

**CENID** CENTRO DE  
INTELIGENCIA DIGITAL  
PROVINCIA DE ALICANTE

## PROYECTO

Estudio de las necesidades tecnológicas  
para la detección precoz de bulos

**FakeFreeAdmin**

## Actividad 1

Análisis de información digital y  
repercusión de las *fake news* en el ámbito  
municipal de la provincia

INFORME CENID-FFA-20/01

# Indice

<b>Indice</b>	<b>2</b>
<b>Introducción</b>	<b>3</b>
<b>Tareas</b>	<b>4</b>
Tarea 1.1. Definición de indicadores relevantes	6
Tarea 1.2. Elaboración del cuestionario	8
Tarea 1.3. Chequeo del cuestionario por especialistas en metodología sociológica	9
Tarea 1.4. Agrupación de municipios por tipología	10
Tarea 1.5. Selección de una muestra de municipios relevantes	15
Tarea 1.6. Distribución del cuestionario en los municipios relevantes	16
Tarea 1.7. Recolección de datos	18
Tarea 1.8. Informe de análisis de resultados obtenidos por tipología	19
Ayuntamiento como emisor de noticias	19
Web del ayuntamiento	19
Perfil en redes	20
Datos en Twitter	21
Datos en Facebook	22
Datos en Instagram	23
Datos en Whatsapp	24
Datos en Telegram	25
Otras redes sociales	26
Estrategia de comunicación en redes	26
Percepción de las noticias falsas	28
Afectación por noticias falsas	28
Seguimiento y desmentido de noticias	29
Formación	31
<b>Anexos</b>	<b>36</b>
ANEXO I: Cuestionario sobre el impacto de las Fake News en los municipios de la provincia de Alicante	36

## Introducción

*Fake news* es “información falsa y a menudo llamativa que se difunde bajo la apariencia de una noticia” (Collins Dictionary). También ha sido definida como “información mendaz, engañosa o errónea, que pretende hacerse pasar por una noticia real sobre política, economía o cultura” (Oxford Institute for the Study of Computational Propaganda).

La circulación de FNs entre la población provoca situaciones de desinformación entre aquellos que las reciben y creen en ellas. El I Estudio sobre el Impacto de la Fake News en España (2017)<sup>1</sup>, realizado por Simple Lógica en colaboración con el Grupo de Investigación en Psicología del Testimonio de la Universidad Complutense de Madrid, reveló que el 86% de la población no es capaz de distinguir las noticias falsas de las verdaderas. Este escenario genera frecuentemente situaciones de confusión, y en ocasiones se convierten en una peligrosa arma contra los intereses de la ciudadanía y las actividades de las instituciones, atentando contra la seguridad y bienestar de la población. La detección precoz de FNs junto con las consiguientes acciones para contrarrestarlas son fundamentales para garantizar los derechos y la seguridad de los ciudadanos.

El objetivo principal de este trabajo es ofrecer a las administraciones de la provincia una radiografía del impacto de los bulos y las fake news en el ámbito provincial. Para ello, es necesario conocer las necesidades tecnológicas que permitan monitorizar la información que se difunde a través de redes sociales, ya sea de las administraciones de la provincia o de perfiles particulares, para determinar qué herramientas pueden detectar automáticamente la difusión de bulos, así como desmentir noticias falsas de la manera más eficiente y objetiva posible. El contexto descrito anteriormente es el punto de partida del estudio que se detalla en los informes surgidos del desarrollo de cuatro actividades que muestran a continuación.

En la actividad 1 se definen los indicadores principales de análisis para analizar la información digital y las redes sociales y la repercusión de las fake news (FN) en el ámbito provincial. Seguidamente se elabora un cuestionario para realizar una amplia encuesta a una veintena de municipios de la provincia de Alicante de diverso tamaño y número de población. Este análisis se realizará de manera agrupada por poblaciones según el número de habitantes, ya que la población es un criterio determinante para definir el alcance de estos bulos, cómo se viralizan según la masa poblacional y de qué manera afecta a los municipios. Los resultados de esta encuesta según la

---

<sup>1</sup> I Estudio sobre el Impacto de la Fake News en España (2017). Consultado <https://bit.ly/330FtCR>

tipología del municipio mostrarán las necesidades para atajar los bulos y las fake news en los municipios alicantinos y servirán para definir una hoja de ruta que propondrá soluciones que eviten la propagación de noticias falsas en el ámbito provincial.

La segunda actividad analiza y detalla las necesidades tecnológicas y requisitos de automatización de los bulos en la provincia de Alicante. Con la finalidad de profundizar en la radiografía de las fake news locales, el equipo muestra los resultados del análisis cualitativo y cuantitativo de un conjunto de bulos en el ámbito provincial, así como la monitorización de aquellos bulos que fueron registrados durante agosto de 2020 a través de herramientas de escucha y rastreo de noticias como Social Analytics. Finalmente, se detallan las necesidades detectadas para mejorar la detección y monitorización de fake news en la provincia de Alicante.

La tercera actividad describe el plan director para la detección y prevención de bulos y fake news y que sería aplicado a un municipio piloto, que en este caso es Teulada-Moraira. De este modo, se podrá extender este modelo al resto de localidades que consideren necesario aplicar las herramientas y los protocolos de prevención y detección de fake news.

Finalmente, la actividad 4 recoge el informe de las actividades de difusión del proyecto, como webinar, jornadas y notas de prensa para la difusión de los resultados.

En definitiva, el informe de actividades de FreeFakeAdmin muestra los resultados de investigación de un proyecto con el que CENID pretende detectar, prevenir y analizar las fake news en el ámbito provincial a través de la aplicación de herramientas informáticas y a partir de un análisis cualitativo que muestra cómo las fake news afectan a la población de la provincia de Alicante, particularmente en un contexto de crisis sanitaria como el que estamos viviendo.

## Tareas

Para realizar esta actividad del proyecto se han definido las siguientes tareas cuyos resultados se expondrán en páginas sucesivas de este informe:

- 1.1. Definición de indicadores relevantes
- 1.2. Elaboración del cuestionario
- 1.3. Chequeo del cuestionario por especialistas en metodología sociológica
- 1.4. Agrupación de municipios por tipología
- 1.5. Selección de una muestra de municipios relevantes
- 1.6. Distribución del formulario en los municipios relevantes
- 1.7. Recolección de datos
- 1.8. Informe de análisis de resultados obtenidos por tipología
- 1.9. Redacción de este informe

## Tarea 1.1. Definición de indicadores relevantes

A continuación se detallan los indicadores que serán evaluados en el estudio, y que se tomarán con base para la elaboración del cuestionario sobre los recursos preventivos y reactivos ante FNs en los municipios de la Provincia de Alicante

1. Existencia de un gabinete de prensa para gestión noticias
2. Número de noticias/mes
  - 2.1 Número de noticias propias/mes
3. Existencia de web
  - 3.1. Número de visitas de usuarios al mes
  - 3.2. Frecuencia de actualización del contenido
4. Existencia de redes sociales
  - 4.1. Redes sociales que utiliza
  - 4.2. Número de seguidores en cada red
  - 4.3. Campañas en redes
  - 4.4. Detractores en redes (Haters)
5. Existencia de un administrador de redes sociales (social manager)
  - 5.1. Perfil profesional del social manager
  - 5.2. Frecuencia emisión de publicaciones
  - 5.3. Temáticas más comunes de las publicaciones
  - 5.4. Número de publicaciones/mes aprox.
6. Impacto de las FN en el municipio en el último año
  - 6.1. Listado de FN conocidas que han afectado al municipio
  - 6.2. Canales de difusión más usados por quienes difunden FN
  - 6.3. Número aprox de bulos del municipio en los que ha suplantado la identidad de alguna de las instituciones del municipio
  - 6.4. Ámbitos del municipio más afectados por las FN
  - 6.5. Tiempo aprox de detección de un bulo desde el comienzo de su difusión
  - 6.6. Percepción de merma de credibilidad de las instituciones por culpa de los bulos
7. Seguimiento de noticias y temas
  - 7.1. Existencia de departamento propio de seguimiento de temas y bulos
  - 7.2. Existencia de un protocolo de detección de bulos (técnicas de fact-checking)
  - 7.3. Existencia de un protocolo de actuación ante un bulo
  - 7.4. Canales de difusión de desmentidos de un bulo

7.5. Existencia herramientas informáticas para automatizar la búsqueda de noticias en medios y/o menciones en redes sociales relacionadas

7.6. Existencia de formación ante la desinformación

## Tarea 1.2. Elaboración del cuestionario

Con el fin de dar cumplimiento a los indicadores relevantes se realiza el [cuestionario de preguntas](#) que se detalla en el anexo I. El cuestionario ha sido realizado utilizando la herramienta Google Forms para permitir la recolección automática de resultados y consta de 69 preguntas que se han distribuido en las siguientes secciones:

1. Datos del entrevistado
2. Ayuntamiento como emisor de noticias
  - a. Unidad de gestión de noticias
    - i. Oficina para la publicación de noticias
3. Estadística de noticias publicadas
4. Web del ayuntamiento
  - a. Datos de la web del ayuntamiento
5. Perfil en redes sociales
  - a. Cuenta en Twitter
    - i. Datos Twitter
  - b. Cuenta en Facebook
    - i. Datos Facebook
  - c. Cuenta en Instagram
    - i. Datos Instagram
  - d. Cuenta en Whatsapp
    - i. Datos Whatsapp
  - e. Cuenta en Telegram
    - i. Datos Telegram
  - f. Cuenta en otras redes sociales
    - i. Datos otras redes sociales
6. Estrategia de comunicación en redes
  - a. Datos estrategia comunicación
7. Otros canales de comunicación digital
8. Percepción de las noticias falsas
9. Afectación por noticias falsas
  - a. Datos de afectación de noticias falsas
10. Seguimiento y desmentido de noticias
11. Herramientas de búsqueda de noticias
  - a. Datos sobre herramientas de búsqueda de noticias
12. Formación



## Tarea 1.3. Chequeo del cuestionario por especialistas en metodología sociológica

Con el fin de garantizar la calidad y viabilidad del cuestionario, y a fin de recibir las indicaciones oportunas acerca de su puesta en marcha, se ha presentado el cuestionario al equipo de la profesora Maria José Rodríguez Jaume<sup>2</sup>, especialista en metodología sociológica. Tras un proceso de análisis conjunto se han introducido diversas mejoras que han servido para perfilar el cuestionario final.

