

**ANÁLISIS DE FAKE NEWS DEL PERIÓDICO EL ESPECTADOR Y LA  
REVISTA SEMANA SOBRE EL COVID-19, Y EL IMPACTO QUE GENERAN EN  
LOS ESTUDIANTES DE ÚLTIMOS SEMESTRES DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
DE LA UNIVERSIDAD DE PAMPLONA, SEDE PAMPLONA Y LA POBLACIÓN  
SANALBERTENSE**

**Autor**

**Diana Carolina Cuadros Bustamante**

**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA  
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES  
COMUNICACIÓN SOCIAL  
PAMPLONA  
2021**

**ANÁLISIS DE FAKE NEWS DEL PERIÓDICO EL ESPECTADOR Y LA  
REVISTA SEMANA SOBRE EL COVID-19, Y EL IMPACTO QUE GENERAN EN  
LOS ESTUDIANTES DE ÚLTIMOS SEMESTRES DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
DE LA UNIVERSIDAD DE PAMPLONA, SEDE PAMPLONA Y LA POBLACIÓN  
SANALBERTENSE**

**Autor**

**DIANA CAROLINA CUADROS BUSTAMANTE**

**C.C 1.152.716.203**

**Trabajo de grado, modalidad Investigación para obtener el título de comunicador  
social**

**Asesor**

**C.S. DIANA ALEXANDRA ROJAS**

**Magister en paz, desarrollo y resolución de conflictos**

**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA  
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES  
COMUNICACIÓN SOCIAL  
PAMPLONA**

**2021**

## Tabla de Contenido

Resumen .....	8
Asbtract.....	9
Introducción.....	10
Capítulo I. Problema.....	12
1.1 Contextualización.....	12
1.1.2 Descripción Del Problema .....	15
1.1.3 Formulación Del Problema .....	19
1.2 Objetivos .....	19
1.2.1 General.....	19
1.2.2 Específicos .....	20
1.3 Justificación .....	20
1.4 Limitaciones.....	23
Capítulo II. Marco Teórico.....	24
2.1 Antecedentes .....	24
2.1.1 Internacionales .....	24
2.1.2 Nacionales .....	26
2.1.3 Regionales o locales .....	28
2.2 Bases Teóricas.....	30
Capítulo 3. Marco Metodológico .....	49

3.1. Enfoque Metodológico.....	49
3.2. Nivel descriptivo – explicativo de Investigación .....	50
3.3. Diseño Metodológico .....	50
3.4. Población y Muestra.....	51
3.4.1. Población.....	51
3.4.2. Muestra.....	51
3.5 Técnicas e Instrumentos De Recolección De Datos.....	52
3.5.1 Análisis Documental .....	52
3.5.2 Entrevista Estructurada .....	53
3.5.3 Encuesta .....	55
Capítulo 4. Resultados.....	59
4.1 Investigar las noticias falsas publicadas en la sección “fake news” del periódico El Espectador y la Revista Semana sobre la crisis sanitaria de la Covid-19. ....	59
4.2 “fake news” Del Periódico El Espectador.....	60
4.2.1 Análisis Argumentativo Sobre Las Fake News Del Periódico El Espectador .....	65
4.3 “fake News” Revista Semana.....	70
4.3.1 Análisis Argumentativo Sobre Las Fake News De La Revista Semana ..	74
4.4. Análisis De Las Entrevistas Estructuradas A Expertos.....	78
4.4.1 Entrevista Al Experto Fabian Molinares .....	78

4.4.2 Entrevista al experto Argemiro Castro.....	84
4.4.3 Análisis General De Entrevistas A Expertos.....	90
4.5 Evaluar el alcance que las fake news de la crisis sanitaria de la Covid-19 tuvieron sobre la opinión de los estudiantes de Comunicación Social entre los meses de marzo a agosto del 2020.....	91
4.5.1 Opinión De Los Estudiantes.....	92
4.5.2 Análisis De Los Estudiantes.....	109
4.5.3 Opinión De La Gente Del Común.....	111
4.5.3.1 Análisis De La Gente Del Común.....	129
4.6 Triangulación De Los Resultados .....	130
Capítulo 5. Conclusiones Y Recomendaciones .....	133
5.1 Conclusiones .....	133
5.2 Recomendaciones.....	135
Referencias .....	137
Anexos .....	144
Apéndices .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## Lista de figuras

