



Centro de Investigación
Mente, Cerebro y
Comportamiento

Artículo: “El fact-checking en Twitter: un análisis del hashtag #StopBulos”

18/11/2021

CIMCYC Divulga

Un grupo de investigadores/as del Centro de Investigación Mente, Cerebro y Comportamiento de la Universidad de Granada (UGR), integrantes del Laboratorio de Psicología Social de la Desigualdad

(<http://wwwlocal.ugr.es/~psidesigualdad/>), han realizado un estudio en colaboración con la

Fundación Euroárabe de Altos Estudios y la Universidad de Salamanca

sobre la verificación de noticias falsas. En él, caracterizaron el uso del hashtag #StopBulos como una estrategia informal de verificación de la información en la red social Twitter.



Las **funciones principales** del hashtag #StopBulos son **identificar** y **desmentir** fake news, e informar sobre el fact-checking. Este hashtag, según los resultados obtenidos en la investigación, es **utilizado mayoritariamente por la ciudadanía** y **empresas privadas**, por encima de las empresas que se dedican al fact-checking. Además, se asocia con bulos relacionados con la **salud y belleza** o con la **inmigración y la xenofobia**.

Con el objetivo de identificar distintas comunidades que utilizasen el hashtag #StopBulos, según las interacciones entre los usuarios, **se aplicó un algoritmo** que identificó su uso por el **Cuerpo Nacional de Policía** o el **partido político Ciudadanos**, entre otros.

Más información en la publicación

https://www.researchgate.net/publication/355218599_Fact-checking_on_Twitter_An_analysis_of_the_hashtag_StopBulos

Investigador/a de contacto:

Mar Montoya Lozano

Departamento de Psicología Social de la UGR

@email

Despacho 344 del CIMCYC