Entre otras cuestiones se han revisado los siguientes factores:

- Se ha incluido una presentación inicial para dar legitimidad al encuestador y anticipar el propósito
- Se ha determinado una codificación común para las preguntas y posibles respuestas con el fin de poder interpretar los resultados en las hojas de cálculo resultantes
- Se han incluido noticias de filtro para refinar las posibilidades de respuesta
- Se han incluido opciones para indicar el desconocimiento de la respuesta, independientemente del resto de opciones
- Se han aclarado términos que pudieran quedar ambiguos para el entrevistador y/o entrevistado
- Se han eliminado preguntas innecesarias que podrían contestarse a través de trabajo de campo sin necesidad de involucrar a terceros
- Se han detallado las opciones de respuesta para evitar respuestas abiertas de difícil codificación y agregación/tabulación posterior de los resultados
- Se han incluido instrucciones específicas para el encuestador ante posibles respuestas

---

<sup>2</sup> Departamento de Sociología I. Universidad de Alicante

## Tarea 1.4. Agrupación de municipios por tipología

Se realiza una segmentación de los municipios de la provincia de Alicante de acuerdo al número de habitantes. Para ello se toman como base los datos del padrón municipal de la provincia de Alicante más actualizado en el INE (año 2019<sup>3</sup>).

Los datos se extraen en formato CSV y han sido incorporados a una base de datos en MariaBD<sup>4</sup> desde la que se extraen las siguiente agrupaciones:

- Segmento 1:** Municipios con población mayor de 50.001 hab..... 8 unidades
- Segmento 2:** Municipios con población entre 20.001 y 50.000 hab.... 18 unidades
- Segmento 3:** Municipios con población entre 5.001 y 20.000 hab..... 31 unidades
- Segmento 4:** Municipios con población entre 501 y 5.000 hab..... 50 unidades
- Segmento 5:** Municipios con población entre 1 y 500 hab..... 34 unidades

Tabla 1. Segmento 1: Municipios con población mayor de 50.001 hab.

municipio	unidad	poblacion	hombres	mujeres
009	ALCOY/ALCOI	58994	28866	30128
014	ALICANTE/ALACANT	334887	162191	172696
031	BENIDORM	68721	34250	34471
065	ELCHE/ELX	232517	115151	117366
066	ELDA	52618	25639	26979
099	ORIHUELA	77414	38360	39054
122	SAN VICENTE DEL RASPEIG/SANT VICENT DEL RASPEIG	58385	28864	29521
133	TORREVIEJA	83337	41269	42068

Fuente: elaboración propia

Tabla 2. Segmento 2: Municipios con población entre 20.001 y 50.000 hab.

municipio	unidad	poblacion	hombres	mujeres
011	ALFÀS DEL PI (L')	20482	10187	10295
015	ALMORADÍ	20803	10510	10293
018	ALTEA	22290	10911	11379
019	ASPE	20714	10435	10279
047	CALP	22725	11480	11245
050	CAMPELLO (EL)	28349	13796	14553

<sup>3</sup> <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=2856&L=0>

<sup>4</sup> <https://mariadb.org/>

059	CREVILLEN	28952	14627	14325
063	DÉNIA	42166	20419	21747
079	IBI	23489	11747	11742
082	JÁVEA/XÀBIA	27604	13681	13923
090	MUTXAMEL	25352	12662	12690
093	NOVELDA	25651	12770	12881
104	PETRE	34276	17039	17237
902	PILAR DE LA HORADADA	21905	11236	10669
119	SANT JOAN D'ALACANT	23915	11538	12377
121	SANTA POLA	32306	16225	16081
139	VILLAJOSYOSA/VILA JOIOSA (LA)	34673	17296	17377
140	VILLENA	33964	17056	16908

Fuente: elaboración propia

Tabla 3. Segmento 3: Municipios con población entre 5.001 y 20.000 hab.

municipio	unidad	poblacion	hombres	mujeres
005	ALBATERA	12279	6260	6019
021	BANYERES DE MARIOLA	7068	3538	3530
024	BENEJÚZAR	5402	2699	2703
041	BENISSA	11005	5415	5590
044	BIGASTRO	6733	3382	3351
048	CALLOSA D'EN SARRIÀ	7373	3762	3611
049	CALLOSA DE SEGURA	19038	9714	9324
053	CASTALLA	10124	5149	4975
055	CATRAL	8639	4307	4332
056	COCENTAINA	11511	5868	5643
058	COX	7297	3722	3575
064	DOLORES	7470	3740	3730
069	FINESTRAT	6715	3440	3275
071	GATA DE GORGOS	6049	3082	2967
076	GUARDAMAR DEL SEGURA	15348	7492	7856
083	JIJONA/XIXONA	6865	3342	3523
088	MONFORTE DEL CID	8165	4292	3873
089	MONÓVAR/MONÒVER	12167	6069	6098
092	MURO DE ALCOY	9324	4637	4687
094	NUCIA (LA)	18603	9425	9178

095	ONDARA	6894	3460	3434
096	ONIL	7507	3757	3750
101	PEDREGUER	7699	3809	3890
102	PEGO	10128	5057	5071
105	PINÓS (EL)/PINOSO	7966	4026	3940
111	REDOVÁN	7869	4069	3800
113	ROJALES	16963	8617	8346
118	SAN FULGENCIO	7855	3964	3891
120	SAN MIGUEL DE SALINAS	6034	3044	2990
123	SAX	9845	4968	4877
128	TEULADA	11112	5541	5571

Fuente: elaboración propia

Tabla 4. Segmento 4: Municipios con población entre 501 y 5.000 hab.

municipio	unidad	poblacion	hombres	mujeres
002	AGOST	4758	2357	2401
003	AGRES	565	306	259
004	AIGÜES	963	505	458
006	ALCALALÍ	1278	640	638
012	ALGORFA	2935	1461	1474
013	ALGUEÑA	1336	668	668
001	ATZÚBIA (L')	632	325	307
023	BENEIXAMA	1685	852	833
025	BENFERRI	1942	1001	941
026	BENIARBEIG	2092	1061	1031
028	BENIARRÉS	1118	571	547
030	BENIDOLEIG	1095	545	550
034	BENIJÓFAR	3322	1615	1707
035	BENILLOBA	724	377	347
042	BENITACHELL/POBLE NOU DE BENITATXELL (EL)	4276	2106	2170
043	BIAR	3671	1799	1872
046	BUSOT	2978	1516	1462
052	CAÑADA	1220	606	614
061	DAYA NUEVA	1737	852	885
062	DAYA VIEJA	690	354	336
077	FONDÓ DE LES NEUS (EL)/HONDÓN DE LAS NIEVES	2544	1306	1238

070	FORMENTERA DEL SEGURA	4191	2105	2086
074	GRANJA DE ROCAMORA	2580	1362	1218
078	HONDÓN DE LOS FRAILES	1198	616	582
080	JACARILLA	2022	1030	992
085	LLÍBER	935	474	461
084	LORCHA/ORXA (L')	578	284	294
903	MONTESINOS (LOS)	4968	2520	2448
097	ORBA	2174	1074	1100
098	ORXETA	736	379	357
100	PARCENT	929	446	483
106	PLANES	693	375	318
901	POBLETS (ELS)	2705	1276	1429
107	POLOP	4965	2541	2424
109	RAFAL	4498	2240	2258
110	RÀFOL D'ALMÚNIA (EL)	653	334	319
112	RELLEU	1160	599	561
114	ROMANA (LA)	2434	1263	1171
116	SALINAS	1601	826	775
904	SAN ISIDRO	1986	1024	962
117	SANET Y NEGRALS	667	341	326
124	SELLA	580	306	274
125	SENIJA	584	302	282
127	TÀRBENA	646	335	311
129	TIBI	1614	851	763
132	TORREMANZANAS/TORRE DE LES MAÇANES (LA)	661	352	309
136	VALL DE GALLINERA	571	304	267
137	VALL DE LAGUAR (LA)	846	427	419
138	VERGER (EL)	4640	2302	2338
81	XALÓ	2739	1378	1361

Fuente: elaboración propia

Tabla 5. Segmento 5: Municipios con población entre 1 y 500 hab.

municipio	unidad	poblacion	hombres	mujeres
007	ALCOCER DE PLANES	230	117	113
008	ALCOLEJA	173	93	80
010	ALFAFARA	410	202	208