<b>Figura 1</b> A cuál medio de comunicación tiene usted mayor acceso.....	92
<b>Figura 2</b> Cuáles medios de comunicación prefiere para mantenerse informado de lo que sucede con la actual pandemia Covid-19 .....	93
<b>Figura 3</b> Qué criterios tiene en cuenta para evaluar la información que recibe. ....	94
<b>Figura 4</b> Ha escuchado el término de “Fake news .....	98
<b>Figura 5</b> Ha recibido noticias falsas sobre la pandemia Covid-19 .....	99
<b>Figura 6</b> Sabe diferenciar las noticias falsas de las verdaderas .....	100
<b>Figura 7</b> Cuáles cree que son los motivos por los cuáles se difunden rápidamente estas noticias.....	101
<b>Figura 8</b> Consulta fuentes confiables para verificar una información antes de difundirla a otros .....	107
<b>Figura 9</b> Si usted ha recibido noticias falsas sobre la pandemia, ¿por cuál medio ha sido	108
<b>Figura 10</b> Le gustaría aprender a identificar las fake news y evitar la difusión de las mismas .....	109
<b>Figura 11</b> A cuál medio de comunicación tiene usted mayor acceso.....	111
<b>Figura 12</b> Cuáles medios de comunicación prefiere para mantenerse informado de lo que sucede con la actual pandemia Covid-19 .....	112
<b>Figura 13</b> Qué criterios tiene en cuenta para evaluar la información que recibe. ....	113
<b>Figura 14</b> Ha escuchado el término de “Fake news".....	119
<b>Figura 15</b> Ha recibido noticias falsas sobre la pandemia Covid-19.....	119
<b>Figura 16</b> Sabe diferenciar las noticias falsas de las verdaderas .....	120
<b>Figura 17</b> Cuáles cree que son los motivos por los cuáles se difunden rápidamente estas noticias.....	121

<b>Figura 18</b> Consulta fuentes confiables para verificar una información antes de difundirla a otros .....	127
<b>Figura 19</b> Si usted ha recibido noticias falsas sobre la pandemia, ¿por cuál medio ha sido .....	128
<b>Figura 20</b> Le gustaría aprender a identificar las fake news y evitar la difusión de las mismas .....	129

### **Lista de tablas**

<b>Tabla 1</b> Entrevista estructurada a expertos en periodismo y comunicación .....	54
<b>Tabla 2</b> Análisis del experto Fabian Molinares .....	78
<b>Tabla 3</b> Análisis del experto Argemiro Castro .....	84

## Resumen

La expansión de la crisis sanitaria del Covid-19 ha provocado la denominada “infodemia” por lo que el diario El Espectador y la Revista Semana tomaron las noticias falsas que surgieron al inicio de la pandemia en Colombia y las publicaron en una sección llamada “fake news”. Estos falsos informes se aprovechan de la confusión de las personas para propagarse más rápido que el mismo coronavirus, generando a su paso un sobresalto e incredulidad en la comunidad. La difusión de estos informes, parte de los cuales circula por las redes sociales, resulta difícil porque afecta a la salubridad y puede hacer un grave efecto e incluso originar la muerte de personas.

Esta investigación tiene como objetivo evaluar y representar en la red cerca de las referencias falsas que circularon en Twitter, Facebook, WhatsApp, entre otros, sobre la pandemia del coronavirus a través del comportamiento de dichas redes. A pesar de la empatía de muchos periodistas por tratar de aclarar estas noticias falsas, se observan varias semanas en las que la desinformación distrae de conquistar medidas más eficaces para evitar el contagio. Además, los galenos y científicos trataban de brindar informes más adecuados para el fácil entendimiento de la población a través de fuentes oficiales como la OMS (Organización Mundial de la Salud), buscando construir ayudas y explicar las correctas medidas de saneamiento.

**Palabras claves:** Coronavirus, Covid-19, pandemia, salud, crisis sanitaria, información de salud, noticias falsas, difusión de información, desinformación, redes sociales, análisis de redes sociales, infodemia.



