
| 42 | 09/06/2022 | Anuncio de la publicación de un caso exclusivo en | 2 RT - 2 MG |

| | | | |
|----|------------|---|-------------|
| | | Spotify | |
| 43 | 10/06/2022 | Presentación de un nuevo capítulo del reportaje | 2 RT - 2 MG |
| 44 | 10/06/2022 | Anuncio de la entrevista con Julián Macías Tovar | 2 RT - 2 MG |
| 45 | 13/06/2022 | Recordatorio de que se puede seguir participando en el capítulo interactivo | 2 RT - 2 MG |
| 46 | 13/06/2022 | Capítulo sobre el aspecto psicológico | 2 RT - 2 MG |
| 47 | 14/06/2022 | Podcast exclusivo en Spotify sobre los algoritmos | 2 RT - 3 MG |
| 48 | 14/06/2022 | Recordatorio del capítulo sobre el aspecto psicológico y agradecimiento a la fuente | 2 RT - 4 MG |
| 49 | 14/06/2022 | Podcast exclusivo en Spotify sobre los bots | 1 RT - 3 MG |
| 50 | 15/06/2022 | Anuncio del capítulo 3 | 2 RT - 2 MG |
| 51 | 15/06/2022 | Meme de la serie #MdeMeme | 1 RT - 3 MG |
| 52 | 16/06/2022 | Publicación del capítulo 4 | 2 RT - 2 MG |
| 53 | 17/06/2022 | Publicación del último capítulo | |
| 54 | 20/06/2022 | Entrevista Mar Iglesias | |

YouTube - OJO DE PEZ

| Nº | Fecha | Contenido | Comentarios |
|----|------------|--|-------------|
| 1 | 29/03/2022 | Vídeo presentación | |
| 2 | 9/04/2022 | Entrevista completa con Jordi Pérez Llavador | |
| 3 | 9/04/2022 | Jordi Pérez Llavador parte 1 | |
| 4 | 9/04/2022 | Jordi Pérez Llavador parte 2 | |
| 5 | 9/04/2022 | Jordi Pérez Llavador parte 3 | |
| 6 | 9/04/2022 | Jordi Pérez Llavador parte 4 | |
| 7 | 19/04/2022 | Entrevista completa con Rafael Rubio Núñez | |
| 8 | 19/04/2022 | Rafael Rubio Núñez parte 1 | |
| 9 | 19/04/2022 | Rafael Rubio Núñez parte | |

| | | | |
|----|------------|---|--|
| | | 2 | |
| 10 | 19/04/2022 | Rafael Rubio Núñez parte 3 | |
| 11 | 19/04/2022 | Rafael Rubio Núñez parte 4 | |
| 12 | 26/04/2022 | Video sobre cómo se informa la juventud | |
| 13 | 29/04/2022 | Entrevista completa con Rubén Sanz Blasco | |
| 14 | 29/04/2022 | Rubén Sanz Blasco parte 1 | |
| 15 | 29/04/2022 | Rubén Sanz Blasco parte 2 | |
| 16 | 29/04/2022 | Rubén Sanz Blasco parte 3 | |
| 17 | 29/04/2022 | Rubén Sanz Blasco parte 4 | |
| 18 | 06/05/2022 | Entrevista completa con Alexandre López Borrull | |
| 19 | 06/05/2022 | Alexandre López Borrull parte 1 | |
| 20 | 06/05/2022 | Alexandre López Borrull parte 2 | |
| 21 | 06/05/2022 | Alexandre López Borrull parte 3 | |
| 22 | 06/05/2022 | Alexandre López Borrull parte 4 | |
| 23 | 19/05/2022 | Entrevista completa con Miguel Ángel Rodríguez | |
| 24 | 19/05/2022 | Miguel Ángel Rodríguez parte 1 | |
| 25 | 19/05/2022 | Miguel Ángel Rodríguez parte 2 | |
| 26 | 19/05/2022 | Miguel Ángel Rodríguez parte 3 | |
| 27 | 24/05/2022 | Entrevista completa con Sergio Sangiao Pérez | |
| 28 | 24/05/2022 | Sergio Sangiao Pérez parte 1 | |
| 29 | 24/05/2022 | Sergio Sangiao Pérez parte 2 | |
| 30 | 24/05/2022 | Sergio Sangiao Pérez parte 3 | |
| 31 | 24/05/2022 | Sergio Sangiao Pérez parte 4 | |
| 32 | 27/05/2022 | Entrevista completa con Noa de la Torre | |
| 33 | 27/05/2022 | Noa de la Torre parte 1 | |
| 34 | 27/05/2022 | Noa de la Torre parte 2 | |
| 35 | 27/05/2022 | Noa de la Torre parte 3 | |
| 36 | 03/06/2022 | Entrevista completa con | |

| | | | |
|----|------------|--|--|
| | | María del Carmen Gálvez de la Cuesta | |
| 37 | 03/06/2022 | María del Carmen Gálvez de la Cuesta parte 1 | |
| 38 | 03/06/2022 | María del Carmen Gálvez de la Cuesta parte 2 | |
| 39 | 03/06/2022 | María del Carmen Gálvez de la Cuesta parte 3 | |
| 40 | 07/06/2022 | Entrevista completa con Manuel Gértrudix | |
| 41 | 07/06/2022 | Manuel Gértrudix parte 1 | |
| 42 | 07/06/2022 | Manuel Gértrudix parte 2 | |
| 43 | 07/06/2022 | Manuel Gértrudix parte 3 | |
| 44 | 07/06/2022 | Manuel Gértrudix parte 4 | |
| 45 | 10/06/2022 | Entrevista completa con Julián Macías Tovar | |
| 46 | 10/06/2022 | Julián Macías parte 1 | |
| 47 | 10/06/2022 | Julián Macías parte 2 | |
| 48 | 10/06/2022 | Julián Macías parte 3 | |
| 49 | 10/06/2022 | Julián Macías parte 4 | |
| 50 | 10/06/2022 | Julián Macías parte 5 | |

