Redes sociales, Reputación digital y Comunicación 2.0

GENERALITAT VALENCIANA

IVACE INSTITUT VALENCIÀ DE COMPETITIVITAT EMPRESARIAL

UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Una manera de hacer Europa

CEEI VALENCIA
CENTROS EUROPEOS DE EMPRESAS INNOVADORAS

"Proyecto cofinanciado por los Fondos FEDER, dentro del Programa Operativo FEDER de la Comunitat Valenciana 2014-2020"

El nuevo escenario de trabajo 2.0: las redes y los medios sociales

Maria José Muñoz

¿Qué es una red social?

- Es una plataforma web que permite a los usuarios crear un perfil y enlazarlo con el de otras personas con las que además pueden comunicarse y compartir todo tipo de contenidos digitales.

- En una red social existe RECIPROCIDAD entre los contenidos que comparten los usuarios y esta es la principal característica.

Maria José Muñoz

El perfil personal

- En una red social tipo Facebook, es el espacio personal donde cada usuario registrado expone información sobre si mismo, comparte fotos, videos, noticias, eventos, enlaces y cualquier otro tipo de información en formato digital.

- Los perfiles son SOLO para las personas.

Maria José Muñoz

La página corporativa

- En una red social tipo Facebook, es el espacio disponible para que las empresas y entidades puedan exponer todo tipo de contenidos digitales con intención de promocionarlos ante su público objetivo con quien, además, interactúan y mantienen conversaciones.
- Aestas páginas el resto de usuarios de la red social pueden sumarse en calidad de fan o seguidor simplemente haciendo clic en el botón “Me gusta”.

- Las páginas son para empresas, organismos, entidades y famosos.

Maria José Muñoz

Logotipo cuadrado

Imagen de reclamo

Los grupos

- En una red social tipo Facebook, es el espacio disponible en donde los usuarios registrados en esa red pueden compartir intereses profesionales, aficiones o intereses comunes. Los grupos pueden ser abiertos –cualquiera puede unirse- o cerrados, en los que se necesita ser admitido por los moderadores del grupo. También pueden ser públicos o privados.

- Los grupos son recomendables para compartir experiencias profesionales o para comunicarse con colectivos definidos (proveedores, clientes, empleados,…).

Maria José Muñoz

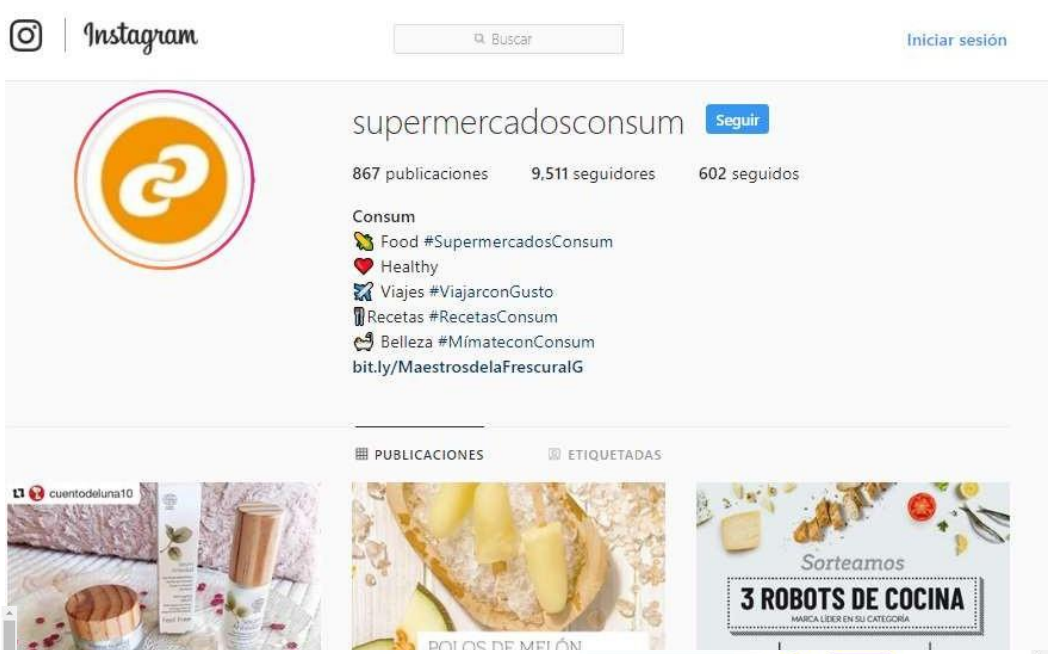
¿Qué es un medio social?