## **Asbtract**

The expansion of the Covid-19 health crisis has caused the so-called "infodemia" so the newspaper El Espectador and Revista Semana take the fake news that arose at the beginning of the pandemic in Colombia and published it in a section called "fake news". These false reports take advantage of the confusion of people to spread faster than the coronavirus itself, generating in their step a shock and disbelief in the community. The dissemination of these reports, some of which circulate on social networks, is difficult because it affects health and can have a serious effect and even lead to the death of people.

This research aims to evaluate and represent in the network about the false references that circulated on Twitter, Facebook, WhatsApp, among others, about the coronavirus pandemic through the behavior of those networks. Despite the empathy of many journalists for trying to clarify these fake news stories, there are several weeks in which misinformation distracts from winning more effective measures to prevent contagion. In addition, the doctors and scientists tried to provide more adequate reports for the easy understanding of the population through official sources such as the WHO (World Health Organization), seeking to build aid and explain the correct sanitation measures.

**Keywords:** Coronavirus, Covid-19, pandemic, health, health crisis, health information, fake news, information dissemination, disinformation, social networks, social media analysis, infodemia.

## Introducción

El presente trabajo de investigación pretende, identificar y analizar las noticias falsas que surgieron al inicio de la pandemia Covid-19 en Colombia y que fueron desmentidas por medios nacionales como El Espectador y Revista Semana mediante la publicación de estas en una sección llamada “fake news” manera en que estos informes generan manipulación social y el impacto que obtuvieron en los estudiantes de séptimo, octavo, noveno y décimo semestre de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona, sede Pamplona y en la población sanalbertense. Para esto, se incorporó una serie de expertos, autores y conocedores del tema, que pudieran aportar teoría y opiniones desde el campo del periodismo a este proyecto. Cabe resaltar que en esta tesis se pretende aclarar el tema de las fake news, por qué se crea, con qué fin y cómo afecta a la población.

Las noticias falsas producen clics que se transforman en ganancias monetarias, así como también aumento de seguidores en portales webs con la intención de originar nociones que favorecen a ciertos habitantes y desacreditan o desfavorecen a otros. El surgimiento de las fake news tienen diferentes intencionalidades, tanto para generar pánico y terror en la población, tal como sucedió con la malinterpretación que se hizo en 1938 de la puesta en circulación radial de la novelística de Orson Wells titulada “la guerra de los mundos”, que convenció a las personas de que Norteamérica estaba siendo invadida por marcianos.

Al considerar que la incidencia de los medios en la manipulación social, es trascendental y muy notoria, resulta conveniente, obtener opiniones de expertos en comunicación y periodismo, así como también de estudiantes del programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona y población del municipio de San

Alberto, Cesar para determinar el uso que hacen con las noticias que reciben para el debido proceso de verificación y difusión de las mismas.

La información falsa tiene un impacto social significativo, es importante analizar los factores que ayudan a su aceptación y distribución. Por ende, es indispensable tener en cuenta, que la incidencia de estos factores y las consecuencias que trae consigo la información transmitida por portales webs o redes sociales como Facebook, WhatsApp, entre otros, en el comportamiento y las acciones sociales, de acuerdo a componentes cognitivos e investigativos que conllevan a un interés o desinterés por parte de estos actores sociales y políticos.

## Capítulo I. Problema

### 1.1 Contextualización

Este proyecto de investigación se centra en analizar las fake news que surgieron a inicios de la pandemia Covid-19 y que fueron recopiladas por los medios de comunicación nacionales El Espectador y Revista Semana en una sección que llamaron “Fake news” con el fin que los lectores las conocieran y no creyeran en el contenido que allí se plasmaba. Asimismo, se busca conocer la manera en que estas afectaron a la población sanalbertense y estudiantes de séptimo, octavo, noveno y décimo semestre de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona, sede Pamplona.