Spotify - @ojodepezz_

| Número | Fecha | Contenido | Comentarios |
|--------|------------|---|-------------|
| 1 | 14/04/2022 | #1 ENTREVISTA CON JORDI PÉREZ LLAVADOR «Ya no somos huesos, somos algoritmos» | |
| 2 | 14/04/2022 | #2 ENTREVISTA CON PEDRO ESTEPA «El cine puede servir como instrumento de concienciación para la sociedad» | |
| 3 | 20/04/2022 | #3 ENTREVISTA CON RAFAEL RUBIO «La posverdad es el contexto en el que la verdad deja de tener valor» | |
| 4 | 26/04/2022 | ¿CÓMO SE INFORMA LA JUVENTUD? Desinformación, confianza en los MMCC, cómo se informan, fuentes... | |
| 5 | 24/05/2022 | #4 ENTREVISTA CON RUBÉN SANZ «Buscamos información que confirme | |

| | | | |
|----|------------|---|--|
| | | nuestras creencias» | |
| 6 | 24/05/2022 | #5 ENTREVISTA CON ALEXANDRE LÓPEZ «Estar todo el día en la red sin ver nada nuevo genera desgaste» | |
| 7 | 24/05/2022 | #6 ENTREVISTA CON MIGUEL ÁNGEL RODRÍGUEZ «Hay que conocer las redes, cómo funcionan y cuál es su lógica» | |
| 8 | 31/05/2022 | #7 ENTREVISTA CON SERGIO SANGIAO «En España falta cultura de transparencia como país y como sociedad» | |
| 9 | 31/05/2022 | #8 ENTREVISTA CON NOA DE LA TORRE «El valor del periodismo está en la comprobación» | |
| 10 | 05/06/2022 | #9 ENTREVISTA M ^a DEL CARMEN GÁLVEZ «Existen dificultades para saber qué contenido es real o irreal» | |
| 11 | 07/06/2022 | ENTREVISTA CON MANUEL GÉRTRUDIX BARRIO «La mayor vulnerabilidad son siempre las personas» | |
| 12 | 09/06/2022 | ESTUDIO DE CASOS CASO TIROTEO TEXAS 24 MAYO 2022 | |
| 13 | 10/06/2022 | ENTREVISTA CON JULIÁN MACÍAS «Los algoritmos benefician la mentira y el insulto» | |
| 14 | 14/06/2022 | PODCAST BOTS | |
| 15 | 14/06/2022 | PODCAST ALGORITMOS | |
| 16 | 20/06/2022 | ENTREVISTA CON MAR IGLESIAS | |

Tik Tok - @ojodepezz_

| Nº | Fecha | Contenido | Comentarios |
|----|------------|--|---------------------|
| 1 | 08/04/2022 | Presentación proyecto | 199 visualizaciones |
| 2 | 12/04/2022 | Detrás de cámaras de la grabación del vídeo de presentación del proyecto para Youtube | 252 visualizaciones |
| 3 | 13/04/2022 | Detrás cámaras de la entrevista de Jordi Pérez Llavador | 33 visualizaciones |
| 4 | 20/04/2022 | Detrás de cámaras de la entrevista con Rafael Rubio Nuñez en la Facultad de Derecho de Madrid | 205 visualizaciones |
| 5 | 28/04/2022 | Detrás de cámaras del vídeo grabado en la Universitat Jaume I: «¿Cómo se informa la juventud?» | 222 visualizaciones |
| 6 | 03/05/2022 | Detrás de cámaras de la entrevista con Rubén Sanz en la Facultad de Psicología de Madrid | 232 visualizaciones |
| 7 | 26/05/2022 | Detrás de cámaras de la entrevista con Miguel Ángel Rodríguez en la FAD Juventud (Madrid) | 238 visualizaciones |
| 8 | 03/06/2022 | Detrás de cámaras de la visita a la redacción de Maldita en Madrid para la entrevista con Sergio Sangiao | 239 visualizaciones |
| 9 | 08/06/2022 | Detrás de cámaras de una tarde de elaboración del proyecto | 253 visualizaciones |
| 10 | 15/06/2022 | Detrás de cámaras de la entrevista con Noa de la Torre | 223 visualizaciones |

6.4. Cuadro resumen con las fuentes personales entrevistadas

| Nº | Fecha | Nombre | Cargo | Título capítulo | Forma entrevista |
|----|------------|-----------------------|--|--|---------------------------|
| 1 | 23/03/2022 | Jordi Pérez Llavador | Profesor de Comunicación en Universidad CEU Cardenal Herrera | LA DESINFORMACIÓN FRENTE AL ESPEJO GUERRA DE TRINCHERAS: DESINFORMACIÓN EN LA ERA DIGITAL | Presencial |
| 2 | 23/03/2022 | Pedro Estepa Menéndez | Director, guionista y productor. Además, es miembro | | Audios a través de correo |

| | | | | | |
|---|------------|------------------------|---|--|---------------------|
| | | | numerario de la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España y miembro de la Comisión de Especialidad de Dirección | | electrónico |
| 3 | 04/04/2022 | Rafael Rubio Núñez | Doctor en Derecho Constitucional y Profesor Titular en la Universidad Complutense de Madrid. Además, es director del Grupo de Investigación sobre tecnología y democracia (i+dem) en la misma universidad | LA DESINFORMACIÓN FRENTE AL ESPEJO GUERRA DE TRINCHERAS: DESINFORMACIÓN EN LA ERA DIGITAL | Presencial (Madrid) |
| 4 | 05/04/2022 | Rubén Sanz Blasco | Profesor de la Universidad Complutense de Madrid y director de Cuarzo, un centro de psicología, orientación y tratamiento psicológico | LA PSIQUE MANEJA AL TÍTERE LA CARA DEL PODER DE LA INFORMACIÓN | Presencial (Madrid) |
| 5 | 06/04/2022 | Julián Macías Tovar | Creador de Pandemia Digital (medio digital que lucha a través de diferentes plataformas contra la desinformación) | GUERRA DE TRINCHERAS: DESINFORMACIÓN EN LA ERA DIGITAL LA CARA DEL PODER DE LA INFORMACIÓN | Presencial (Madrid) |
| 6 | 05/04/2022 | Miguel Ángel Rodríguez | Subdirector de programas en la Fundación FAD Juventud | EH, TÚ, SÍ, TÚ: EL PAPEL DE LA CIUDADANÍA FRENTE A LA DESINFORMACIÓN | Presencial (Madrid) |
| 7 | 05/04/2022 | Sergio Sangiao Pérez | Periodista de datos e investigación y coordinador de Maldito Dato | LA DESINFORMACIÓN FRENTE AL ESPEJO EH, TÚ, SÍ, TÚ: EL PAPEL DE LA CIUDADANÍA FRENTE A LA DESINFORMACIÓN | Presencial (Madrid) |