016	ALMUDAINA	113	57	56
017	ALQUERIA D'ASNAR (L')	493	238	255
020	BALONES	131	73	58
022	BENASAU	151	74	77
027	BENIARDÁ	232	106	126
032	BENIFALLIM	105	60	45
033	BENIFATO	140	73	67
029	BENIGEMBLA	490	253	237
036	BENILLUP	97	47	50
037	BENIMANTELL	483	242	241
038	BENIMARFULL	409	207	202
039	BENIMASSOT	106	59	47
040	BENIMELI	418	187	231
045	BOLULLA	420	220	200
051	CAMPO DE MIRRA/CAMP DE MIRRA (EL)	415	211	204
054	CASTELL DE CASTELLS	449	236	213
075	CASTELL DE GUADALEST (EL)	217	111	106
057	CONFRIDES	187	106	81
067	FACHECA	106	52	54
068	FAMORCA	47	24	23
072	GAIANES	452	227	225
073	GORGA	249	140	109
086	MILLENA	237	127	110
091	MURLA	470	220	250
103	PENÀGUILA	292	152	140
060	QUATRETONDETA	122	66	56
115	SAGRA	408	198	210
130	TOLLOS	57	30	27
131	TORMOS	340	163	177
134	VALL D'ALCALÀ (LA)	167	92	75
135	VALL D'EBO (LA)	216	111	105

Fuente: elaboración propia

## Tarea 1.5. Selección de una muestra de municipios relevantes

Con el fin de formar una muestra representativa de los diferentes municipios de la provincia de Alicante atendiendo a su tipología de acuerdo al número de habitantes, pero también de acuerdo con las diferentes características geográficas y económicas, se han seleccionado los siguientes municipios característicos para ejecutar las encuestas. Además, para cada tipo se han añadido dos unidades como reserva para atender a posibles contingencias:

- **Segmento 1:** Municipios de población mayor de 50.000 hab. (8 unidades):
  - Propuesta (3 unidades): Alicante, Alcoy, Benidorm
  - Reserva: Elda, Orihuela
  
- **Segmento 2:** Municipios con población entre 20.001 y 50.000 hab. (18 unidades)
  - Propuesta (3 unidades): Altea, Santa Pola, Villena
  - Reserva: Calpe, Pilar de la Horadada
  
- **Segmento 3:** Municipios con población entre 5.001 y 20.000 hab. (31 unidades)
  - Propuesta (4 unidades): Teulada-Moraira, Redován, Guardamar, Jijona
  - Reserva: La Nucía, Muro de Alcoy
  
- **Segmento 4:** Municipios con población entre 501 y 5.000 hab. (50 unidades)
  - Propuesta (5 unidades): Aigües de Busot, Hondón de la Nieves, El Verger, Agost, Jacarilla
  - Reserva: Busot, Hondón de las Nieves
  
- **Segmento 5:** Municipios con población entre 1 y 500 hab. (34 unidades)
  - Propuesta (5 unidades): Tollos, Tormos, La Vall d'Ebo, Benifato, Benillup
  - Reserva: Castell de Guadalest, Penáguila

## Tarea 1.6. Distribución del cuestionario en los municipios relevantes

Con el fin de distribuir el cuestionario entre los municipios seleccionados, se ha solicitado a los diferentes ayuntamientos una selección de contactos que se encuentren directamente implicados con el área de comunicación y medios, con acceso suficiente al conocimiento necesario para las respuestas proporcionadas.

Además, durante la jornada del día 26 de octubre de 2020 se organizó una sesión de presentación del proyecto a la que fueron convocados los representantes de los ayuntamientos seleccionados con el fin de explicar el contenido de los proyectos y la naturaleza del cuestionario que iba a ser distribuido.

En la [tabla 6](#) se muestran los datos de contactos proporcionados.

Tabla 6. Listado de contactos proporcionados por los municipios seleccionados

Ayuntamiento	Persona contacto	Cargo
Agost	José Adolfo Blanquer García	Informático
Aigues	Manuel Ramos Cabot	Administrador Sistemas Informáticos
	María Díaz Iborra	Secretaria
Alcoi	Xesca Lloria Sáez	Jefa de Gabinete de Alcaldía
Alicante	Javier Morales Belvis	Jefe de Servicio de NN.TT., Innovación e Informática
Altea	Jaume Llinares	Alcalde
	María Laviós	Concejala de Participación Ciudadana
Benidorm	Luis Manuel García Felonés	Dtor. Informática y Comunicaciones
	Antonio José Fuster Marco	Técnico de comunicación
Benifato	Nuria Villalba Bardisa	Aux. Administrativa
El Verger	Inma Gilabert Gomis	Técnica informática
	Miguel Pou Pérez	Concejal de Cultura, Deportes e Infancia
Guardamar	Javier Bailén	Secretario Alcalde
Hondón de las Nieves	Salvador Julio Martínez Davó	3er Teniente Alcalde Áreas: Sanidad, Juventud, TIC, Formación y empleo,



		Industria y comercio
Jacarilla	Begoña Rocamora Cuenca	Agente de Empleo y Desarrollo Local
Redován	Adrián Ballester Espinosa	1er Teniente de Alcalde. Concejal de Presidencia, Hacienda, Seguridad Ciudadana, Emergencias, Transparencia y Participación Ciudadana
Santa Pola	José Pedro Martínez González.	
	Estela Bonmatí Soler	Comunicación
Teulada-Moraira	Andrés Lluch Figueres	Jefe de Área de Recursos Humanos y Calidad
Tollos	Piedad Llaquet Ballarin	
Tormos	María Dolores Gregori	Administración
Villena	Carlos Forte Flor	Responsable Comunicación
Xixona	Joaquín Javier Castañer Garrigós	Responsable Informática
	Eduardo Ferrer Arques	Concejal Delegado de Modernización y Administración electrónica

Fuente: elaboración propia.

## Tarea 1.7. Recolección de datos

Se ha establecido un protocolo de encuestación en el que se determina la forma inicial de contacto, así como los diferentes pasos a seguir en el proceso de encuestación.

El equipo de encuestadores se ha formado con los 7 miembros del equipo investigador. De esta manera, los contactos proporcionados por los ayuntamientos seleccionados se han distribuido entre ellos, y mediante contacto telefónico, videoconferencia, o reunión presencial, se han ido completando los cuestionarios en sesiones con una duración aproximada de 1 hora. En algunos casos ha sido necesario volver a contactar en una segunda reunión o por email con el fin de aclarar o refinar los datos proporcionados en algunas respuestas.

En la [tabla 7](#) se muestran los datos relativos a las encuestas realizadas

Tabla 7. Listado de encuestas realizadas en los municipios seleccionados

Ayuntamiento	Fecha	Entrevistado	Medio usado
Teulada-Moraira	13/10/2020	Andrés Lluch	Google Meet
Redován	16/10/2020	Adrián Ballester	Google Meet
El Verger	20/10/2020	Inma Gilabert y Miguel Pou	Teléfono/email
Jacarilla	23/10/2020	Begoña Rocamora Cuenca	Telefono
Hondón de las Nieves	27/10/2020	Julio S. Martínez	Telefono
Villena	27/10/2020	Carlos Forte Flor	Google Meet
Benidorm	4/11/2020	Luis Manuel García // Antonio J. Fuster	Google Meet
Alcoi	4/11/2020	Xesca Lloria Sáez	Google Meet
Tollos	4/11/2020	Juan Ignacio Segui Camps	Telefono
Tormos	5/11/2020	Maria Dolores Gregori	Teléfono
Benifato	5/11/2020	Nuria Villalba	Teléfono
Alicante	5/11/2020	Javier Izquierdo López	Telefono
Santa Pola	10/11/2020	Jose Pedro Martínez / Estela Bonmatí	Telefono
La Vall d'Ebo	11/11/2020	Concha Más	Teléfono
Guardamar	11/11/2020	Javier Bailén	Teléfono
Agost	12/11/2020	Jose Adolfo Blanquer	Google Meet
Aigues	12/11/2020	María Díaz Iborra // Manuel Ramos Cabot	Teléfono
Xixona	16/11/2020	Isabel López Galera	Google Meet

## Tarea 1.8. Informe de análisis de resultados obtenidos por tipología

Tras el análisis de los resultados obtenidos en las encuestas a los municipios de la muestra se extraen los siguientes resultados cuantitativos totales y por segmento.

### Ayuntamiento como emisor de noticias

- 61.1% no tiene gabinete de prensa
- 63.3% no tiene unidad encargada publicación de noticias

### Estadísticas sobre noticias publicadas

- 66.7% publican entre 0 y 50 noticias al mes (38.9% de 0 a 10 y 27.8% de 11 a 50), solo 16.7% más de 100 noticias al mes

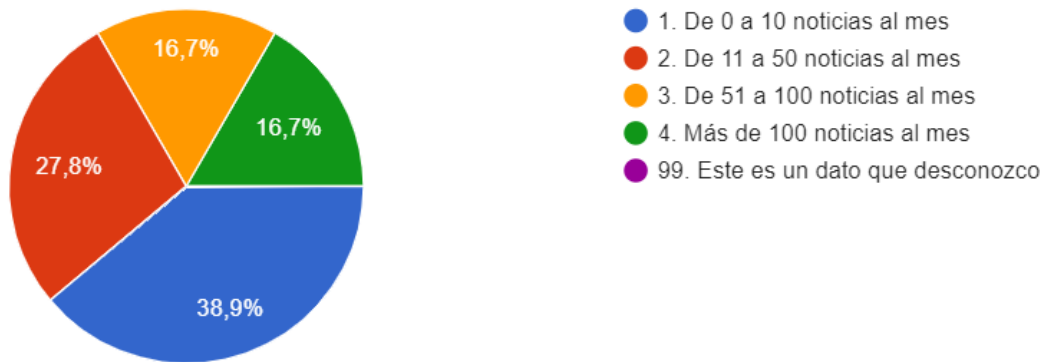


Figura 1: Número de noticias publicadas al mes

- 66.7% son noticias propias publicadas por el ayuntamiento, de lo que se concluye que la mayoría de las noticias que se publican son propias

### Web del ayuntamiento

- 100% tiene página web

- 38.9% desconoce datos sobre visitas recibidas en la página web, 50% reciben más de 100 visitas al mes (27.8% más de 500 visitas y 22.2% entre 100 y 500)
- 100% realiza actualizaciones frecuentes de la web
  - 61.1% actualiza diariamente, 16.7% semanalmente y 22.2% mensualmente