La Revista Semana fue fundada en 1946 por Alberto Lleras Camargo, al terminar su periodo como presidente de Colombia. La revista circuló hasta 1961, año en el que cerró debido a una crisis presupuestal. En 1982, Felipe López Caballero (hijo del expresidente colombiano Alfonso López Michelsen y nieto del también expresidente Alfonso López Pumarejo) decide refundar la revista y la registra el 20 de septiembre de 1982 ante la Cámara de Comercio como Publicaciones Semana S.A, Casa Editorial (monitoreo de medios, S,f)

El diario El Espectador fue fundado el 22 de marzo de 1887 en Medellín, por Fidel Cano, años en que la parte política no estaba de acuerdo con el diario ni con su contenido ya que este iba dirigido a la libre expresión, con el objetivo de que los colombianos se crearan un pensamiento crítico, en varios años (80 y 90)

El Espectador tuvo varias controversias, tras sus publicaciones y pensamientos, el 8 de agosto El Espectador fue cerrado Y suspendido por

este motivo “LIBRE EXPRESION” motivo que también llevo a Fidel Cano a la cárcel por 18 meses, salió libre y continuo su proyecto, luchando contra liberales, narcotráfico y demás, logrando después de 130 años de trayectoria hoy en día, ser uno de los más grandes diarios informativos (Deportes, Economía, Opinión, Política, Cultura, Tecnología, entre otros). (Historia de El Espectador. Bogotá., 2015)

La Universidad de Pamplona es una universidad pública de Colombia, sujeta a inspección y vigilancia por medio de la Ley 1740 de 2014 y la ley 30 de 1992 del Ministerio de Educación de Colombia. Su sede principal se ubica en el municipio de Pamplona, Norte de Santander. Cuenta con sedes en el municipio de Villa del Rosario y en la ciudad de Cúcuta, además de varios Centros Regionales de Educación a Distancia (CREAD) en distintas ciudades del país.<sup>3</sup> Fue fundada el 23 de noviembre de 1960.<sup>4</sup> Cuenta con 3 Vicerrectorías (Académica, Investigaciones y Administrativa y Financiera) y 2 direcciones administrativas (Interacción Social y Bienestar Universitario), se divide académicamente en 7 facultades y su máximo organismo de gobierno es la Consejo Superior Universitario. El actual rector es el Dr. Ivaldo Torres Chávez (Wikipedia, S.f)

Las “fake news” son informes noticiosos que se presentan de forma sensacionalista con el fin de desinformar a la población sobre un tema en específico. Usualmente han tomado mayor auge en los últimos tiempos y sus principales medios de difusión son las redes sociales, puesto que en la actualidad son millones las personas que hacen uso de estas, por ende, es más factible que cualquier persona publique contenido informativo carente de fuentes confiables y lejos de ser veraz a través de las mismas. Los creadores de estas noticias buscan que los internautas se involucren emocionalmente para de esta forma

acaparar su atención sin que tengan interés por saber claramente lo que hay detrás de este fenómeno.

Según la Universidad Sergio Arboleda, aunque en Colombia hay pocos estudios acerca de este tema, en Estados Unidos el Pew Research Center realizó una investigación en 2016, en la que se indicaba que el 62% de los adultos se informaba por redes sociales, principalmente a través de Facebook. Además, el 23% de la población aseguraba haber compartido una noticia falsa. Colombia, según el Instituto de Internet de la Universidad de Oxford, ocupa el segundo lugar en la lista de países con distorsión de la información en WhatsApp, mientras que, en otras redes, como YouTube, ocupa la tercera posición; en Twitter, la novena y en Facebook, la décima. Este ranking lo lideran Argentina, Brasil, Azerbaiyán y Angola.

Para comprender un poco por qué se presentan casos de manipulación de información hay que tener en cuenta que en las plataformas digitales las noticias se difunden a gran velocidad, lo que permite en ocasiones que las intenciones de estas pesquisas se consoliden, como puede ser la persuasión en las personas y en consecuencia la toma de malas decisiones a causa del contenido falso consumido.

Esta investigación, se enfoca en el análisis de las noticias que surgieron a partir de la actual pandemia llamada Covid-19 y que fueron publicadas en la sección “fake news” de los periódicos El Espectador y la Revista Semana. Es por ello que se visibiliza la necesidad de ahondar un poco más en lo que al coronavirus corresponde.

Los coronavirus (CoV) son virus que surgen periódicamente en diferentes áreas del mundo y que causan Infección Respiratoria Aguda (IRA), es decir gripa, que pueden llegar a ser leve, moderada o grave. El nuevo Coronavirus (COVID-19) ha sido catalogado por la Organización Mundial de la Salud

como una emergencia en salud pública de importancia internacional (ESPII), (Ministerio de Salud, 2020).