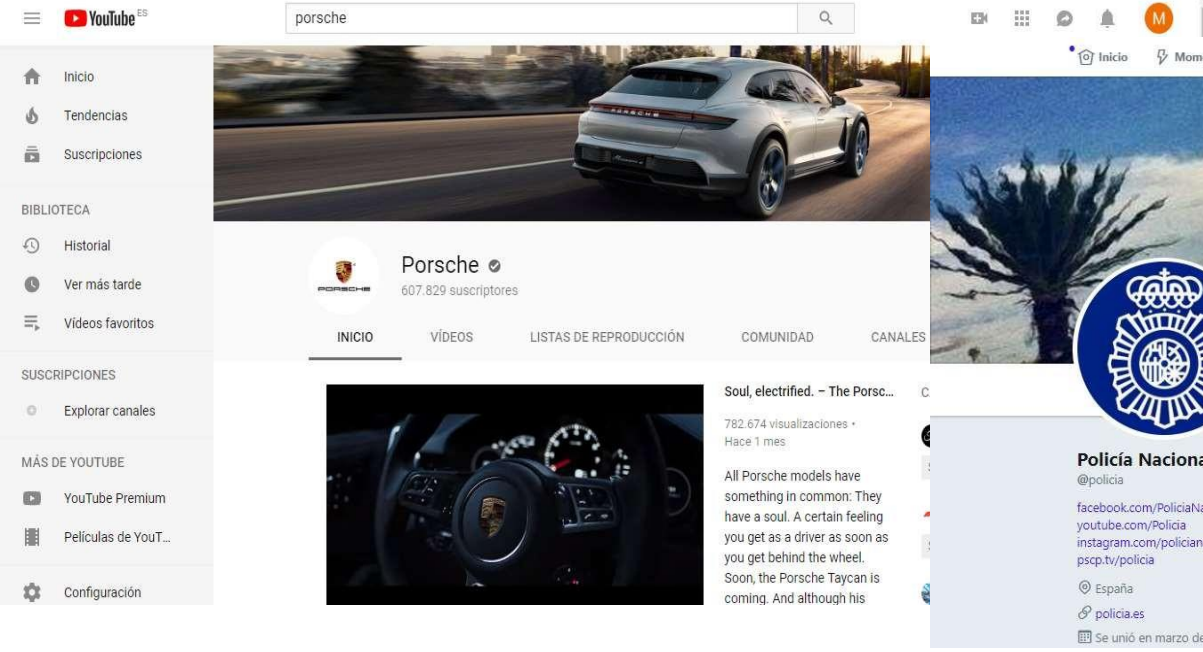
- En una plataforma web que permite a los usuarios crear y perfil y publicar contenidos digitales de algún tipo que cualquier usuario de Internet podrá ver y compartir, mientras que, los usuarios que están registrados en la misma plataforma, podrán, además, comentar y valorar ese contenido.

- En un medio social NO existe RECIPROCIDAD (yo puedo seguir a alguien pero ese alguien no está obligado a seguirme)

Maria José Muñoz

Wikipedia
La enciclopedia libre
Universidad de Alicante
La Universidad de Alicante (UA) (en valenciano, Universitat d'Alacant) es una universidad pública española con sede en San Vicente del Raspeig (Alicante). Esta universidad fue creada en octubre de 1979 sobre la estructura del Centro de Estudios Universitarios (CEU) que había comenzado a funcionar en 1968, y como heredera de la Universidad de Orihuela de 1569.
La Universidad de Alicante ofrece actualmente más de cincuenta titulaciones oficiales y propias de grado y posgrado y cuenta con más de setenta departamentos universitarios y unidades y grupos de investigación en áreas de ciencias sociales y jurídicas, experimentales, tecnológicas, humanidades, educación y ciencias de la salud, cinco institutos universitarios de investigación. Además cuenta con una extensa variedad de servicios.
Índice [ocultar]
1 Facultades y Escuelas
2 Otros centros
3 Institutos universitarios
4 Campus
4.1 Parque científico
4.2 Tranvía eléctrico
4.3 TRAM Metropolitano de Alicante
4.4 Cercanías RENFE
5 Deportes
6 Desarrollos de la Universidad de Alicante
7 Rectores
8 Alumnado
9 Profesores destacados
10 Antiguos alumnos célebres
11 Referencias
12 Enlaces externos
Universidad de Alicante
Lema
Tipo
Fundación
Localización
Dirección
Coordenadas
Administración
Rector/a
Financiamiento


Instagram
Buscar
Iniciar sesión
supermercadosconsum
Seguir
867 publicaciones
9,511 seguidores
602 seguidos
Consum
Food #SupermercadosConsum
Healthy
Viajes #ViajarconGusto
Recetas #RecetasConsum
Belleza #MímateconConsum
bit.ly/MaestrosdelaFrescuraIG
PUBLICACIONES
ETIQUETADAS
cuentodeluna10
Sorteamos
3 ROBOTS DE COCINA
MARCA LÍDER EN SU CATEGORÍA


YouTube ES
porsche
Inicio
Tendencias
Suscripciones
BIBLIOTECA
Historial
Ver más tarde
Vídeos favoritos
SUSCRIPCIONES
Explorar canales
MÁS DE YOUTUBE
YouTube Premium
Películas de YouT...
Configuración
Porsche
607.829 suscriptores
INICIO
VÍDEOS
LISTAS DE REPRODUCCIÓN
COMUNIDAD
CANALES
Soul, electrified. – The Porsc...
782.674 visualizaciones • Hace 1 mes
All Porsche models have something in common: They have a soul. A certain feeling you get as a driver as soon as you get behind the wheel. Soon, the Porsche Taycan is coming. And although his

Inicio
Momentos
Notificaciones
Mensajes
Buscar en Twitter
Twittear
Policía Nacional
@policia
facebook.com/PoliciaNacional
youtube.com/Policia
instagram.com/policianacional
pscp.tv/policia
España
policia.es
Se unió en marzo de 2009
Tweets 25,7 mil
Seguidores 3,14 M
Me gusta 27,5 mil
Momentos 329
Siguiendo
Tweets
Tweets y respuestas
Multimedia
Policía Nacional @policia · 2 h
¡Cómo han disfrutado l@s más peques en el de Cabuérniga (#Cantabria)! divirtiéndose con nuestros #héroesdecuatropatas y aprendiendo muchas cosas sobre los riesgos de #Internet.
A quién seguir · Actualizar · Ver todos
La Razón @larazon_es
Seguir
GDT Guardia Civil @GD...
Seguir
Dani Rovira @DANIRO...
Seguir