| | | | | | |
|----|------------|------------------------------------|--|--|------------|
| 8 | 22/03/2022 | Alexandre López Borrull | Profesor de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación y miembro del grupo de investigación KIMO | GUERRA DE TRINCHERAS: DESINFORMACIÓN EN LA ERA DIGITAL LA CARA DEL PODER DE LA INFORMACIÓN | Online |
| 9 | 26/04/2022 | M.ª del Carmen Gálvez de la Cuesta | Docente e investigadora en comunicación digital en la Universidad Rey Juan Carlos y coordinadora de Innovación Educativa del Centro de Innovación en Educación Digital – URJOnline. | GUERRA DE TRINCHERAS: DESINFORMACIÓN EN LA ERA DIGITAL EH, TÚ, SÍ, TÚ: EL PAPEL DE LA CIUDADANÍA FRENTE A LA DESINFORMACIÓN | Online |
| 10 | 27/04/2022 | Manuel Gertrudix Barrio | Profesor Titular de Comunicación Digital de la Universidad Rey Juan Carlos, coordinador del grupo de investigación Ciberimaginario, y coeditor de la revista científica Icono14. Actualmente es director académico del Máster en Investigación Periodística, Nuevas Narrativas, Datos, Fact-checking y Transparencia | GUERRA DE TRINCHERAS: DESINFORMACIÓN EN LA ERA DIGITAL EH, TÚ, SÍ, TÚ: EL PAPEL DE LA CIUDADANÍA FRENTE A LA DESINFORMACIÓN | Online |
| 11 | 19/05/2022 | Noa de la Torre Alfaro | Periodista de Educación y Economía en el periódico El Mundo y presidenta de la Unió de Periodistes Valencians. Noa también opina en À Punt y Radio Valencia (SER) | RADIOGRAFÍA A LA DESINFORMACIÓN EH, TÚ, SÍ, TÚ: EL PAPEL DE LA CIUDADANÍA FRENTE A LA DESINFORMACIÓN | Presencial |
| 12 | 17/05/2022 | Mar Iglesias García | Presidenta de la Corporació | RADIOGRAFÍA A LA | Presencial |

| | | | | | |
|--|--|--|---|---|--|
| | | | Valenciana de Mitjans de Comunicació - À Punt Mèdia y profesora en la Universitat d'Alacant | DESINFORMACIÓN LA CARA DEL PODER DE LA INFORMACIÓN | |
|--|--|--|---|---|--|

6.5. URL carpeta asociada al Drive con los contenidos

<https://drive.google.com/drive/folders/>

[1twFTOWgodzL87zNVfDNNqCRIExsIXNd0?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1twFTOWgodzL87zNVfDNNqCRIExsIXNd0?usp=sharing)

6.6. Cuadro resumen con los diferentes recursos empleados en las piezas (multimedia, hipertextual, interactivo y otros) por capítulos

CAPÍTULO 1

| HIPERTEXTUAL | MULTIMEDIA | INTERACTIVO | OTROS |
|---|--|--|--|
| -Definición <i>fake new</i> según el Diccionario Oxford -Noticia de El Mundo <i>Fake New, palabra del año del Diccionario Oxford</i> -Entrevista propia a Jordi Pérez Llavador (Youtube) -Artículo de Virginia Moratíel <i>Sobre lo verdadero, lo falso y lo aparente</i> -Twitter de Néstor F. Marqués -Episodio <i>El Condensador de Fluzo</i> de RTVE | -Dos gráficos en respuesta a la siguiente pregunta: ¿En alguna ocasión has difundido una noticia falsa creyendo que era veraz? -Gráfico en respuesta a la pregunta: ¿Cuál de estos canales informativos crees que es más probable que genere una noticia falsa? | Timeline que recoge noticias, historias y personajes que han sido destacados o 'virales' a lo largo del tiempo en torno al fenómeno de la desinformación | -Texto en negrita en palabras o fragmentos para resaltar la información -Destacados con citas |

| | | | |
|---|--|--|--|
| <p>‘¡Más de la mitad del mundo!’ o ‘El papel de la mujer en la Historia’</p> <p>-Artículo de Guillermo Altares <i>La Larga historia de las noticias falsas</i> (El País)</p> <p>- Enlace al artículo <i>Joseph Pulitzer, el creador del sensacionalismo</i></p> <p>-Twitter de Maldita, Maldito Dato, Rafael Rubio y Sergio Sangiao</p> <p>- Enlace al Foro de Gobierno Abierto de España para conocer qué es</p> <p>- Desinformar RAE</p> <p>- Artículo <i>La posverdad es más peligrosa que la mentira</i></p> <p>-Twitter M^a Eugenia de la Rosa</p> <p>-Vídeo Youtube al acto de la Diputación de Castellón por el Día de Europa: Desinformación y fake news en la EU</p> | | | |
|---|--|--|--|

CAPÍTULO 2:

| HIPERTEXTUAL | MULTIMEDIA | INTERACTIVO | OTROS |
|--|---|--------------------|--|
| <p>-Twitter Cristina Carro de Francisco y Rubén Sanz</p> | <p>-Tráiler propio del capítulo</p> <p>-Infografía: Cinco trampas del</p> | | <p>-Texto en negrita en palabras o fragmentos para resaltar la información</p> |

| | | | |
|---|---|--|-----------------------|
| -Investigación <i>Susceptibilidad cognitiva a las falsas informaciones</i> | cerebro ante las <i>fake news</i> -Vídeo propio explicación sesgos cognitivos y ejemplos | | -Destacados con citas |
|---|---|--|-----------------------|

CAPÍTULO 3

| HIPERTEXTUAL | MULTIMEDIA | INTERACTIVO | OTROS |
|---|--|-------------|--|
| <ul style="list-style-type: none"> -Artículo propio: <i>El desarrollo de Internet y la web</i> -Twitter Manuel Gértrudix, Julián Macías, María del Carmen Gálvez, Rafael Rubio, Jordi Pérez y Alexandre López-Borrull - Artículo <i>Grandes momentos de la historia con titulares clickbait</i> -Twitch de Pandemia Digital - Artículo <i>La crisis del periodismo: desafíos y oportunidades para la profesión y la industria de la información en la era digital</i> -Artículo de Álvaro Vázquez Chimeno: <i>¿Qué es el clickbait y cómo usarlo con buenos propósitos?</i> - Artículo <i>What is an ecochamber?</i> -Gráfica Statista: <i>Número medio de ejemplares vendidos en quiosco de los principales periódicos generalistas en España en 2019 y 2020</i> - Artículo Big Tech <i>¿La próxima amenaza del sector bancario?</i> -Informe 'Digital 2022 April Global Statshot' de DataReportal, publicado en colaboración con We Are | <ul style="list-style-type: none"> -Infografía: <i>¿Qué se esconde detrás del clickbait?</i> -Gráfica Statista | | <ul style="list-style-type: none"> -Texto en negrita en palabras o fragmentos para resaltar la información -Destacados con citas |

| | | | |
|--------------------|--|--|--|
| Social y Hootsuite | | | |
|--------------------|--|--|--|

