Cómo rastrear discursos de odio en redes sociales

Gianella Tapullima, editora adjunta de fact-checking de OjoPúblico

Organizan

OJO PÚBLICO

En alianza con

chequeado

Financiado por la Unión Europea

Búsqueda de palabras claves

Para identificar discursos de odio, es clave poner atención a los actores y el lenguaje que emplean.
Para ello, puedes usar herramientas como la Búsqueda avanzada de X o crear listas en esa red social.

Búsqueda de palabras claves

Para identificar discursos de odio, es clave poner atención a los actores y el lenguaje que emplean.
Para ello, puedes usar herramientas como la Búsqueda avanzada de X o crear listas en esa red social.

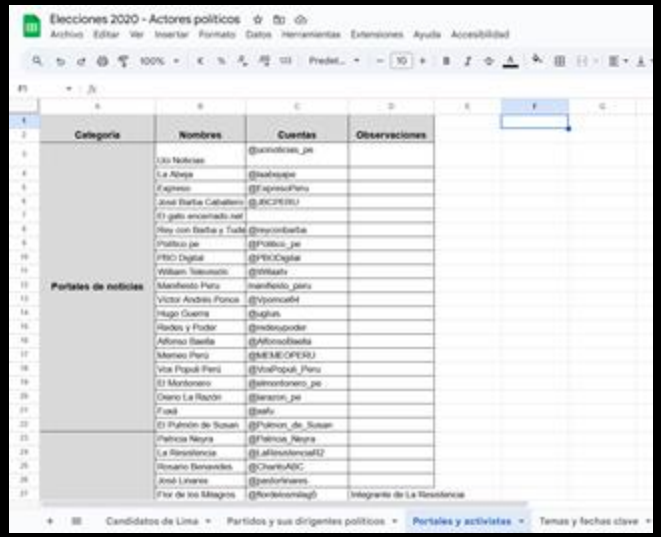
Accede a la herramienta Búsqueda avanzada de X (Twitter) aquí

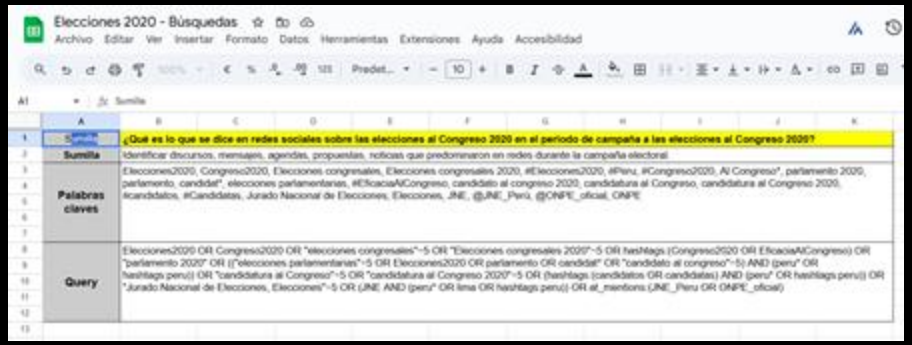
Búsqueda de palabras claves

Probemos con estas palabras claves:
-"izquierda" AND "parásita"
-(izquierda OR caviar) AND (sendero OR terruco)
-izquierda OR caviar

Búsqueda de palabras claves

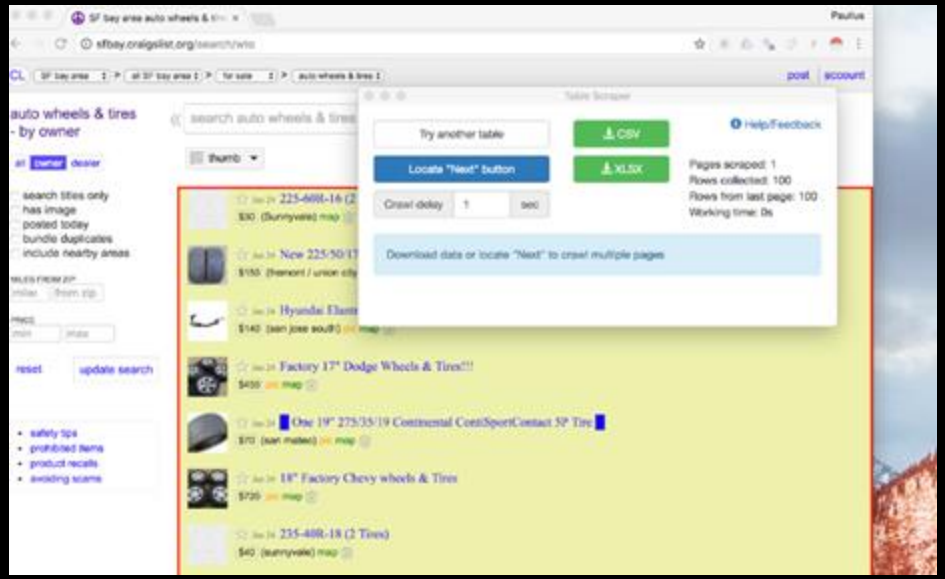
Recomendación: identifica cuentas, hashtags y palabras claves en un spreadsheet.