Podomatic, Inc. [US] | https://www.podomatic.com/podcasts/eactivo

Aplicaciones Twitter

podomatic

Listen Create Join/Sign in

Feed Quick Discovery Trending Following Playlists

Español Activo

By eactivo

Language Courses Tokyo 7 Followers 11 Episodes

Follow Share

Latest Episode 4 years ago

Las capitales españolas

Escucha el nombre de las capitales españolas y piensa a qué comunidades autónomas pertenecen

SUBSCRIBE NOW

Subscribe on iTunes

Subscribe to RSS Feed

Es seguro | https://es.scribd.com/user/65110602/Consum

Aplicaciones Twitter

SCRIBD Explorar Cuadros principales Buscar Iniciar Sesión Registrarse

Consum

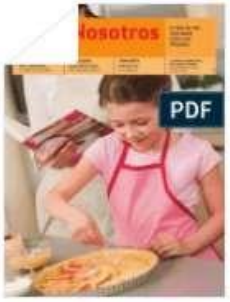
27
PUBLISHED

Consum es la mayor cooperativa del arco mediterráneo. Cuenta con más de 600 supermercados distribuidos por Cataluña, Comunidad Valenciana, Murcia, Castilla-La Mancha, Aragón y Anda... view more

Cargas

Ver Más

Consum Entrenosotros 65
CARGADO POR
Consum



Consum Entrenosotros 63
CARGADO POR
Consum

Consum Entrenosotros 68
CARGADO POR
Consum

Consum Entrenosotros 62
CARGADO POR
Consum

Revista Consum 69 Cast Pag Sueltas
CARGADO POR
Consum

Consum Entrenosotros 69
CARGADO POR
Consum

Consum Entrenosotros 64
CARGADO POR
Consum

Reading Lists

Ver Más

Es seguro | https://www.slideshare.net/presscambrabcn

Aplicaciones Twitter

SlideShare Search Upload Login Signup

Home Explore Presentation Courses PowerPoint Courses by LinkedIn Learning

Cambra de Comerç de Barcelona

Follow

242 SlideShares
31 Followers
0 Clipboards

Barcelona, Spain

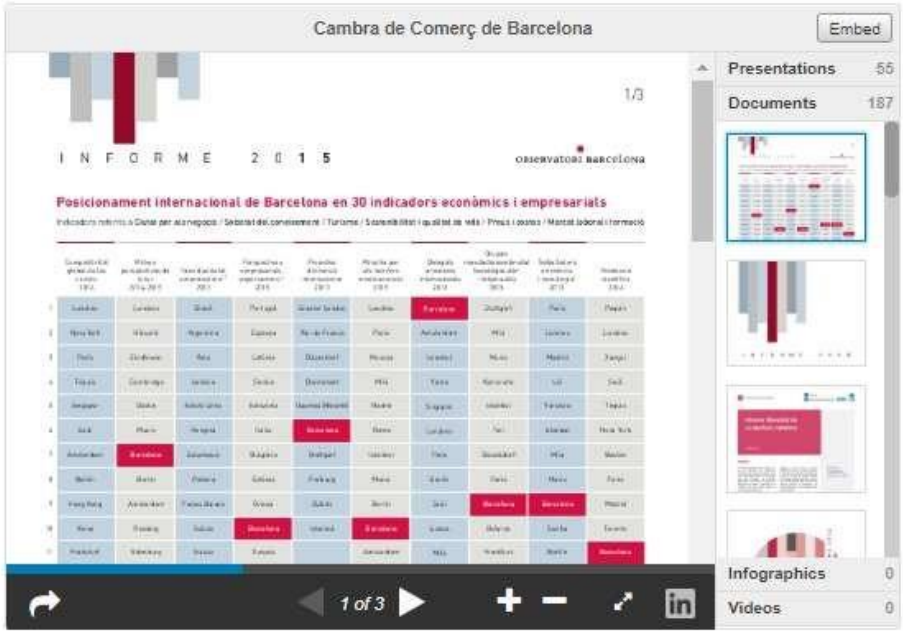
www.cambrabcn.org

Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona, corporació pública que vetlla pels interessos generals de l'activitat econòmica. Cámara de Comercio de Barcelona - Chamber of Commerce of Barcelona

Followers (31)

Following (1)

Tags (113)



Díptic informe Observatori Barcelona 893

Ventajas de estar en una red social para una empresa o institución

- Conocer directamente a su público objetivo sin necesidad de hacer estudios de mercado.
- Establecer un contacto o conversación permanente con la audiencia.
- Buscar a colegas de profesión o de sector empresarial con los que compartir experiencias.
- Localizar a proveedores para mejorar el proceso de compras de la empresa.
- Encontrar a clientes con los que ampliar nuestra cartera y nuestro mercado.
- Dar a conocer cualquier iniciativa, actividad, proyecto, interés o inquietud que se pueda tener.
- Crear grupos de discusión y de trabajo sobre cualquier área de negocio, de investigación o relacionada con el mundo de la empresa.
- Mantener la libreta de direcciones de nuestros contactos siempre actualizada.
- Estar por delante o a la misma altura en posicionamiento tecnológico que pueda estarlo la competencia.