Esta enfermedad tuvo origen en Wuhan, China a finales del año 2019 afectando a miles de personas mientras otra cantidad moría, poco tiempo después se fue expandiendo a nivel mundial por los distintos continentes ocasionando el mismo efecto. Pero no fue sino hasta marzo del presente año cuando “se confirmó el primer caso de coronavirus en Colombia proveniente del extranjero y tomó mayor revuelo pues al poco tiempo se alcanzaban los cien contagiados, meses después la cifra aumentó agigantadamente según los reportes del Instituto Nacional de Salud” (INS, 2020). A inicios del mes de agosto Colombia se encontraba entre los diez países con más casos de contagio en el mundo, lista que lideraba Estados Unidos seguido por Brasil, siendo este último el país con la mayor cifra de infectados en Latinoamérica.

### ***1.1.2 Descripción Del Problema***

La viralización de las noticias falsas se ha convertido en una problemática de gran auge debido a que cada día crecen a pasos agigantados las cifras de fake news reportadas en las distintas redes sociales entre las cuales lideran YouTube, Facebook y las cadenas ficticias de WhatsApp, según Alonso y Orta “gracias a Internet y las redes sociales el rumor cobra una dimensión nueva en la que entra en juego factores como “velocidad, amplitud y universalidad, vectores que potencian el auge de su difusión amparados en la participación, el anonimato, la fuente oculta y la dificultad para borrar su rastro” (Alonso y Orta, 2015). Es por ello que mediante el proyecto “análisis de fake news en pandemia Covid-19” se hace

visible una serie de complicaciones como son en primer lugar, la desinformación de la sociedad acerca del coronavirus, puesto que actualmente las personas se encuentran con mayor acceso a internet.

En Colombia existen distintos medios de comunicación entre ellos el periódico El Espectador y la Revista Semana, realizando un análisis sobre el top de las fake news, aclarando que es una sección escrita de los mismos, pero basada en las noticias falsas de lo que surgió entre los meses de marzo a agosto respecto a la pandemia mundial de la Covid - 19 y el alcance que tuvo en los lectores, pues se hizo visible diferentes casos de muertes e intoxicaciones colectivas debido a la creencia de las aparentes “curas” basadas en remedios naturales o en su defecto químicos que fueron adquiridas en artículos informativos de dudosa procedencia y carentes de veracidad que se podrán ver más adelante en esta investigación, es entonces cuando se evidencia las falsas comunicaciones, dichas fake news están plasmadas en la sección de la Revista Semana y en el periódico El Espectador en los artículos que se les realizó el estudio.

“En Irán una de esas “fake news” ha tenido un fatal desenlace: más de 300 personas han muerto. Creen que el metanol puede combatir el SARS-COV-2”. (El Espectador, 2020)

Por otra parte, estos informes falsos sobre la crisis sanitaria actual han generado una serie de alarma social puesto que en ellas se aborda información no verificada por el personal especializado como pueden ser médicos, científicos, epidemiólogos, entre otros, y que buscan infundir el terror entre la población como sucedió principalmente al inicio de la pandemia, cuando las personas con mejores recursos económicos salieron a los supermercados a abastecerse de víveres dejando las estanterías de estos vacíos y con poca posibilidad a quienes por el contrario dependían del producido diario.



Cuando un lector decide compartir una noticia entra en juego una combinación compleja de factores psicológicos y las personas pasan a formar parte del ciclo de desinformación. Un factor es el abandono del conocimiento según explica la profesora Luisa Faziol, “Cuando la gente no busca ni aplica el conocimiento ya almacenado de forma adecuada a una situación actual”, (Fazio L 2020), la profesora adjunta de psicología y desarrollo humano en la Universidad de Vanderbilt. El cerebro humano busca opciones fáciles. Los investigadores afirman: “Los lectores toman atajos y a menudo comparten historias con titulares llamativos sin analizarlas más en profundidad. Incluso cuando los usuarios de redes sociales leen lo que comparten, su mente racional halla otras formas de no esforzarse” (Brouillette M., & Renner R., 2020).

Otro inconveniente, es la persuasión y proliferación de estafadores que se presentan mediante este tipo de noticias, pues se ha conocido que detrás de esta práctica hay un interés económico claro. De acuerdo con el medio de comunicación internacional BBC, plataformas de noticias falsas de Estados Unidos “han llegado a recaudar hasta US\$10.000 por una noticia. Así, la generación de clics por contenido compartido de información de alto impacto, aunque sea falsa, termina siendo lucrativa para ciberdelincuentes a través de este tipo de acciones negativas para la sociedad” (Ministerio Tic, 2020).