CAPÍTULO 4

| HIPERTEXTUAL | MULTIMEDIA | INTERACTIVO | OTROS |
|---|--|-------------|---|
| <p>-Gráfico Statista <i>Confianza de los españoles en los medios de comunicación a febrero de 2022</i></p> <p>-Twitter de Julián Macías, Alexandre López, Mar Iglesias, Marc Amorós y Rubén Sanz</p> <p>- Página web de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació</p> <p>-Artículo de First Draft: Understanding Information disorder</p> <p>- Video Youtube Cómo Cambridge Analytica analizó la personalidad de millones de usuarios de Facebook</p> <p>- Artículo <i>Fake news y coronavirus: la información como derecho y necesidad</i></p> <p>- Artículo propio</p> | <p>-Infografía: ¿Toda la desinformación tiene como fin engañar a las personas?</p> | | <p>-Texto en negrita en palabras o fragmentos para resaltar la información</p> <p>-Destacados con citas</p> |

| | | | |
|---|--|--|--|
| <i>Misinformation vs Disinformation</i> | | | |
|---|--|--|--|

CAPÍTULO 5

| HIPERTEXTUAL | MULTIMEDIA | INTERACTIVO | OTROS |
|---|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> -Artículo de El País: <i>Relato de un error de EL PAÍS</i> -Obituario en Inconsolata: <i>Crisis de medios, lo llaman</i> - Artículo <i>Soy un embustero, pero no un falsario</i> -Plataforma de Contratación del Sector Público -Canal de Youtube Compared comparison -Artículo Marca: <i>69 años del 'Partido de la Muerte'</i> -Artículo Revista Obdulio: <i>FC Start: el día en que los panaderos vencieron al ejército nazi</i> - Enlace propio a la entrevista de Sergio Sangiao - Twitter Noa de la Torre, Santiago Siguero y Unió de Periodistes Valencians- Artículo <i>Espejo Público lidera el</i> | <ul style="list-style-type: none"> -Tweets insertados a través de código HTML -Gráfica de elaboración propia: <i>Comparativa de ciertos productos que suscitaron polémica en las licitaciones de la cafetería-comedor del Ministerio de Trabajo</i> -Capturas de pantalla de elaboración propia -Imágenes cedidas -Vídeo de Youtube incrustado a través de código HTML | <ul style="list-style-type: none"> Foro de debate e interacción en el que los usuarios piden casos y nosotros los analizamos | <ul style="list-style-type: none"> -Texto en negrita en palabras o fragmentos para resaltar la información -Destacados con citas |

| | | | |
|---|--|--|--|
| <i>primer tramo de la franja matinal tras el comienzo de la guerra de Ucrania</i> | | | |
|---|--|--|--|

CAPÍTULO 6

| HIPERTEXTUAL | MULTIMEDIA | INTERACTIVO | OTROS |
|---|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Enlaces a tutoriales de herramientas de elaboración propia - Artículo <i>5 consejos para combatir las fake news científicas en tiempos de coronavirus</i> - Artículo <i>The 2022 Code of Practice on Disinformation</i> | <ul style="list-style-type: none"> Infografía: <i>Fake news. 6 consejos para que no te la cuelen</i> -Logos de las diferentes herramientas | <ul style="list-style-type: none"> -Tutorial herramientas | <ul style="list-style-type: none"> -Texto en negrita en palabras o fragmentos para resaltar la información -Destacados con citas |

6.7. Capturas de pantalla correos mandados de los que no hemos obtenido respuesta o nos han rechazado la entrevista

Trabajo Final de Grado: Fake news Recibidos x



Elena Puigvert Romero

Buenos días Jesús Miguel, Somos Carlos Climent y Elena Puigvert, estudiantes de periodismo en la Universitat Jaume I de Castellón. Estamos realizando el Trabajo

sáb, 12 feb, 11:16



JESUS MIGUEL FLORES VIVAR

Buenos días Elena, Lamento responder tarde. Vengo realizando un proyecto de investigación fuera de España por lo que mi conexión no es con la asiduidad acostumbr

lun, 14 feb, 14:03



Time to Check <timetochekkuji@gmail.com>

para JESUS

mar, 15 feb, 17:51

Gracias por tu respuesta Jesús Miguel, suerte en el proyecto.
Un saludo.

...

← Responder

➡ Reenviar

Trabajo Final de Grado: Fake news



Elena Puigvert Romero <timetochekkuji@gmail.com>

para verificartve@rtve.es

vie, 25 feb, 12:44

Buenos días,
Somos Carlos Climent y Elena Puigvert, estudiantes de periodismo en la Universitat Jaume I de Castellón. Estamos realizando el Trabajo Final de Grado (TFG) y lo hemos enfocado en el fenómeno de las fake news, desde qué son hasta cómo nos llegan, cómo las tratamos, de dónde provienen, cómo nos influyen, qué papel juega la nueva era digital, etc. Hemos revisado vuestro apartado de VerificaRTVE y creemos que sería interesante plasmar vuestra visión y conocimiento experto dentro del trabajo. Nos gustaría saber si os apetecería colaborar.
Esperamos vuestra respuesta.

Un saludo,
Carlos y Elena.

Enviado desde [Correo](#) para Windows

← Responder

➡ Reenviar

Trabajo Final de Grado



Elena Puigvert Romero <timetochekkuji@gmail.com>

para amaya.noain@urjc.es

vie, 25 feb, 12:53

Buenos días Amaya,

Somos Carlos Climent y Elena Puigvert, estudiantes de periodismo en la Universitat Jaume I de Castellón. Estamos realizando el Trabajo Final de Grado (TFG) y lo hemos enfocado en el fenómeno de las fake news, desde qué son hasta cómo nos llegan, cómo las tratamos, de dónde provienen, cómo nos influyen, qué papel juega la nueva era digital, etc. Hemos revisado tu perfil y creemos que sería interesante plasmar tu visión y conocimiento experto dentro del trabajo, especialmente poniendo el foco en la desinformación y la propagación de bulos durante la pandemia. Nos gustaría saber si te apetecería colaborar.