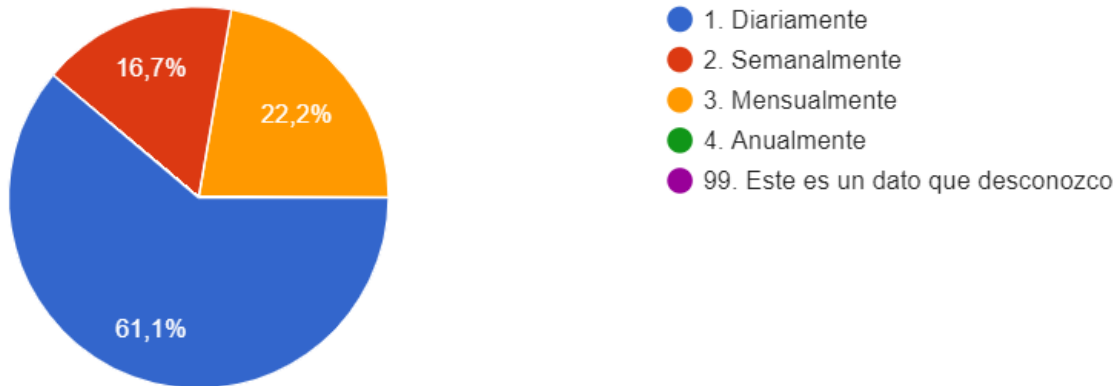


Figura 2: Actualizaciones de la web

## Perfil en redes

- 83.3% tiene perfil en redes con la siguiente distribución:
  - 66.7% en Twitter, 100% Facebook, 46.7% Instagram
  - 20% utiliza Telegram, 33.3% utiliza Whatsapp

