



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

18/11/2021

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://www.local.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](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**