La sociedad actualmente suele depositar su confianza en lo que observa por medios masivos, esto se presenta también porque gran parte de la población tiene acceso a la información, donde muchas personas no se dan a la tarea de investigar si se trata de una noticia falsa o de algo real. Este problema cobra mayor relevancia cuando los medios masivos de comunicación como la radio, toman estas “noticias” y las divulgan, haciéndolas llegar a comunidades o públicos específicos que carecen de postura crítica para cuestionarse sobre la información que reciben. Este es otro de los contratiempos que más se

ha presentado durante el tiempo de pandemia en distintos partes del mundo a raíz del presente fenómeno.

Uno de los afectados por esta situación es sin duda el periodismo, puesto que la viralización de noticias falsas provoca en las personas la pérdida de confianza en los medios tradicionales, debido a que algunos de estos en su momento publicaron información que no contaba con el resguardo de los especialistas y por ende tuvieron que retractarse de ello. También se ve perjudicada la población en general, debido a ello esta investigación tomó como objeto de estudio a la comunidad sanalbertense y a los estudiantes de séptimo, octavo, noveno y décimo semestre del programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona en su sede principal, Pamplona, pues es importante conocer la manera por la cual se informan y el tratamiento que le dan a las noticias que reciben.

Dentro de estas adversidades cabe resaltar una muy importante la cual se ha visto aplicada en el tiempo en que el coronavirus ha estado presente en Colombia y el mundo, se trata de la discriminación a los infectados. Lo anterior debido a que se ha creado una serie de estigmas sociales que han acarreado afecciones en los contagiados, generando en cada uno una lucha contra dos pandemias: el Covid-19 y la ignorancia que se hace notoria en el resto de la población.

Según la Cátedra UNESCO de vivienda de la Universidad Rovira i Virgili de Tarragona (España), los blancos de los ataques discriminatorios cambiaron a lo largo de las semanas, ya que "otro tipo de estigmatización surgió por el miedo a ser infectado". En algunos casos, este temor dio lugar a amenazas contra los trabajadores de la salud y los empleados de los supermercados que corrían el riesgo de ser infectados en sus lugares de trabajo. Por ejemplo, "la Cátedra UNESCO de resolución de conflictos de la Universidad

de Córdoba informó de que las comunidades pedían a los profesionales de la salud que no volvieran a sus hogares para evitar la contaminación de sus vecinos”. (UNESCO, 2020)

Finalmente, las distintas problemáticas expuestas anteriormente han provocado en las personas afectación en la salud tanto física como mental, puesto que factores como la alarma social, discriminación, falsas expectativas, manipulación, entre otros, han encaminado a un desequilibrio mental que puede concluir en ataques de pánico, ansiedad y depresión frente a la situación actual.

### ***1.1.3 Formulación Del Problema***

¿Cuáles fueron las noticias falsas sobre la pandemia covid-19 en la sección “fake news” publicadas por el periódico El Espectador y la Revista Semana y el impacto que estas generaron en los estudiantes séptimo, octavo, noveno y décimo semestre del programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona, sede Pamplona y la población sanalbertense?

## **1.2 Objetivos**

### ***1.2.1 General***

Indagar sobre las noticias falsas que surgieron entre los meses de marzo a agosto sobre la crisis sanitaria de la Covid-19 publicadas por el periódico El Espectador y la Revista Semana y el impacto que generan las fake news en los estudiantes de séptimo, octavo, noveno y décimo semestre de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona, sede Pamplona, además de la población sanalbertense.

### ***1.2.2 Específicos***

Investigar las noticias falsas publicadas en la sección “fake news” del periódico El Espectador y la Revista Semana sobre la crisis sanitaria de la Covid-19.

Analizar las fake news en la sección de la Revista Semana y en el periódico El Espectador de los artículos en estudio.

Evaluar el alcance que las fake news de la crisis sanitaria de la Covid-19 tuvieron sobre la opinión de los estudiantes de séptimo, octavo, noveno y décimo semestre de Comunicación Social, y la población sanalbertense entre los meses de marzo a agosto del 2020.