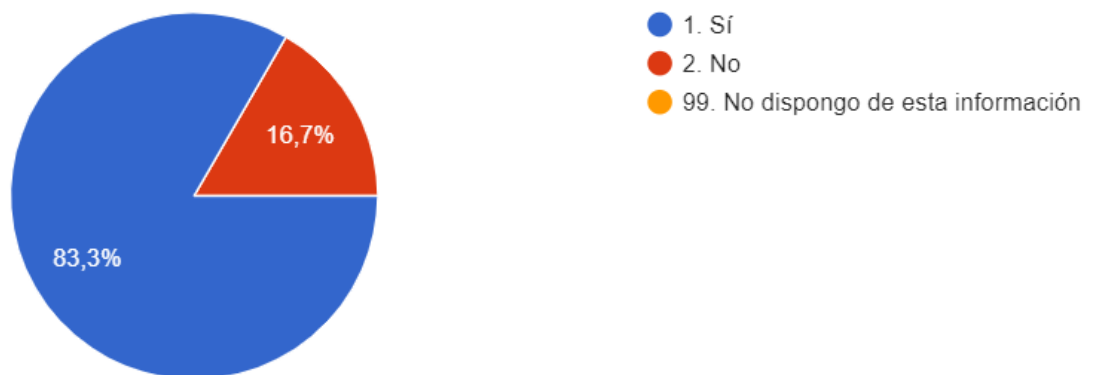


Figura 3: Porcentaje de ayuntamientos con perfil en alguna red social

## Datos en Twitter

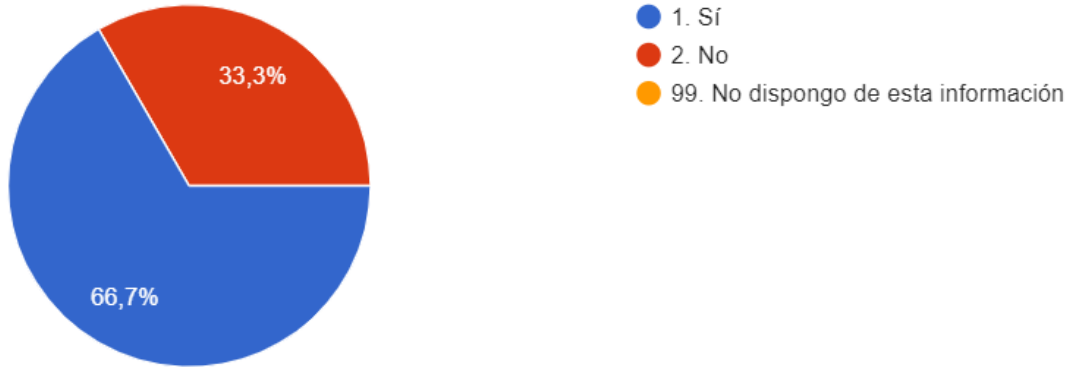


Figura 4: Porcentaje de ayuntamientos con perfil en Twitter

- Seguidores, 60% tiene entre 1000 y 10000

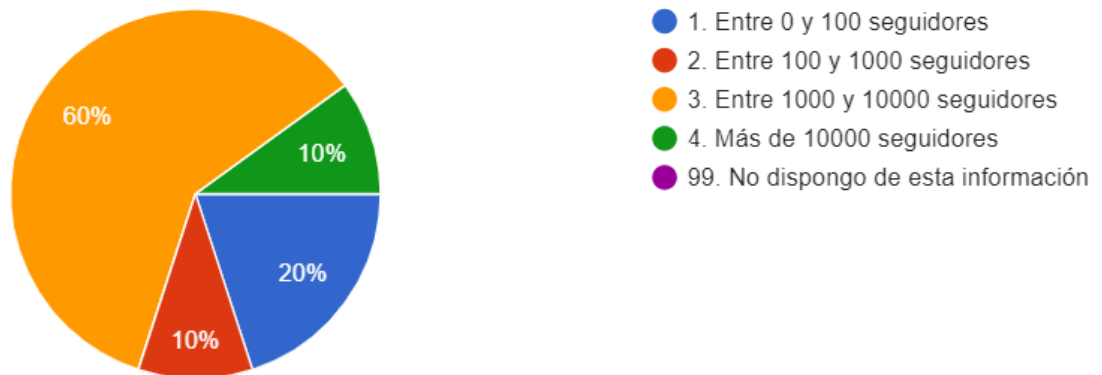


Figura 5: Número de seguidores en Twitter

- Haters, 80% no reconoce tener y un 10% no dispone de esa información

## Datos en Facebook

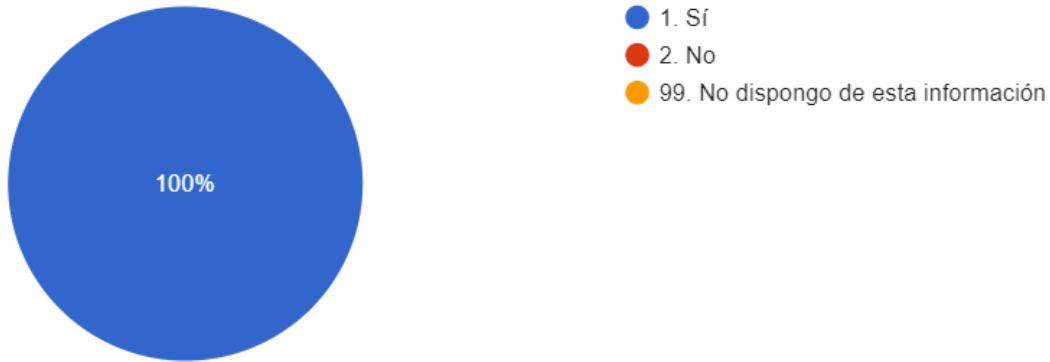


Figura 6: Porcentaje de ayuntamientos con perfil en Facebook

- Seguidores, 53.3% entre 1000 y 10000 y un 33.3% más de 10000

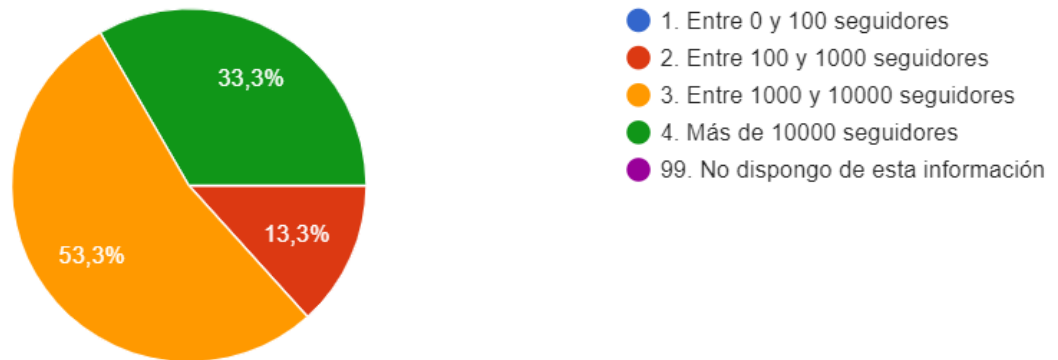


Figura 7: Número de seguidores en Facebook

- Haters, 46.7% no reconoce tener frente al 53.3% que si

## Datos en Instagram

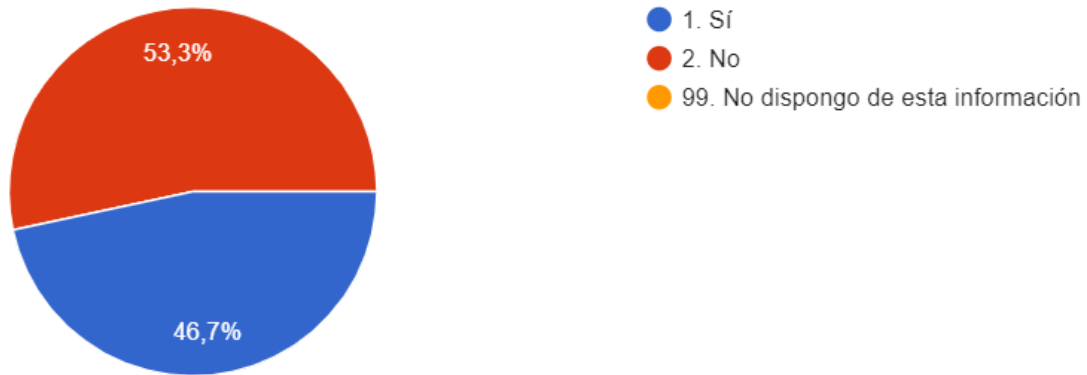


Figura 8: Porcentaje de ayuntamientos con perfil en Instagram

- Seguidores, 71.4% entre 1000 y 10000

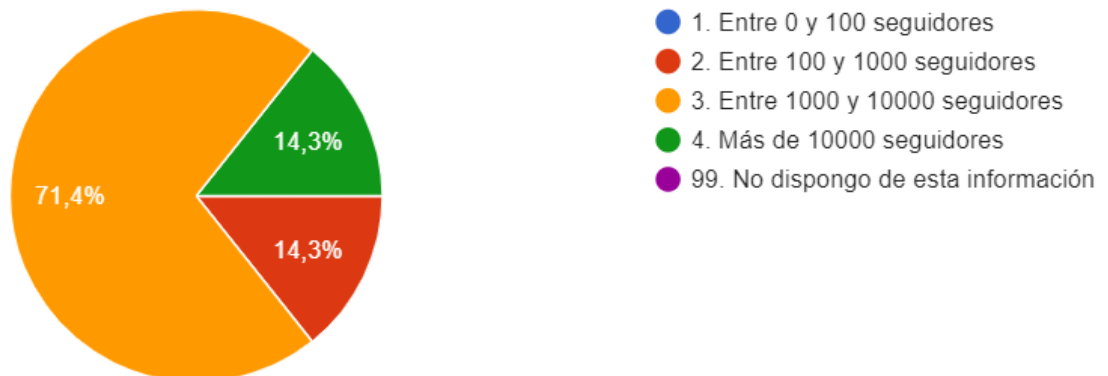


Figura 9: Número de seguidores en Instagram

- Haters, 71.4% no reconoce tener

## Datos en Whatsapp

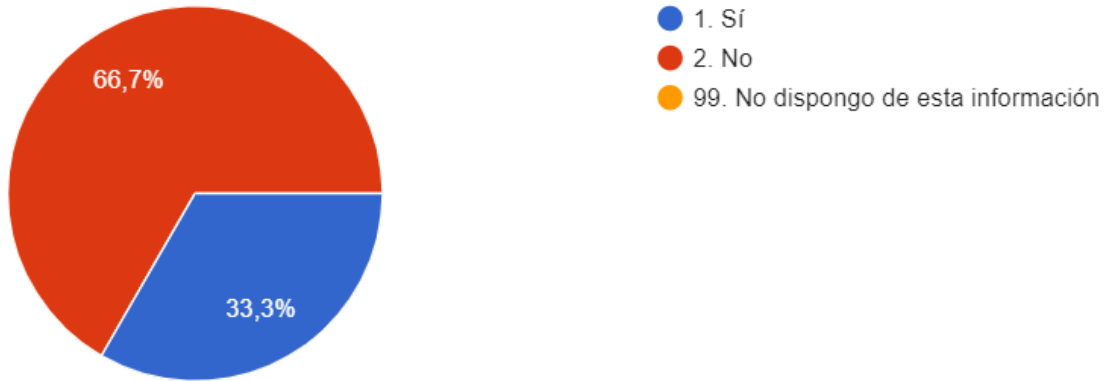


Figura 10: Porcentaje de ayuntamientos con perfil en Whatsapp

- Seguidores, 20% a nivel personal concejal

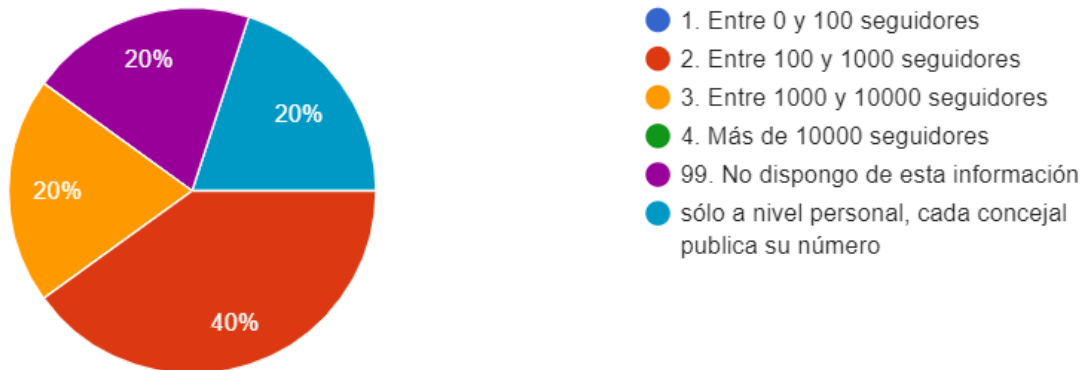


Figura 11: Número de seguidores en Whatsapp

- Haters, 100% no reconoce tener



## Datos en Telegram

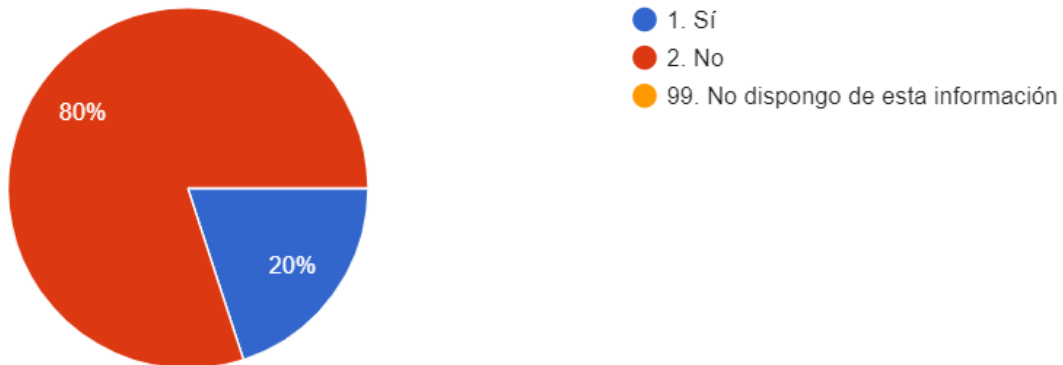


Figura 12: Porcentaje de ayuntamientos con perfil en Whatsapp

- Seguidores, 66.6% entre 0 y 1000 con un 33.3% que no dispone de la información

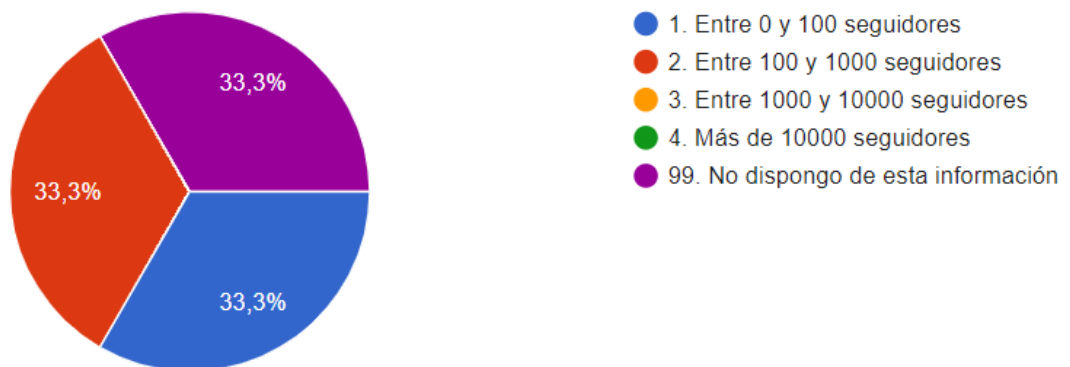


Figura 13: Número de seguidores en Telegram

- Haters, 66.7% no reconoce tener y el 33.3% restante no dispone de la información
- No se ha realizado ninguna campaña a través de Telegram

## Otras redes sociales

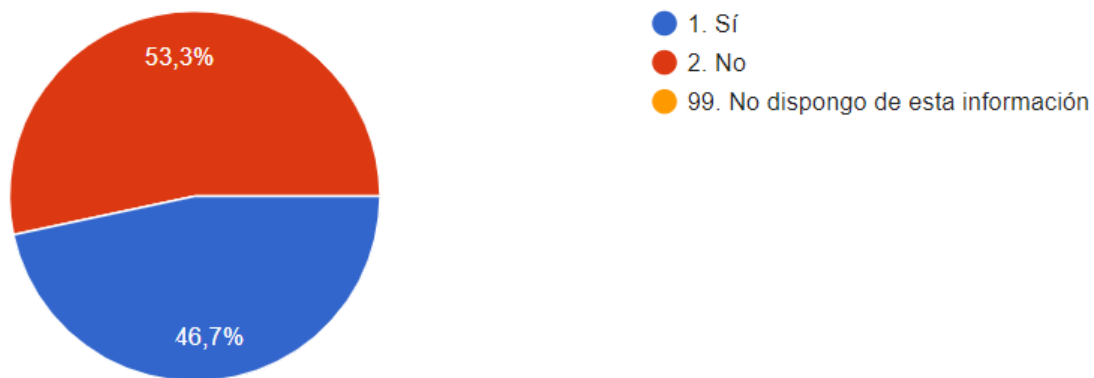


Figura 14: Porcentaje de ayuntamientos con perfil en otras redes sociales

- YouTube
  - Seguidores, 42.9% entre 100 y 1000
  - Haters, 85.7% no reconoce tener