Maria José Muñoz

Definición de la estrategia de comunicación a través de las redes y medios sociales

- ¿Necesitamos estar en la redes y medios sociales?
- ¿Cuáles son los objetivos MEDIBLES a alcanzar por medio de la web 2.0?
- ¿En que redes y medios sociales vamos a estar, en qué orden y por qué?
- ¿Qué inversión en tiempo, esfuerzo y dinero va a suponer?
- ¿Quién va a ser el responsable de la presencia en las redes y medios sociales?
- ¿Cómo vamos a prever y solventar las crisis que se nos planteen?
- ¿Para qué nos van a servir los casos de éxito?
- ¿Cuáles son nuestras debilidades y fortalezas?

Maria José Muñoz

Reglas de Netiqueta en las redes sociales

1. No hay que escribir NUNCA en mayúsculas. Ni en el propio muro. Ni en el muro de los demás. Ni en los mensajes privados. Las mayúsculas en Internet se consideran gritos y producen mucho rechazo. Es una falta de consideración. En Facebook además queda bastante mal el lenguaje que emplean los preadolescentes en el Messenger. Las faltas de ortografía dan una mala imagen de cualquiera, especialmente si es adulto.
2. No hay que publicar en el muro de otra persona un mensaje que solo le interesa a esa persona o que solo ella puede interpretar. Supone una falta de consideración para sus amigos a los que dicho mensaje no les interesará o no lo podrán entender bien porque carecen de información. Para eso están los mensajes privados.
3. Nunca hay que publicar en el muro de una persona algún mensaje o comentario que le pueda perjudicar poniendo en entredicho su prestigio personal o profesional entre sus amistades. Las bromas, mejor en privado también.
4. Si se dispone de un blog, las actualizaciones hay que anunciarlas en el muro propio, en donde pone "qué estás pensando". No hay que enviar un mensaje privado a todas las personas que tengas agregadas como contacto por algo que no es privado, ni afecta a la persona en particular. Hacer esto constituye un modo de hacer spam y no es bien recibido por los usuarios.

Maria José Muñoz

Reglas de Netiqueta en las redes sociales

5. Cuando se envían mensajes privados informando de la creación de un grupo o página nunca hay que hacerlo con copia abierta a todos los contactos. Es preferible informar de la creación de un grupo o página en el propio muro y que sean nuestros contactos los que, voluntariamente, se den de alta en ellos.
6. Cuando alguien por error envía un mensaje privado con copia abierta a todos sus contactos hay que responderle solo a esa persona y no a todos sus contactos a los que, nuestra respuesta, no tiene porque interesarles y les inunda su buzón de entrada.
7. Jamás hay que invitar a una persona a que forme parte de un grupo o se haga fan de alguna página, en su muro. Es un claro ejemplo de abuso además de un modo de actuar muy invasivo.
8. No debemos anunciar tampoco algo de nuestro interés en los muros de los demás, por ejemplo, una página web, un blog, un libro o lo que sea. Eso es spam. La autopromoción la debemos hacer en nuestro propio muro y hay que esperar a que sean los demás quienes, si les parece interesante lo que anunciamos, lo compartan en sus muros con sus contactos.
9. No hay que invitar a un evento a personas que residen en otras ciudades porque normalmente se ven obligadas a decir que no asistirán. Ante la duda hay que publicar el evento en nuestro muro y dejar que los que estén interesados se vayan sumando y al igual que en el caso anterior, si ven que el evento puede ser interesante para sus amigos, compartirlo en sus muros.

Maria José Muñoz

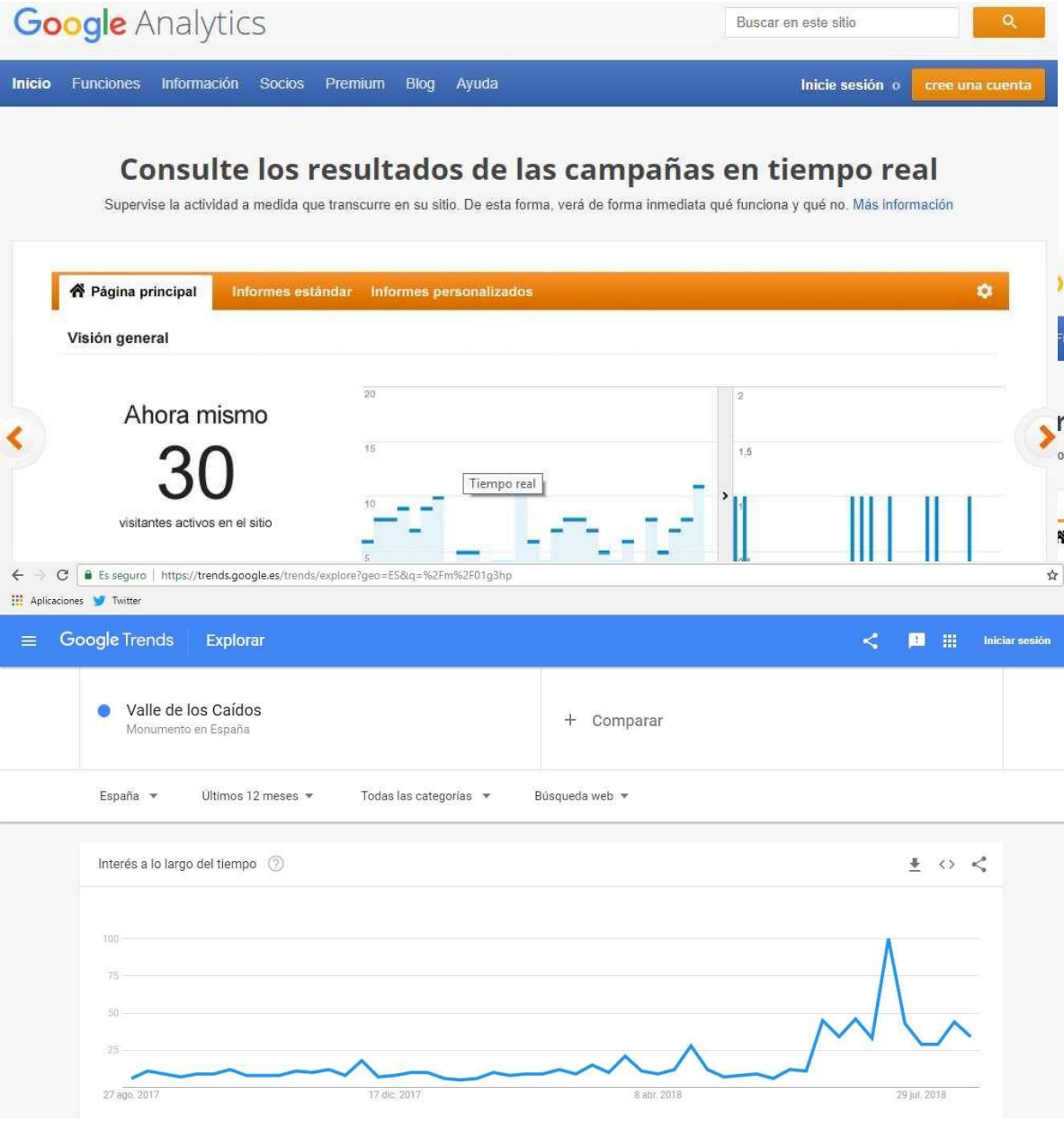
Reglas de Netiqueta en las redes sociales