### **1.3 Justificación**

Desde los últimos años el periodismo en el mundo se ha visto afectado por una gran problemática que aqueja la rigurosidad y criterio por el cual se caracteriza esta profesión, se trata de las “Fake News” o noticias falsas. Si bien, el planeta cambió a partir de la expansión de una pandemia llamada

“Coronavirus” o Covid-19, de la cual se ha compartido información tanto verdadera como falsa, “esta última ha sido de ayuda para el surgimiento de una “infodemia”, es decir, una pandemia de desinformación. Este término fue otorgado por la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2020).

Este proyecto surge con el fin de investigar la manera en que las personas se informan y así demostrar que no todo lo que circula en los medios como las redes sociales es completamente cierto, pues son estas las principales promotoras de información, por lo que es necesario que los internautas opten por adquirir una postura crítica ante el contenido noticioso que consumen, asimismo realizar la respectiva verificación en cuanto a la procedencia de estos.

Lo anterior es necesario debido a que actualmente los informes han perdido la centralidad de la fuente y con ello la veracidad que debe caracterizar dichas noticias, siendo este fenómeno un gran riesgo para la población porque cada día es mayor el número de personas que se informan en redes sin tener la claridad para identificar lo falso, generando de esta forma consecuencias directas en la salud de los consumidores como se ha visto en diversos sucesos recientemente.

Esta investigación se lleva a cabo para determinar el impacto que las noticias falsas sobre la pandemia covid-19 ha obtenido en la población estudiantil de últimos semestres del programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona en su sede principal Pamplona, e investigar las acciones a las que estos acuden para evitar la difusión de las mismas.

Al analizar el surgimiento de las fake news y observar que afectan la correcta información en la sociedad, se suministrará información que permitirá ahondar con mayor profundidad en este tema como puede ser conocer de qué se trata este fenómeno, causas, consecuencias y posibles recomendaciones para tener en cuenta con mayor precaución al momento de consumir contenido informativo mediante plataformas digitales, principalmente las redes sociales.

Es importante resaltar que las consecuencias de compartir o creer en información falsa puede acarrear resultados de mayor gravedad, ya no sólo por el gran tumulto de campañas maliciosas que hay detrás de estos mensajes falsos, sino también por aquellas que afectan directamente a la salud. Es por eso que también compete a cada persona mitigar la difusión de mensajes y noticias falsas que contienen fines desconocidos como puede ser manipulación, lucro monetario, entre otros y a los cuales se les hace alusión.

Si bien, el trabajo para combatir las fake news es una tarea difícil, como usuarios responsables y conscientes de las posibles consecuencias de propagar este tipo de mensajes “resulta fundamental verificar y cotejar tanto las fuentes como la información misma antes de distribuirla, así como tomar con cautela la información que se difunde a través de Internet, no creer todo lo que se publica y tener la capacidad de discernir” (Mendoza M, 2020).

Este trabajo es importante para todos aquellos que quieren complementar una investigación relacionada con el tema y usar este documento como referencia, también porque es necesario tener conocimiento sobre las noticias falsas debido a que estas afectan a todas las personas si son difundidas sin control alguno, es por ello que se hace necesario saber de qué manera identificarlas teniendo en cuenta diferentes sugerencias que hacen algunos profesionales de la Comunicación Social.

Otra razón de la relevancia de este tema es que, así como se tiene el derecho a la libertad de expresión, también es de igual importancia difundir información verdadera con objetividad y no dejarse llevar por el sensacionalismo de tener la primicia para obtener mayor popularidad en las redes sociales que es el lugar donde hoy en día se está compartiendo más hechos noticiosos, disminuyéndose así de una u otra manera el uso de los medios tradicionales, por ello se dice que ha decaído la rigurosidad del ejercicio periodístico. Finalmente es necesario que tanto los emisores como receptores se tomen el

tiempo de hacer un estudio es decir de investigar todos los datos que llegan a sus manos y revisar qué dicen otros medios sobre lo mismo para así llevar a cabo una triangulación.

#### **1.4 Limitaciones**

Entre las limitaciones que se presentaron inicialmente se encontraron la falta de conexión a internet en ocasiones para realizar la debida investigación, así como también la poca participación de la comunidad sanalbertense, lo que hizo que la recolección de datos y opiniones fuera más compleja.