## Estrategia de comunicación en redes

- 66.7% cuenta con personal encargado específico para la tarea

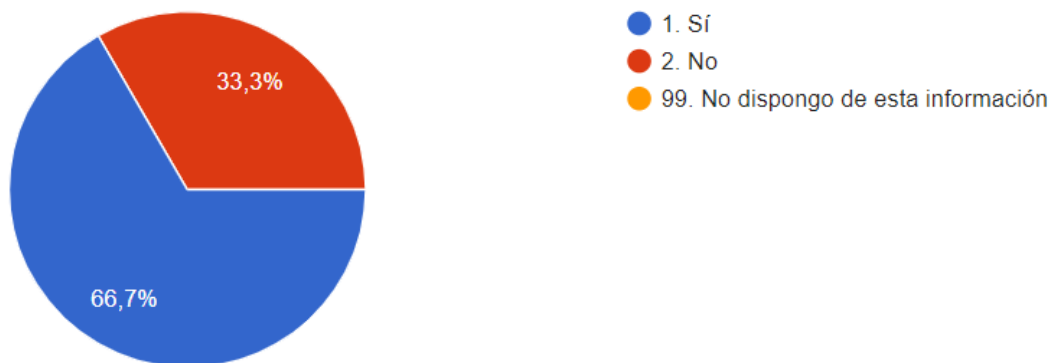


Figura 14: Porcentaje de ayuntamientos que disponen de personal para la comunicación en redes

- 30% son periodistas y 20% publicistas

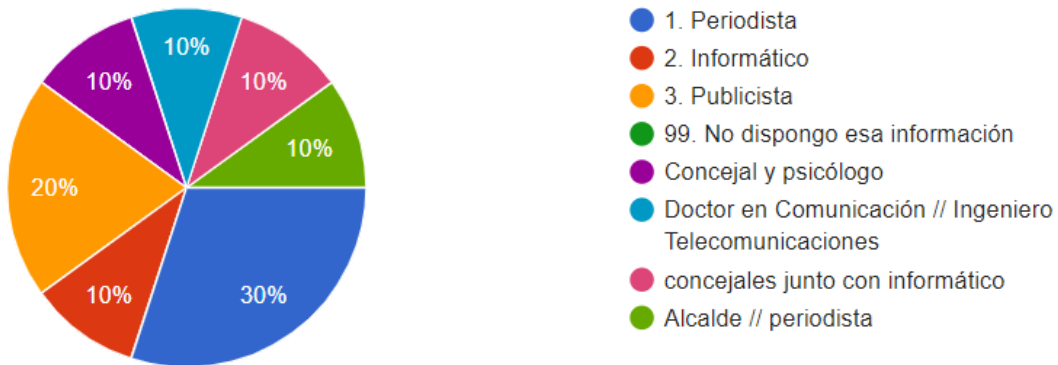


Figura 15: Porcentaje de los diversos perfiles encargados de la comunicación en redes

- 80% publica diariamente y 20% restante varias veces por semana

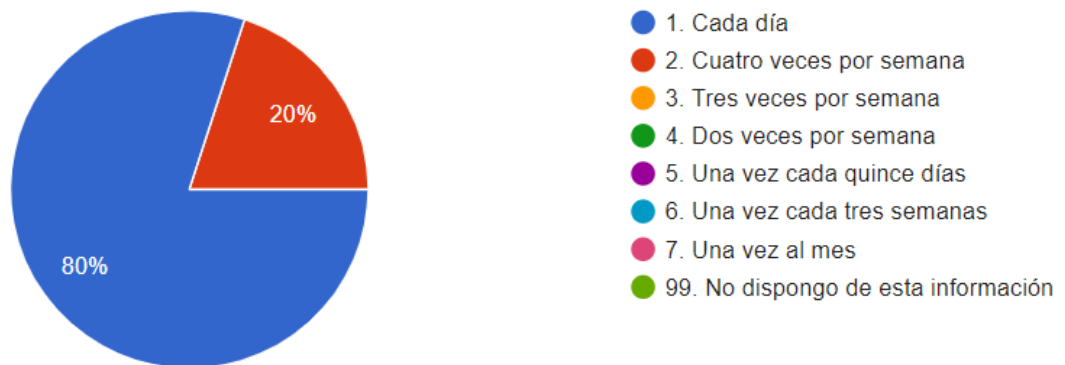


Figura 16: Periodicidad de publicación en redes sociales

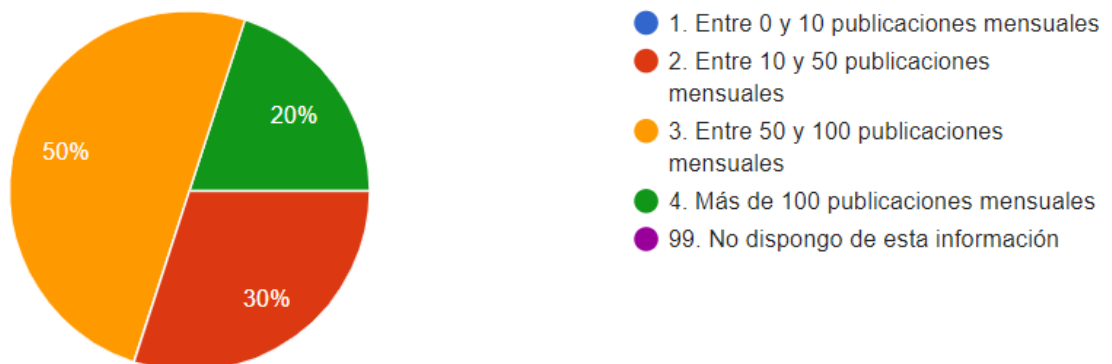


Figura 17: Número de publicaciones al mes

- Temas más publicados: medio ambiente, servicios sociales, turismo, acuerdos de la corporación, economía, deportes, cultura, tráfico y sanidad

### Percepción de las noticias falsas

- 77.8% de los encuestados piensa que es capaz de identificar una noticia falsa
- Utilizan principalmente criterios de sentido común e irrealidad del contenido y en segundo lugar el medio, la persona/entidad/organismo, los titulares y que no se contraste la información
- Solo 27.8% población sabe detectarlos, 50% no aprobaría un examen de detección
- Solo 27.8% de los municipios no se han visto afectados por noticias falsas

### Afectación por noticias falsas

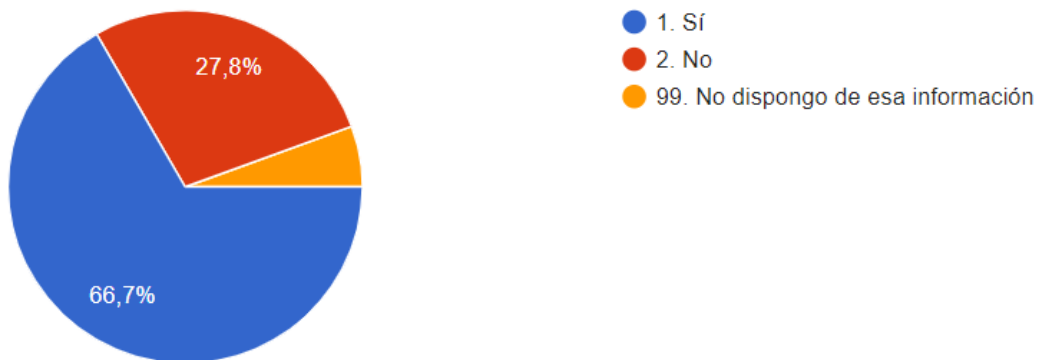


Figura 17: Porcentaje de municipios afectados por noticias falsas

- Medios: principalmente (75%) Facebook y Whatsapp, seguidos (41.7%) de prensa escrita y digital

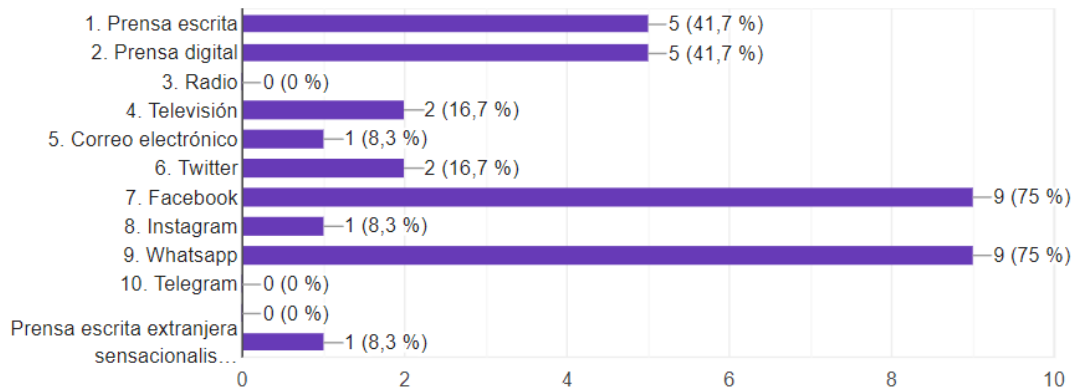


Figura 18: Medios que se han visto más afectados en la difusión de noticias falsas

- Ámbitos: sanidad (91.7%), acuerdos corporación (33.3%), medio ambiente y turismo (25%)
- 75% se identificaron el primer día y 16.7% a los dos días de la difusión