Esperamos tu respuesta.

Un saludo,

Carlos y Elena.

Enviado desde [Correo](#) para Windows

← Responder

➡ Reenviar

TRABAJO FINAL DE GRADO: FAKE NEWS



Time to Check <timetochekkuji@gmail.com>
para jesusespinosaglez ▾

lun, 28 feb, 13:14 ☆ ↶ ⋮

Buenos días Jesús,

Somos Carlos Climent y Elena Puigvert, estudiantes de periodismo en la Universitat Jaume I de Castellón. Estamos realizando el Trabajo Final de Grado (TFG) y lo hemos enfocado en el fenómeno de las fake news, desde qué son hasta cómo nos llegan, cómo las tratamos, de dónde provienen, cómo nos influyen, qué papel juega la nueva era digital, etc. Hemos revisado tu perfil y creemos que sería interesante plasmar tu visión y conocimiento experto dentro del trabajo. Nos gustaría saber si te apetecería colaborar.

Esperamos tu respuesta.

Un saludo,

Carlos y Elena.

↶ Responder

➡ Reenviar

Trabajo Final de Grado: Fake news Recibidos x



Elena Puigvert Romero

sáb, 12 feb, 11:18 ☆

Buenos días Julio, Somos Carlos Climent y Elena Puigvert, estudiantes de periodismo en la Universitat Jaume I de Castellón. Estamos realizando el Trabajo Final



Julio Lleonart

sáb, 12 feb, 11:32 ☆

Hola Elena y Carlos. Decidme en qué puedo ayudaros y cómo y veo la forma de hacerlo. Un afectuoso saludo. Julio Lleonart Crespo Consultor de Comunicación y Estr



Time to Check

jue, 17 feb, 18:00 ☆

Buenas tardes Julio, Gracias por tu respuesta. La intención que tenemos es realizar una entrevista sobre qué son las fake news, cómo nos llegan, cómo están crec



Time to Check <timetochekkuji@gmail.com>
para Julio ▾

sáb, 12 mar, 11:16 ☆ ↶ ⋮

Buenos días, Julio,

Perdona la tardanza en ponernos de nuevo en contacto contigo, como te dijimos, estábamos concretando algunas fuentes relacionadas con el proyecto. Tenemos la idea de ir a Madrid y realizar entrevistas presenciales con ciertos expertos en la materia. Nos gustaría saber si tú estarías dispuesto a participar en una de estas entrevistas. En tu caso, giraría en torno a las fake news en el "nuevo" paradigma digital y el papel que tienen las redes sociales en su difusión e impacto.

Esperamos tu respuesta.

Un saludo,

Carlos y Elena.



Trabajo Final de Grado: Fake News Recibidos x



Elena Puigvert Romero

jue, 17 feb, 17:52



Buenas tardes, Somos Carlos Climent y Elena Puigvert, estudiantes de periodismo en la Universitat Jaume I de Castellón. Estamos realizando el Trabajo Final de G



Itziar Bernaola

vie, 18 feb, 8:37



Buenos días, Enviadnos el cuestionario cuando lo tengáis y trataremos de responderos lo antes posible. Saludos.



Time to Check

sáb, 12 mar, 11:20



Buenos días, Itziar, Gracias por vuestra respuesta y perdona la tardanza en ponernos de nuevo en contacto contigo, estábamos concretando algunas fuentes relacio



Itziar Bernaola <itziar.bernaola@newtral.es>
para mí ▾

lun, 14 mar, 10:17



Hola, Carlos y Elena

Presencial lo veo muy complicado por las medidas Covid. Mandadme el cuestionario o los temas que vais a tratar y vemos quién os puede responder, quizá por teléfono.

Un saludo.

...

← Responder

➡ Reenviar

Trabajo Final de Grado: Fake news Recibidos x



Elena Puigvert Romero

jue, 3 mar, 11:17



Buenos días Álvaro, Somos Carlos Climent y Elena Puigvert, estudiantes de periodismo en la Universitat Jaume I de Castellón. Estamos realizando el Trabajo Final



Álvaro Trujillo

mié, 9 mar, 19:42



Hola Elena: Perdona la tardanza en contestar. Puedes contar con toda la información dada en el vídeo. En la descripción encontrarás enlaces que seguro serán de



Time to Check <timetochekkuji@gmail.com>
para Álvaro ▾

sáb, 12 mar, 11:56



Buenos días, Álvaro,

Gracias por tu respuesta, tendremos en cuenta las referencias que nos has facilitado, que seguro que son de nuestro interés.

La idea que teníamos era realizar una entrevista —a poder ser presencial—. ¿Sería posible? Nosotros somos de Castellón, y seguramente haremos un viaje a Madrid para realizar algunas entrevistas para nuestro proyecto. No sabemos si resides en Madrid, sino, no tendríamos problema en hacerla online cuando mejor te venga.

Un saludo,

Carlos y Elena

...

Trabajo final de grado: Fake news Recibidos x



Elena Puigvert Romero

Buenos días Myriam, Somos Carlos Climent y Elena Puigvert, estudiantes de periodismo en la Universitat Jaume I de Castellón. Estamos realizando el Trabajo Final

lun, 21 mar, 12:04



Globograma

Hola Elena y Carlos. Muchas gracias de verdad por vuestra atención hacia mi persona y hacia el fenómeno de la desinformación pero en estos momentos los profesion

lun, 21 mar, 13:51



Time to Check <timetochekuj@gmail.com>
para Globograma

mar, 22 mar, 11:24



Gracias por tu amable respuesta Myriam y enhorabuena por el trabajo que hacéis.

Te dejamos dos ideas sobre las que nos gustaría que hicieras, si fuese posible, una breve reflexión/explicación. Estamos realizando un reportaje multimedia sobre el fenómeno, por lo que si te viene mejor grabar en audio, nos sirve. Las ideas son:

- ¿Falta de alfabetización digital? El papel de las personas para frenar la desinformación
- ¿Qué/quién hay detrás de la información falsa
- ¿Qué puede hacer una persona no experta para verificar información del día a día?

No tenemos una prisa excesiva por lo no hace falta una respuesta inmediata.