10. Perseguir a los usuarios sirve de bien poco. Cuando alguien invita reiteradamente a que se una a un grupo, a una causa que no lo es, o invade los muros y grupos ajenos promocionando algo de su interés pero no del de los demás, acaba siendo expulsado de los contactos y también de Facebook. Hay que tener siempre presente si con nuestras publicaciones estamos aportando valor en forma de conocimiento a los demás. Es bueno no ser monotemático porque eso aburre a nuestros contactos quienes, disimulando y aprovechando que la red no informa de cuando alguien se da de baja, nos irán eliminando.
11. No se deben publicar fotos en las redes sociales en las que salen otras personas sin permiso previo de ellas, incluso si las fotos son poco comprometidas.
12. No se debe etiquetar a personas en una foto, sin permiso previo, porque es información que invade los muros de esas personas, que pueden considerar intrusiva y de poco valor.
13. Cuando se redacta una nota en Facebook, solo se debe etiquetar a aquellos contactos a los que se hace mención expresa en esa Nota. Jamás se debe etiquetar en una Nota a una persona que no sale en el texto, ni tiene relación alguna con el mismo.
14. Hay que observar los muros de nuestros contactos para determinar si a esas personas les divierten y utilizan los besos, abrazos y dibujos. En cualquier caso y pese a que su uso se ha extendido, se debe aplicar el sentido común para no molestar a nuestros contactos.

Maria José Muñoz

Herramientas de gestión ymonitorización

Maria José Muñoz


Google Analytics
Buscar en este sitio
Inicio Funciones Información Socios Premium Blog Ayuda
Inicie sesión o cree una cuenta
Consulte los resultados de las campañas en tiempo real
Supervise la actividad a medida que transcurre en su sitio. De esta forma, verá de forma inmediata qué funciona y qué no. Más información
Página principal Informes estándar Informes personalizados
Visión general
Ahora mismo
30
visitantes activos en el sitio
Tiempo real
Es seguro | https://trends.google.es/trends/explore?geo=ES&q=%2Fm%2F01g3hp
Aplicaciones Twitter
Google Trends Explorar
Iniciar sesión
Valle de los Caídos
Monumento en España
Comparar
España
Últimos 12 meses
Todas las categorías
Búsqueda web
Interés a lo largo del tiempo
100
75
50
25
27 ago. 2017
17 dic. 2017
8 abr. 2018
29 jul. 2018

gle Analytics
Buscar en este sitio
Funciones Información Socios Premium Blog Ayuda
Inicie sesión o cree una cuenta
redes sociales tienen un valor, y nosotros podemos decirle cuál es
o se fíe de las conjeturas en lo que respecta a su inversión en redes sociales. Obtenga opiniones y datos sobre los que pueda actuar. Más información
Página principal Informes estándar Informes personalizados
vidades
Ver:
1 – 7 de 7
Red social original y acción
Actividades sociales
Google+: +1 2.200
Facebook: Me gusta 2.013
Delicious: marcador 1.459
Read it later: Leído 1.234
Google+: Compartir 1.034
8%
14%
14%
30%
34%

Es seguro | https://tweetdeck.twitter.com

Aplicaciones Twitter

1 Inicio @mjmunozg

eldiario.es @eldiarioes now
‼ La investigación parlamentaria sobre Juan Carlos I busca desvelar si se produjeron "extorsiones" al Estado eldiario.es/politica/inves… Informa @ikaitor

Levante-EMV @levante_emv now
Los #contratos temporales convertidos en indefinidos logran la cifra más alta desde 2008 levante-emv.com/economia/2018/…

Toda la Politica @TodaLaPolitica now
El juicio que absolvió a un empresario de A Coruña deberá repetirse por parcialidad del tribunal goo.gl/15SE3H