Figura 19: tiempo promedio que han tardado en el municipio en identificar la noticia falsa

- 83.3% veces detectadas por ayuntamiento, 50% por particulares
- Falta de acuerdo sobre cómo afectan las noticias falsas a las instituciones
  - o 50% las considera desde bastante a muy perjudiciales
  - o 33.4% las considera nada o muy poco perjudiciales

## Seguimiento y desmentido de noticias

- 50% no realiza seguimiento
- 83.3% no tiene definido protocolo de detección

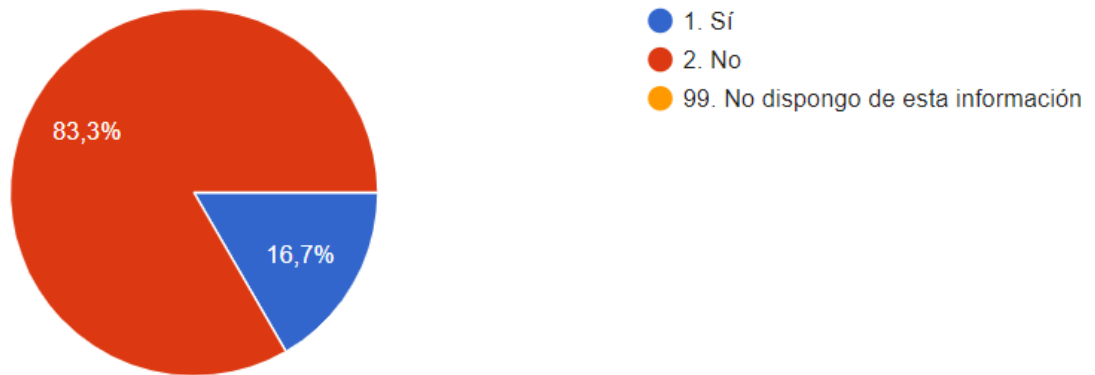


Figura 20: Porcentaje de ayuntamientos con protocolo para detección de noticias falsas

- 44.4% no utiliza técnicas de fact checking para desmentir o confirmar y el 55.6% lo hace de forma manual

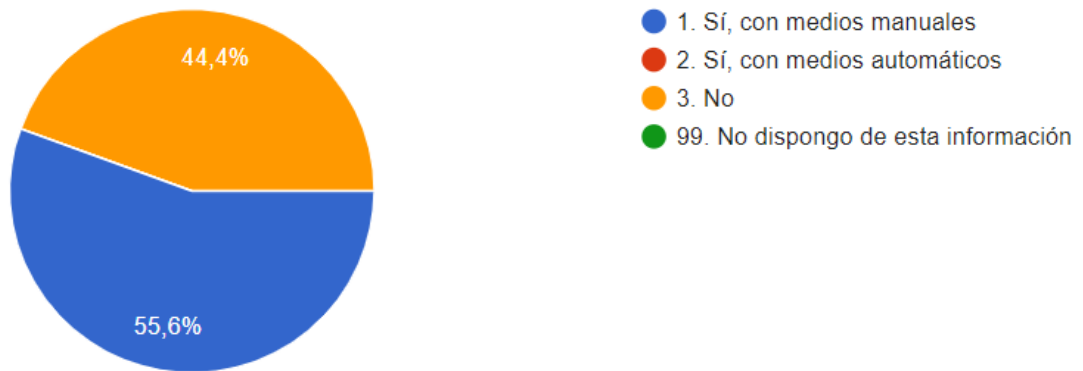


Figura 21: Porcentaje de ayuntamientos con medios fact-checking

- 50% rectifica bulos a través de Facebook, y el 44.4% de prensa digital y escrita
- 55.5% desmiente a través del mismo medio que originó la noticia falsa y en ocasiones en otros relevantes
- 77.7% carece de herramientas para automatizar la búsqueda de noticias, 100% los que las utilizan son buscadores de propósito general

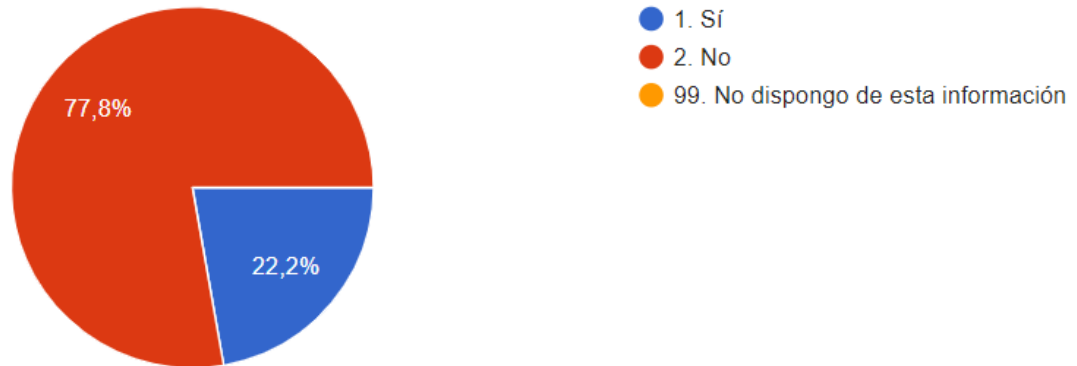


Figura 22: Porcentaje de ayuntamientos con herramientas automatizadas para la búsqueda de noticias

## Formación

- 88.8% considera interesante recibir formación específica sobre detección, intervención, y seguimiento de noticias falsas

A continuación se muestra una comparativa de los **resultados por segmentos** de aquellas cuestiones más relevantes en las que estos segmentos difieren.

En el apartado de gestión de las noticias, vemos que los municipios más grandes disponen de un gabinete de prensa propio, pero a medida que los municipios son más pequeños esta tarea la hace una oficina específica o no hay una unidad encargada de esta tarea concreta.

### Gestión de noticias

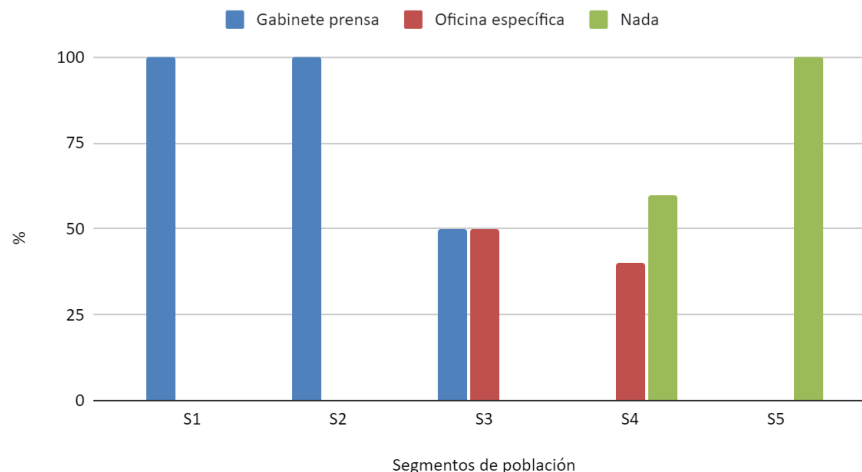


Figura 23: Gestión de noticias por segmentos

En relación al volumen de noticias generadas por los municipios, como se puede observar en la gráfica, cuanto mayor es el municipio más noticias genera<sup>5</sup>:

### Volumen de noticias por mes

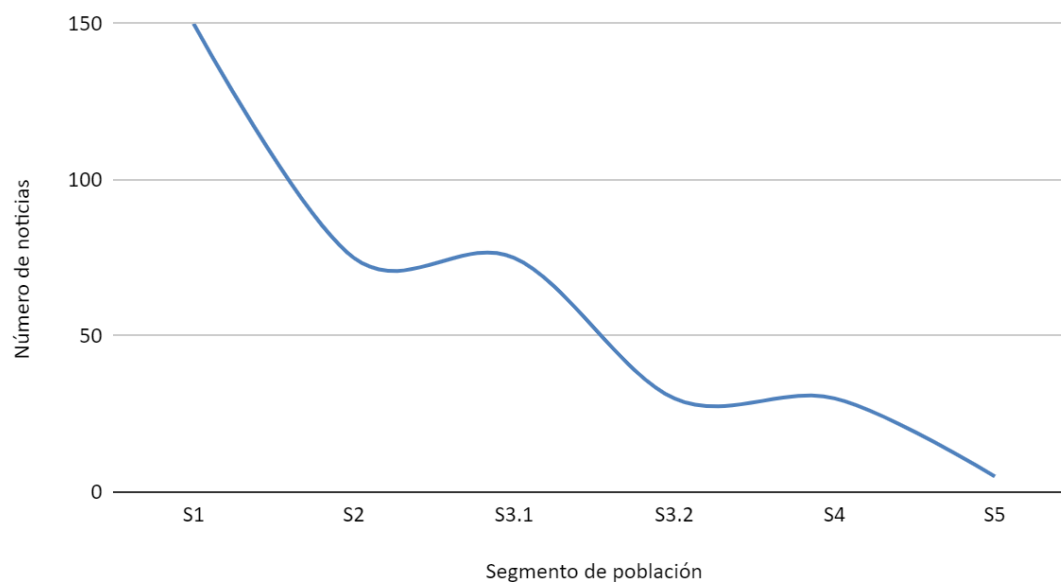


Figura 24: Volumen de noticias al mes, por segmento

<sup>5</sup> En esta gráfica, el segmento 3 al abarcar diferentes municipios con una diferencia de tamaño importante se ha desglosado en 3.1 municipios más grandes y 3.2. Municipios más pequeños



Como ya se vió en los datos generales, todos los municipios disponen de página web propia y el número de visitas está en proporción del tamaño del municipio como se observa en la siguiente gráfica. En el caso del segmento correspondiente a los municipios más pequeños, el número de visitas 0, representa el desconocimiento de esta información.