Gracias de nuevo,

Un saludo.

...

Trabajo Final de Grado: Fake New



Elena Puigvert Romero <timetochekuj@gmail.com>
para mmadriga12003@gmail.com

mar, 22 mar, 11:56



Buenos días Marcelino,

Somos Carlos Climent y Elena Puigvert, estudiantes de periodismo en la Universitat Jaume I de Castellón. Estamos realizando el Trabajo Final de Grado (TFG) y lo hemos enfocado en el fenómeno de las fake news, desde qué son hasta cómo nos llegan, cómo las tratamos, de dónde provienen, cómo nos influyen, qué papel juega la nueva era digital, etc. Hemos revisado tu perfil y creemos que sería interesante plasmar tu visión y conocimiento experto dentro del trabajo, sobre todo haciendo referencia a las redes sociales y el entorno digital. Nos gustaría saber si te apetecería colaborar.

Esperamos tu respuesta.

Un saludo,

Carlos y Elena.

Enviado desde [Correo](#) para Windows

Responder

Reenviar

Trabajo Final de Grado: Fake News Recibidos x



Elena Puigvert Romero

vie, 25 mar, 12:18



Buenos días Eva, Somos Carlos Climent y Elena Puigvert, estudiantes de periodismo en la Universitat Jaume I de Castellón. Estamos realizando el Trabajo Final de



EVA HERRERO CURIEL

vie, 25 mar, 14:22



Buenas tardes Elena, en principio no tendría inconveniente para participar, pero mis obligaciones profesionales y personales me hacen difícil agendar de manera



Time to Check <timetochekuj@gmail.com>
para EVA

vie, 25 mar, 15:09



Buenas tardes!

Gracias por tu respuesta. Estamos realizando un reportaje transmedia y nos interesa tener contenido multimedia, por lo que la imagen sería importante. Nosotros vamos a Madrid, y el lunes 4 de abril podríamos a cualquier hora, no te robaríamos mucho tiempo (30 min aprox). No obstante, entendemos que no sea factible, por lo que de no ser posible lo podríamos hacer online.

Gracias de nuevo,
Carlos y Elena.

Responder

Reenviar

Trabajo Final de Grado: Fake news



Elena Puigvert Romero <timetochekuj@gmail.com>
para ruben.arcos@urjc.es

mié, 30 mar, 14:08



Buenas tardes Rubén,

Somos Carlos Climent y Elena Puigvert, estudiantes de periodismo en la Universitat Jaume I de Castellón. Estamos realizando el Trabajo Final de Grado (TFG) y lo hemos enfocado en el fenómeno de las fake news, desde qué son hasta cómo nos llegan, cómo las tratamos, de dónde provienen, cómo nos influyen, qué papel juega la nueva era digital, etc. Hemos revisado tu perfil y creemos que sería interesante plasmar tu visión y conocimiento experto dentro del trabajo, sobre todo haciendo referencia al entorno digital, la seguridad del usuario y la desinformación. Nos gustaría saber si te apetecería colaborar.

Esperamos tu respuesta.

Un saludo,

Carlos y Elena.

Enviado desde [Correo](#) para Windows

Responder

Reenviar

Trabajo Final de Grado: Fake news



Elena Puigvert Romero <timetochekuj@gmail.com>
para raul.magallon@uc3m.es

mié, 30 mar, 23:08



Buenas noches Raúl,

Somos Carlos Climent y Elena Puigvert, estudiantes de periodismo en la Universitat Jaume I de Castellón. Estamos realizando el Trabajo Final de Grado (TFG) y lo hemos enfocado en el fenómeno de las fake news, desde qué son hasta cómo nos llegan, cómo las tratamos, de dónde provienen, cómo nos influyen, qué papel juega la nueva era digital, etc. Hemos revisado tu perfil y creemos que sería interesante plasmar tu visión y conocimiento experto dentro del trabajo. Nos gustaría saber si te apetecería colaborar.

Esperamos tu respuesta.

Un saludo,

Carlos y Elena.

Enviado desde [Correo](#) para Windows

Responder

Reenviar

Trabajo Final de Grado: Fake news Recibidos x



Elena Puigvert Romero

mié, 30 mar, 23:09



Buenas noches Juan Pedro, Somos Carlos Climent y Elena Puigvert, estudiantes de periodismo en la Universitat Jaume I de Castellón. Estamos realizando el Trabajo



Juan Pedro Molina Cañabate

jue, 31 mar, 9:36



Hola, buenos días, Elena y Carlos: Gracias por vuestra invitación. Es un honor. Desgraciadamente, tengo demasiados TFG y TFM para tutorizar este cuatrimestre. E



Elena Puigvert Romero <timetochekuji@gmail.com>
para Juan

jue, 31 mar, 11:26



Buenos días Juan Pedro,

Gracias por tu respuesta. Entendemos que son momentos de mucho trabajo. Usaremos los documentos que has mencionado.

Un saludo,
Carlos y Elena.

Enviado desde [Correo](#) para Windows



Responder

Reenviar

ENTREVISTA TRABAJO FINAL DE GRADO: FAKE NEWS



Time to Check <timetochekuji@gmail.com>
para casero

jue, 28 abr, 10:48



Buenos días, Andreu,

Somos Carlos Climent y Elena Puigvert, estudiantes de periodismo en la Universitat Jaume I. Estamos realizando el Trabajo Final de Grado (TFG) y lo hemos enfocado en el fenómeno de las fake news, desde qué son hasta cómo nos llegan, cómo las tratamos, de dónde provienen, cómo nos influyen, qué papel juega la nueva era digital, etc. Hemos visto artículos tuyos acerca del tema y nos gustaría, si es posible, plasmar tu conocimiento en el trabajo. ¿Te apetecería colaborar? La idea sería realizar una entrevista presencial, ya que estamos elaborando un reportaje transmedia y es uno de los requisitos.

Esperamos tu respuesta.

Un saludo.

ENTREVISTA TRABAJO FINAL DE GRADO



Time to Check <timetochekuji@gmail.com>
para adolfo.carratala

mié, 18 may, 9:33



Buenos días, Adolfo,

Somos Carlos Climent y Elena Puigvert, estudiantes de periodismo en la Universitat Jaume I de Castellón. Estamos realizando el Trabajo Final de Grado (TFG) y lo hemos enfocado en el fenómeno de las fake news, desde qué son hasta cómo nos llegan, cómo las tratamos, de dónde provienen, cómo nos influyen, qué papel juega la nueva era digital, etc. Nos gustaría saber si te apetecería colaborar y realizar una entrevista presencial donde hablásemos de qué son las fake news y cómo han evolucionado/potenciado en la era digital.