Marisol Hernández retwitteó

2 Notificaciones @mjmunozg

Tipos de notificaciones
Tweet contenido
Tweet autores
Preferencias
Pequeños medios

Claro retirar

Xustin Hoffman 1d
Retweeteado
Maria Jose Muñoz @mjmunozg 1d
Se puede ser joven pero tener ideas antiguas # ojito

A **suzannekohnbluvol** le gusta 1d
Maria Jose Muñoz @mjmunozg 1d
Se puede ser joven pero tener ideas antiguas # ojito

MR Electrique @MRElectrique 2d
@ mjmunozg y yo iremos esta semana. Y luego nos tomaremos un

3 Mensajes @mjmunozg

Tweet contenido
Tweet autores
Preferencias

Claro retirar

miquel à. múrcia … 29 de junio
¡Hola! El sopar serà a les 21: 30h. Són 15 € entra barra lliure, 5 cintas i café-cremaet. És important ressenyar que la beguda lliure comença qu …

Lucre @lucreciadeborja 27 de junio
Gracias

BeefRiter Barberá @bifit… 16 de junio
muertos no pero les deseo un karma superchungo :-)))

Bonifacio @btobarra 6 de junio
Y me da esperanza …

Andreu Escri… 6 de diciembre de 2017
Imagen adjunta

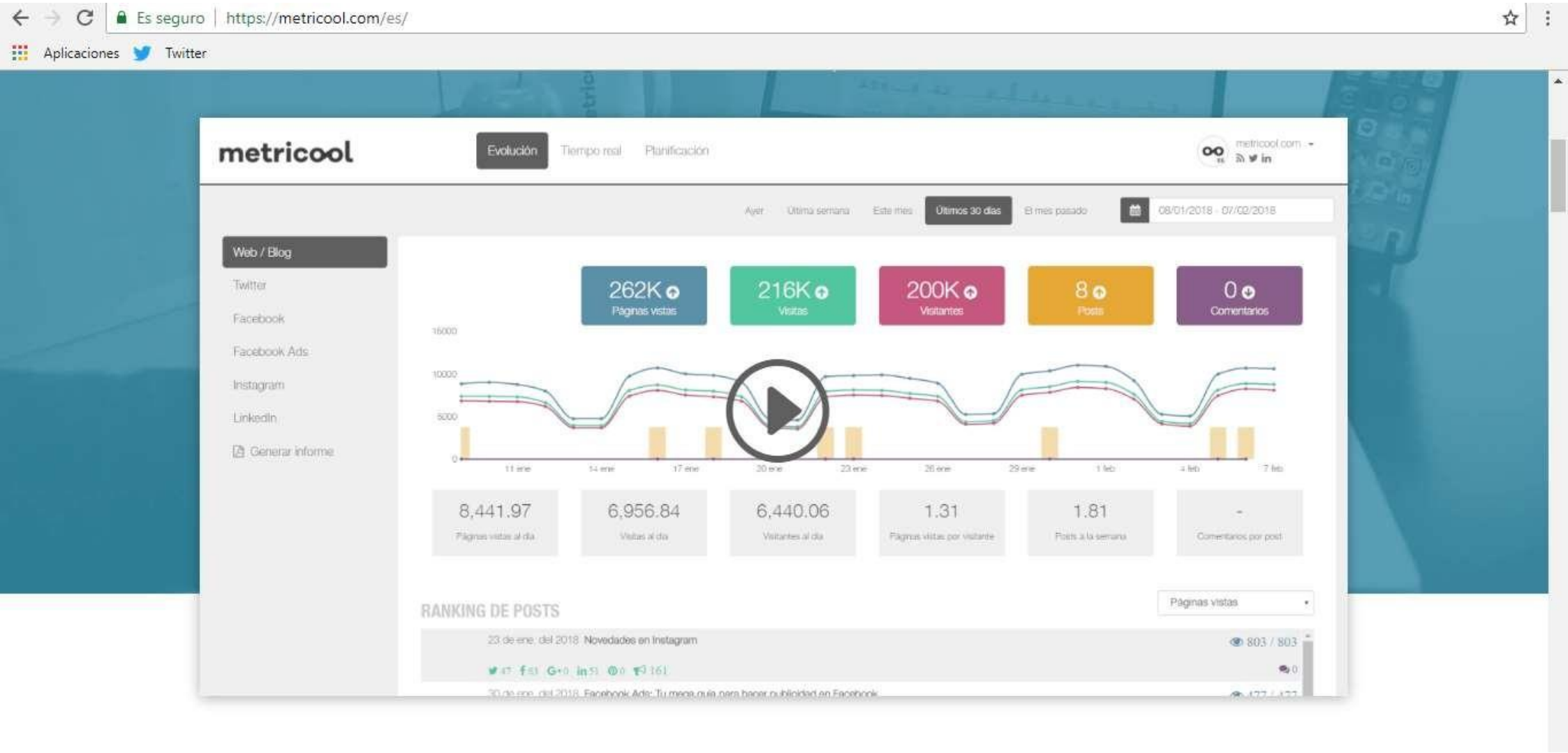
IreCastelló … 27 de noviembre de 2017
twitter.com/i/stickers/ima…

4 Actividad @mjmunozg

A La figa ta tia le gusta
Nineta @cynicspunk 1m
En respuesta a @Redeula @siamaxedne
Hola, he ejercitado que no es poder para, el millor és nadar de esquena y el crowl. Majoritàriament jo nade d'esquena