### Volumen de visitas

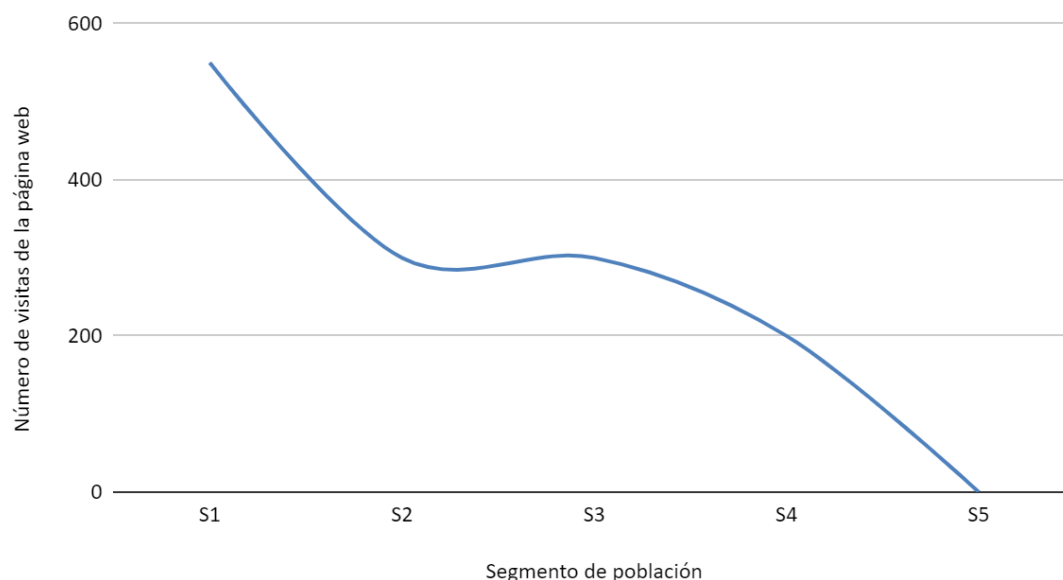


Figura 25: Volumen de visitas a la página web por segmento

Tal como se indicó en los resultados globales, el 83,3% de los ayuntamientos encuestados disponen de perfiles en redes sociales. A continuación se muestra el número de seguidores (en alguna de las redes de las que disponen) y el número de detractores por segmentos en las redes sociales de dichos municipios. Los 4 primeros segmentos tienen una franja de seguidores de entre 1000 y 10000, mientras que el segmento 5 no supera los 100 seguidores en redes.

## Seguidores

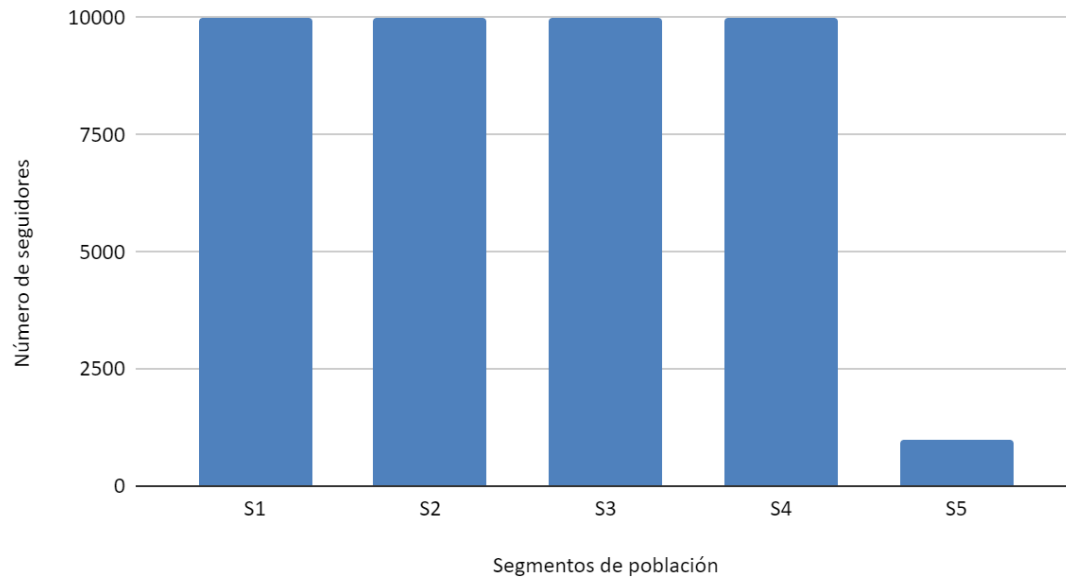


Figura 26: Número de seguidores en redes sociales por segmento

## Haters

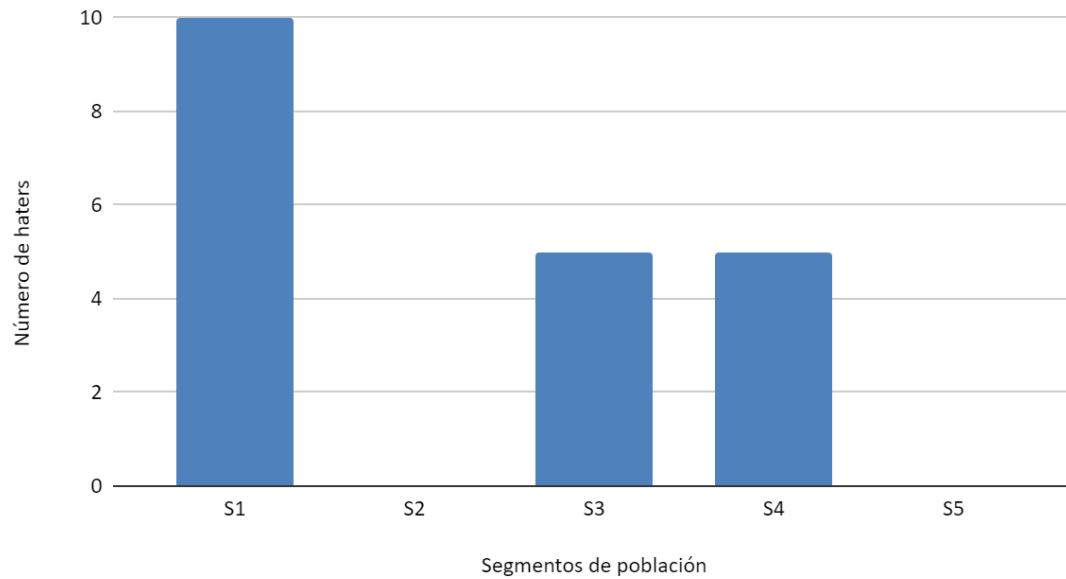


Figura 27: Número de haters en redes sociales, por segmento

En cuanto al número de haters, donde más haters se detectan es en el segmento de municipios más grande. Llama la atención el bajo número de haters de los que se es

consciente en relación al número medio de seguidores en el total de las redes sociales.

En cuanto a la percepción que el ayuntamiento tiene de su capacidad de identificar fake news, es bastante alta, por encima del 6 de 10 en todos los segmentos, sin embargo, no se considera que los ciudadanos tengan tanta habilidad a la hora de identificar estas noticias, quedándose en todos los segmentos entre un 4 y un 5 de 10. Como puede observarse en la gráfica el segmento 4 acorta la diferencia entre la percepción de los propios ayuntamientos y la de los ciudadanos-as. Esto se debe a que un único ayuntamiento, de todos los encuestados, considera que la percepción de los ciudadanas-os supera en 2 puntos a la propia percepción del ayuntamiento.

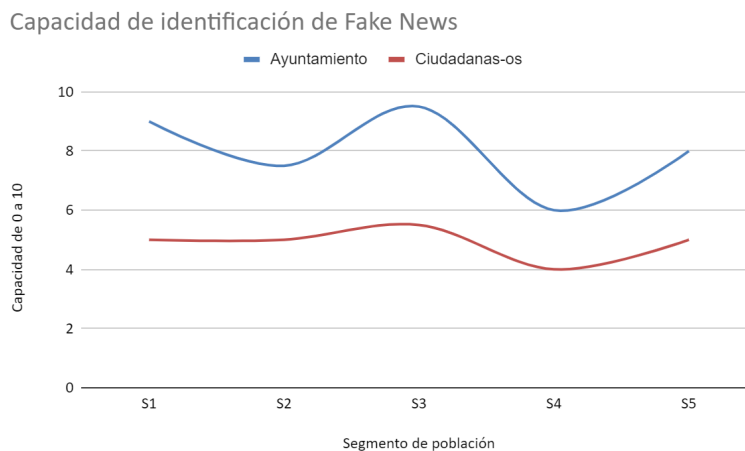


Figura 28: Capacidad de identificación de noticias falsas

Respecto al seguimiento de noticias las encuestas realizadas ponen de manifiesto que solamente los municipios de segmento medio y grande (segmentos 1, 2 y 3) disponen de personas en sus ayuntamientos dedicadas de forma expresa al seguimiento de noticias. Aún así, los medios utilizados son manuales y de propósito general, y sin un protocolo claro definido y establecido lo que repercute en una falta de información respecto a haters y bulos.

Finalmente, destacar que a tenor de los resultados obtenidos se ha puesto de manifiesto la necesidad de recopilación de datos de más municipios correspondientes al segmento 2 puesto que solamente ha sido posible contactar, hasta el momento, con dos municipios.

## Anexos

### ANEXO I: Cuestionario sobre el impacto de las Fake News en los municipios de la provincia de Alicante

[Acceso a documento en PDF](#)