Instant Data Scraper

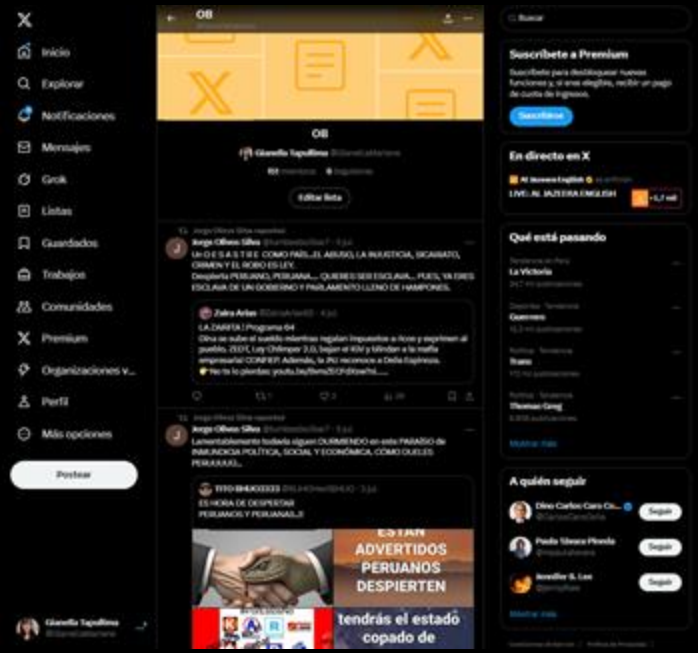
Es una herramienta automatizada de extracción de datos para cualquier sitio web.
Utiliza IA para predecir qué datos son los más relevantes en una página HTML.
Permite guardarlos en un archivo Excel o CSV (XLS, XLSX, CSV).



Accede a la extensión Instant Data Scraper aquí

Instant Data Scraper

Es posible extraer datos de páginas web y redes sociales como las listas de X.



Google trends

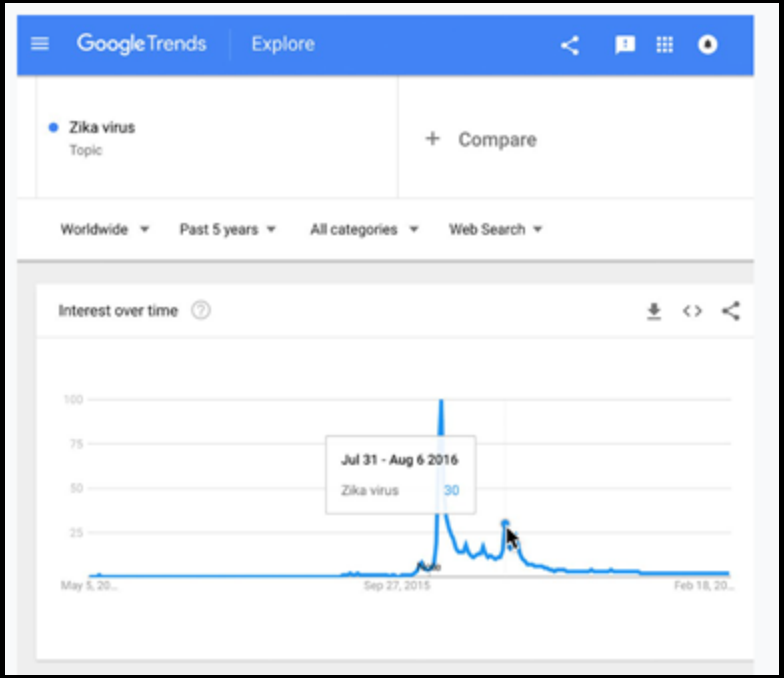
Ayuda a obtener información sobre las tendencias de búsqueda y comprender los intereses de la audiencia; al explorar los datos y aplicarlos a tu trabajo, podrás tomar decisiones más informadas.

Accede a Google Trends aquí

Google trends

¿Cómo interpretar los datos?

Según explica el sitio oficial de Google Trends, “las cifras del gráfico no representan el volumen absoluto de búsquedas”.
Es decir, los datos se normalizan y se presentan en una escala de 0 a 100, en la que cada punto del gráfico se divide por el punto mayor, o 100.
No necesariamente una línea que tiende a descender implica que la popularidad relativa de un término de búsqueda está bajando. Más bien es que su popularidad en comparación con otras búsquedas está disminuyendo.



Google trends

Como no estás mirando números absolutos, al compartir tu análisis debes evitar declaraciones como:
“Vimos un crecimiento del 100% en las búsquedas de Google".

Se recomienda usar:
Hubo un crecimiento en el interés de búsqueda de aproximadamente el 100%.

¡Gracias!

Gianella Tapullima, editora adjunta de fact-checking de OjoPúblico
Correo: gianellamarlene@gmail.com
X: @GianellaMarlene