A Patricia Castro le gusta
Miriam C. @miriam_chic 7m
El guardia civil de La Manada dice que tiene ganas de hablar pero que no es el momento ni el lugar. PERO QUÉ VAS A CONTARNOS TÚ, PEDAZO DE MIERDA ‼

A Ferran Barberá le gusta
Alicante Plaza @alicanteplaza 2h
OpiniónAP Conjugar el verbo planificar, por Natxo Bellido (@ NatxoBellido) buff.ly/2LCAq9z


Es seguro | https://metricool.com/es/
Aplicaciones
Twitter
metricool
Evolución
Tiempo real
Planificación
metricool.com
Ayer
Última semana
Este mes
Últimos 30 días
El mes pasado
08/01/2018 - 07/02/2018
Web / Blog
Twitter
Facebook
Facebook Ads
Instagram
LinkedIn
Generar informe
262K
Páginas vistas
216K
Visitas
200K
Visitantes
8
Posts
0
Comentarios
16000
10000
5000
0
11 ene
14 ene
17 ene
20 ene
23 ene
26 ene
29 ene
1 feb
4 feb
7 feb
8,441.97
Páginas vistas al día
6,956.84
Visitas al día
6,440.06
Visitantes al día
1.31
Páginas vistas por visitante
1.81
Posts a la semana
-
Comentarios por post
RANKING DE POSTS
Páginas vistas
23 de ene. del 2018 Novedades en Instagram
803 / 803
161
0
30 de ene. del 2018 Facebook Ads: Tu mega guía para hacer publicidad en Facebook

Consejos para mejorar la reputación en las redes sociales

- Hay que cuidar las imágenes (fotos, videos, logos, …).
- Hay que cuidar al extremo la redacción de los contenidos y evitar las faltas de ortografía, así como, las palabras o expresiones que pueden resultar ofensivas.
- Hay que plantear las normas de relación con los usuarios con claridad. No se puede estar cambiando de criterio con frecuencia o hacer distinciones.
- Hay que aceptar las críticas y entenderlas como una oportunidad de mejora. Responder airadamente es contraproducente.
- Hay que ser participativo y aportar contenidos interesantes, diferenciados y que aporten valor sin saturar a losseguidores.
- Hay que adecuar el mensaje al canal donde se realice.

Maria José Muñoz

@xavicalvo
Xavi Calvo

Qué mala leche: twitpic.com/6rzmmo Señores de @Donettes, frivolizar con según qué cosas para hacer marketing es lamentable.

Xavi Calvo
@xavicalvo
Seguir

Porque lo que ha hecho @Donettes es moralmente y estéticamente feo (twitpic.com/6rzmmo) #boicotDonettes hasta que retiren esa frase.

RETWEETS 25 ME GUSTA 2

22:11 - 28 sept. 2011

Aveces, las crisis en redes sociales mal gestionadas surgen de decisiones previas poco adecuadas. O de campañas en las que se juega demasiado con ideas políticamente incorrectas.

Donettes eligió el eslogan “Apedir, al metro” para mostrarlo en todos susproductos.

Un usuario de Twitter reprobó a la marca el uso de este mensaje. Una crítica que se expandió incluso aunque el usuario no tuviera más de 2.000 seguidores. Elmensaje fue retuiteado con tal intensidad que en cuestión de pocas horas el hashtag #boicotdonettes llegó a ser trending topic en todo el país.

Apenas 24 horas después del tuit de la discordia Donettes volvió a publicar un mensaje aclaratorio disculpándose: “Estamos de acuerdo con vosotros y os pedimos disculpas. Vamos a retirar los packs lo antes posible”.

Durante ese día, la compañía estuvo continuamente disculpándose con todos los usuarios a través de Twitter. De hecho, intercambió más de 80 mensajes.

Además, Donettes fue un paso más allá, y también se puso en contacto con la primera persona en publicar un mensaje crítico. Lo que ayudó a que el propio usuario publicara posteriormente un mensaje felicitando a la empresa por la manera de arreglar esta crisis digital.

Consejos para gestionar las crisis

- Hay que tener previsto un protocolo de actuación y en él la cadena de recogida de información y toma de decisiones.
- Hay que tener jerarquizados los potenciales problemas y las posibles soluciones en respuesta a los mismos.
- Nunca hay que borrar los comentarios y quejas, salvo que incluyan insultos o sean falaces. En este segundo caso, hay que denunciar al usuario que las ha realizado si se presume 'maliciosidad'.
- Hay que bloquear la entrada a los 'trolls'.
- Hay que dar respuesta rápida a los comentarios incluso si son negativos, ya que estos dan credibilidad a los positivos.
- Hay que responder con cautela y prudencia pensando en las consecuencias jurídicas de la respuesta.

Y…consejos para que no te la cuelen…. ¡maldito bulo!

MALDITA.ES
MALDITO BULO

www.maldita.es/malditobulo/

Maria José Muñoz

Las fake news en redes sociales y el poder de Whatsapp

- ¿Ha oído hablar de la fábula de la ardilla de Estrabón?, aquel historiador romano que escribió en el libro tercero de su Geografía que una ardilla podía recorrer el mapa entero de España, desde Gibraltar hasta los Pirineos, saltando de árbol en árbol. ¿La oyó? Vale, pues era mentira.
- Era una leyenda fake pero nos gustó tanto creer que España era verde y frondosa que la ardilla se hizo viral antes de que ni siquiera existiera la palabra viral.
- El Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) confirmó que en la actualidad las noticias falsas se difunden seis veces más rápido que las reales, que saltan de móvil en móvil como si fueran la ardilla de Estrabón y que llegan más lejos, más profundamente, con más velocidad y a más gente.
- Esto funciona con los rumores, con las fake news, y funciona, ahora también, con la estrategia política.
- Bolsonaro no participó en debates de televisión ni hizo campaña en la calle tras ser apuñalado en un acto electoral. No le hizo falta. Según un informe de Datafolha, el 61% de sus votantes se informó durante las elecciones a través de WhatsApp. Una investigación del periódico Folha de S. Paulo desveló después que el 97% de esas noticias que compartían en sus móviles los seguidores del nuevo presidente eran falsas o manipuladas.