Esperamos tu respuesta.

Un saludo.

Responder

Reenviar

6.8. Meme semanal en Twitter (#MdeMeme)



← Tweet



ojodepezz
@ojodepezz_

😓 Queda un mes para acabar el TFG, pero hoy es miércoles de #MdeMeme 🙄

Cuando analizas un tweet viral que emite desinformación y más del 40 % de las cuentas que interactúan terminan en 8 dígitos y no tienen ni foto de perfil ni seguidores ni tweets



21:00 · 01 jun. 22 · [Twitter Web App](#)

||| Ver actividad del Tweet

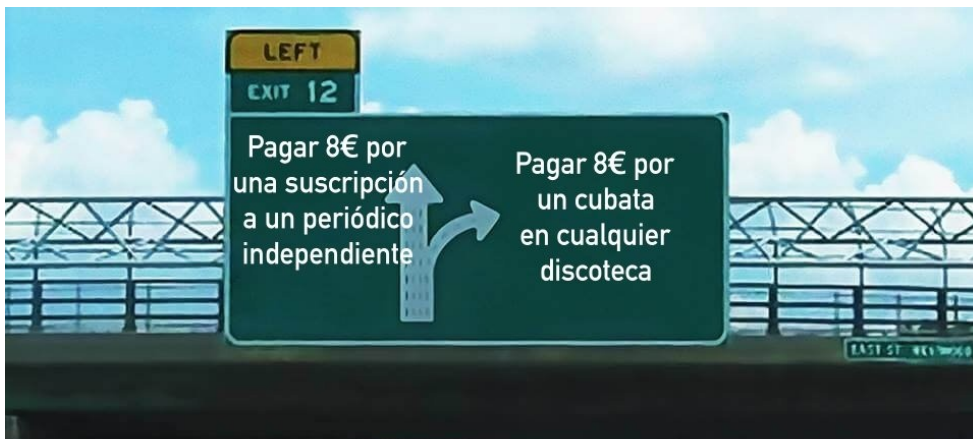
1 Me gusta



Pseudoperiodistas que difunden desinformación a través de redes sociales



Yo leyendo el cuerpo de una noticia que no tiene nada que ver con el titular





Cuando llevo
4 horas
informándome de
la guerra
entre Rusia y Ucrania
a través de Twitter



Pero me doy cuenta
de que no he
abierto ninguna
noticia,
la sobreinformación
me ha comido
y no recuerdo nada



**YO AGOBIADO POR
EL EXCESO DE
INFORMACIÓN**



**YO AGOBIADO POR EL
EXCESO DE INFORMACIÓN
PERO EN PRIMAVERA**



Leer a periodistas
contrastados, que
son especialistas en
la materia y aportan
contexto, causas y
consecuencias



Creerte el copia y
pega que te pasa
tu primo del grupo de
Telegram





La desinformación puede definirse como la difusión intencionada de información no rigurosa que busca minar la confianza pública, distorsionar los hechos, transmitir una determinada forma de percibir la realidad y explotar vulnerabilidades con el objetivo de desestabilizar. Estamos hablando de obtener ventajas políticas, de minar los valores democráticos, de extender una nueva narrativa para, en definitiva, cambiar nuestra realidad.

6.9. Formato videos Youtube

youtube.com/channel/UCJ8JJBkjv4qe3l-iOHCYdg/videos

Cerca

INICI VÍDEOS LLISTES DE REPRODUCCIÓ CANALS INFORMACIÓ

Pujades ORDENA PER

«Se puede cambiar esa realidad como se han...» Sense visualitzacions • fa 6 dies

«Tendemos mucho a generalizar y realmente no...» Sense visualitzacions • fa 6 dies

«Se están marcando más las líneas editoriales y el trabaj...» 1 visualització • fa 6 dies

«Hay una presión social de no moverte del rebaño» 2 visualitzacions • fa 6 dies

«Hay una 'clientela' que demanda información que l...» 4 visualitzacions • fa 6 dies

#11 ENTREVISTA CON JULIÁN MACÍAS | «Los algoritmos...» 6 visualitzacions • fa 6 dies

«Las personas tenemos debilidades y son fáciles de...» 2 visualitzacions • fa 9 dies

«Una tecnología es un dispositivo cultural que...» 1 visualització • fa 9 dies

«El medio genera las condiciones. Un medio no v...» 2 visualitzacions • fa 9 dies

«Tenemos mucha más información, pero no necesariamente...» Sense visualitzacions • fa 9 dies

youtube.com/channel/UCJ8JJBkjv4qe3l-iOHCYdg/videos

Cerca

INICI VÍDEOS LLISTES DE REPRODUCCIÓ CANALS INFORMACIÓ

6 visualitzacions • fa 6 dies 2 visualitzacions • fa 9 dies 1 visualització • fa 9 dies 2 visualitzacions • fa 9 dies Sense visualitzacions • fa 9 dies

#10 ENTREVISTA CON MANUEL GÉRTRUDIX BARRIO | «La...» 6 visualitzacions • fa 9 dies

«Cualquier medio también es una empresa y no trabaja p...» 2 visualitzacions • fa 13 dies

«Los propios estados o las propias RRSS deberían...» Sense visualitzacions • fa 13 dies

«Tiene que existir cierta disposición y entender esto...» Sense visualitzacions • fa 13 dies

ENTREVISTA M^o DEL CARMEN GÁLVEZ | «Existen...» 6 visualitzacions • fa 13 dies

«Hay mucha presión para trabajar de manera ágil y...» Sense visualitzacions • fa 2 setmanes

«Hay un submundo que se escapa del control de los...» Sense visualitzacions • fa 2 setmanes

«Los periodistas somos los garantes de que llegue una...» 1 visualització • fa 2 setmanes