Maria José Muñoz

Las fake news en redes sociales y el poder de Whatsapp

- WhatsApp permite llegar a los teléfonos móviles en una plataforma de amplísima difusión, prácticamente del 100%, con unos niveles de descentralización extraordinariamente difíciles de controlar.
- En redes como Facebook o Twitter es más sencillo identificar el origen de cualquier contenido, que además puede ser rebatido, desmentido o reafirmado en el mismo espacio, en el mismo hilo de conversación. En WhatsApp es difícil operar desde el punto de vista de la contraofensiva, así que quien tenga mayor capacidad para difundir contenidos y esparcirlos va a tener mayor capacidad competitiva. Y,encima, si no tienes esa capacidad para generar contenidos, te los puedes inventar.
- WhatsApp es un canal ideal para alimentar día a día, gota a gota, las autoconvicciones y los prejuicios de la gente… toca la fibra emocional, más allá de la verdad.
- Hoy los emisores de contenidos no son sólo los medios, somos cada ciudadano con el móvil en las manos, manejando contenidos excéntricos, provocadores, que intentan simplemente que lo reenvíes, aunque no lo consumas. Que lo abras y lo reenvíes. Es exponencial. Empiezas con un grupo de 10. Si esos 10 generan otros grupos de 10, ya tienes 100. Ysi esos 100 tienen otros 10, ya no tienes 1.000 tienes 10.000.
- Este es el poder de WhatsApp: llegar a aquel fontanero y al ama de casa, al primo de Murcia y al cuñado, porque te lo envía “tu gente”, es el boca-oreja de toda la vida.

Maria José Muñoz

Herramientas para que sea un poco más difícil que “te la cuelen” en redes sociales, una web o Whatsapp.

- Grupo 1: No te importa que te cuelen milongas siempre que estas te den la razón o refuerzen lo que piensas. Si te reconfortan en tus creencias, ¿qué mas da? En este caso, olvídate del resto del texto.
- Grupo 2: Si crees que aún existe la información veraz y quieres, además, manejar tu pequeño arsenal para hacer algunas comprobaciones. En este caso, sigue leyendo.
  - Incluye esta dirección web en tu lista de favoritos: http://www.tineye.com . Es un buscador de imágenes.
  - Cómo funciona:

    1- Tienes delante una foto que te ha llegado por….. y no lo ves muy claro.

    2 - Abres el ordenador y entras en http://www.tineye.com . Es un buscador de imágenes

Maria José Muñoz

Herramientas para que sea un poco más difícil que “te la cuelen” en redes sociales, una web o Whatsapp.

3Vas a la lupa de buscar y copias el enlace web de la foto o haces una captura de pantalla y la subes.

4Activas así la búsqueda de la imagen en varios buscadores en todo el mundo.

5- Con los resultados sabrás dónde se ha publicado, cuándo y en qué noticias.

- Entra en Google www.Google.es y copia en la barra de búsqueda el titular de esa noticia o esa frase que te tiene alucinado/indignado/sorprendido.
- Puede suceder que:

  1)Sea cierta y la publique un medio/organismo/institución solvente.

  2)Sea falsa cual euro de goma y esté publicada en un montón de webs ‘rarunas’, señal de que fue concebida para que picaras y compartieras.

  3)Que haya sido pasada por el filtro de una unidad de verificación de noticias en cualquier parte del mundo y accedas a ese trabajo.

Herramientas para que sea un poco más difícil que “te la cuelen” en redes sociales, una web o Whatsapp.

•¿Has leído algo en Facebook, Twitter o Whatsapp que ha provocado en ti una emoción potente y muchas ganas de compartirlo? ¿Has compartido? Es exactamente lo que se busca para que la noticia (verdadera o no) o el vídeo (verdadero o no) se difunda hasta el infinito.
•Pero… ¿Qué gana el que quiere que compartamos esas falsas noticias?

1Dinero: Cuánto más compartas tú, más dinero ganan ellos con publicidad. Sí, son esas webs que pretender ser medios sin serlo y se inventan noticias y titulares.
2La guerra ideológica. Hacerte creer determinadas realidades (sean ciertas o no) que te lleven a pensar que lo mejor que le puede suceder a tu país es…. Vamos, lo que viene siendo manipularte…

•Una joya: https://web.archive.org/ . El ‘Cuéntame” de las webs del mundo. Pon el nombre de la web y sabrás cuándo fue creada así como el calendario de su actividad.

•En Twitter hay millones de cuentas automatizadas creadas para inflar los seguidores o amplificar la difusión de noticias. De acuerdo. ¿Cómo saber si esa cuenta es un ‘bot’?. Con esta herramienta: https://botometer.iuni.iu.edu/#!/ .
•Pon en el buscador el nombre de la cuenta. Muy interesante observar (segunda foto) el horario de tuiteo. Horario fijo y ordenado: automatización, ergo, es un ‘bot’.