ENTREVISTA NOA DE LA TORRE | «El valor del...» 8 visualitzacions • fa 2 setmanes











«En Maldita no nos gusta hablar de fake news, si algo...» 1 visualització • fa 3 setmanes

youtube.com/channel/UCJ8JiJBkv4qe3l-iOHCYdg/videos

YouTube ES Cerca

INICI VÍDEOS LLISTES DE REPRODUCCIÓ CANALS INFORMACIÓ

fa 2 setmanes fa 2 setmanes











| | | | | |
|---|--|---|--|---|
|  <p>«Es importante la política de corrección y rectificación, y...» 1 visualització • fa 3 setmanes</p> |  <p>«La herramienta para ir más allá de la simple verificació...» 2 visualitzacions • fa 3 setmanes</p> |  <p>«Pensar en un mundo sin ningún bulo, sin ninguna...» Sense visualitzacions • fa 3 setmanes</p> |  <p>ENTREVISTA CON SERGIO SANGIAO «En España falta...» 12 visualitzacions • fa 3 setmanes</p> |  <p>«Las redes no son responsables de nada, las...» Sense visualitzacions • fa 4 setmanes</p> |
|  <p>«Que haya mucha presencia tecnológica en la vida de la...» Sense visualitzacions • fa 4 setmanes</p> |  <p>«El pensamiento crítico tiene que ser algo...» Sense visualitzacions • fa 4 setmanes</p> |  <p>ENTREVISTA CON MIGUEL ÁNGEL RODRÍGUEZ «Hay que...» 3 visualitzacions • fa 4 setmanes</p> |  <p>«Vemos las redes como la plaza del pueblo, pero no es...» Sense visualitzacions • fa 1 mes</p> |  <p>«Las fake news son una causa o consecuencia de la...» Sense visualitzacions • fa 1 mes</p> |

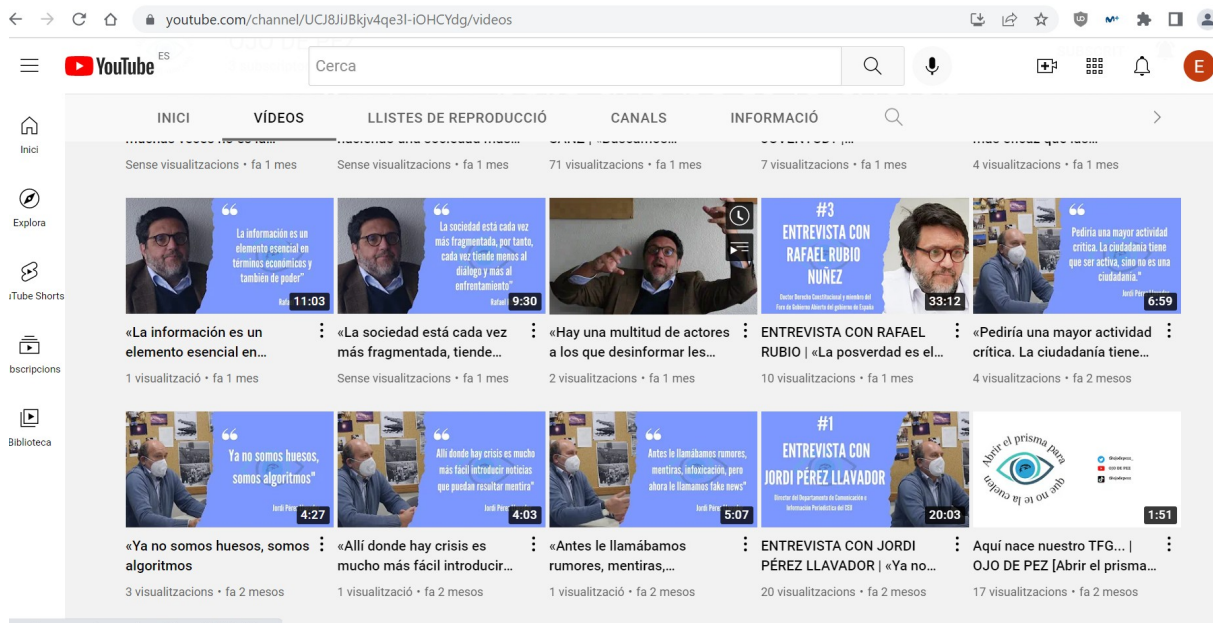
youtube.com/channel/UCJ8JiJBkv4qe3l-iOHCYdg/videos

YouTube ES Cerca

INICI VÍDEOS LLISTES DE REPRODUCCIÓ CANALS INFORMACIÓ

fa 4 setmanes fa 4 setmanes

| | | | | |
|--|--|--|---|--|
|  <p>«La inmediatez es un problema porque evita que...» Sense visualitzacions • fa 1 mes</p> |  <p>«Cuando la mentira o la desinformación apela a...» 2 visualitzacions • fa 1 mes</p> |  <p>ENTREVISTA CON ALEXANDRE LÓPEZ «Estar...» 17 visualitzacions • fa 1 mes</p> |  <p>«Es más fácil mentir a alguien que después convencerle d...» Sense visualitzacions • fa 1 mes</p> |  <p>«Los silencios son otra manera de manipular. Hay...» 2 visualitzacions • fa 1 mes</p> |
|  <p>«El cerebro lo que busca muchas veces no es la...» Sense visualitzacions • fa 1 mes</p> |  <p>«Cada vez nos estamos haciendo una sociedad más desconfiada, más paranoica...» Sense visualitzacions • fa 1 mes</p> |  <p>ENTREVISTA CON RUBÉN SANZ «Buscamos...» 71 visualitzacions • fa 1 mes</p> |  <p>¿CÓMO SE INFORMA LA JUVENTUD? ...» 7 visualitzacions • fa 1 mes</p> |  <p>«El poder político, por muy fuerte que sea, nunca va a poder ser más eficaz que las plataformas en la lucha contra la desinformación...» 4 visualitzacions • fa 1 mes</p> |



6.10. Contenido exclusivo de Spotify

Todos los episodios

- **¿Qué son los bots y cómo afectan a la desinformación?**

«Un bot es una cuenta automatizada, entonces, por ejemplo hay servicios de información sísmica o de incendios que son bots, son cuentas que automatizan la información», explic...

14 jun · 5 min 19 seg

- **Sobre los algoritmos...**

¿Quién no ha estado hablando con un amigo o amiga sobre algún producto y, al poco rato, le ha salido un anuncio de eso mismo que estaba hablando? o a quien no le ha sucedido...

14 jun · 5 min 9 seg

- **Radiografía a la desinformación | tiroteo escolar en texas**

El pasado 24 de mayo de 2022 sucedió en Texas un nuevo tiroteo escolar. Esta vez fue en la Escuela Primaria Robb de Uvalde, donde Salvador Rolando Ramos, con tan solo 18 años...

9 jun · 3 min 56 seg