## Capítulo II. Marco Teórico

### 2.1 Antecedentes

Los siguientes documentos son proyectos de grado de distintos autores que servirán de apoyo a la investigación que se está realizando donde se analizan las fake news que surgieron respecto de la pandemia covid-19. Las tesis abordadas se trabajaron desde el 2018 hasta junio de 2020 y se realizaron en distintos lugares del mundo, en ellos se evidencia la manipulación e influencia de personas para ejercer un control en la sociedad con el fin de modificar decisiones políticas, puntos de vista sobre distintas temáticas y demás.

#### 2.1.1 Internacionales

En la investigación “Fake News. Evolución, ámbitos de desarrollo y su repercusión en cibermedios nacionales. Casos: El País, El Confidencial, El Diario y Maldita”, Baidez G, Jessica E. (2018) plantea como objetivo general “valorar el impacto de las Fake News en España y sus repercusiones en los ciber medios españoles, visto como una oportunidad que abre nuevas vías en el desarrollo de la profesión”. Baidez G, Jessica E. (2018) De igual forma en este proyecto la autora maneja una metodología investigativa de carácter: explicativo-cualitativo, sustentado en los casos de estudio de El País, El Confidencial, El Diario y Maldita, teniendo en cuenta la trayectoria y los aspectos que caracterizan estos medios en España.



Esta investigación presenta en su idea central que las redes sociales son las principales difusoras de contenido noticioso falso y, por ende, han conllevado a severas consecuencias de ámbito político, social, entre otros. A su vez la autora afirma que más del 50% de la comunidad española se informa por estos medios y no presentan duda en lo que leen o consumen por lo que son susceptibles a creer lo que en ello se muestra sin darse a la tarea de contrastar fuentes o indagar sobre la información que reciben.

Este proyecto es un referente clave para la investigación en curso debido a que presenta una teoría interesante y adecuada al tema que se está tratando, además porque en su estudio, la autora presenta las justificaciones por las cuales las fake news han tomado mayor relevancia en los últimos tiempos y esto en cuestión, se relaciona con lo que se pretende hallar al final del trabajo. Por otra parte, porque muestra como los medios con una larga trayectoria y seriedad en el ámbito informativo caen en el error de presentar noticias falsas y cómo esto afecta su imagen y credibilidad en los lectores y público al cual va dirigido su contenido.

En el trabajo de fin de máster titulado “Posverdad y fake news: propaganda y autoritarismo en el siglo XXI” (Backer F. 2019) presenta su proyecto en tres fases, en la primera aborda como tema central “Fake news: propaganda en la era de la posverdad”, (Backer F. 2019) en la segunda presenta la situación y debate actual sobre fake news y en la tercera muestra las tesis actuales sobre la posverdad y fake news.

De esta forma, con la teoría presentada se puede fortalecer la investigación que se está realizando sobre las fake news en pandemia covid-19 puesto que de cierta manera ayuda a orientarla, también porque en el desarrollo del trabajo de fin de máster el autor plantea iniciativas para abordar las fake news en Europa y con ello expone una serie de medidas para reducir el impacto de las mismas en la sociedad como son medidas contra la

creación, la publicación, la distribución, el consumo y educación digital y finalmente presenta las normas de comunidad para reducir las noticias falsas.

En la Parte II, hemos ilustrado como la proliferación de las fake news está íntimamente ligada con los modelos de negocio de las redes sociales. Los algoritmos de las plataformas no sólo amplifican la difusión de las fake news, sino que, además, fomentan la parcelación de este espacio público virtual. Analizando el auge de las fake news con el desarrollo de las redes sociales, podemos concluir que las fake news son una táctica de propaganda (política) que se aprovecha de nuestras debilidades psicológicas (sesgos cognitivos) y de los avances tecnológicos (redes sociales) (Backer F, 2019, pág. 112).

Con lo anterior, se resaltan los aportes que este proyecto genera al que se está desarrollando puesto que apunta a que las redes sociales son las principales difusoras de noticias falsas y, además de generar manipulación en la opinión pública sobre alguna temática, asimismo se presenta como un negocio lucrativo.

### ***2.1.2 Nacionales***

En la tesis de grado titulada “La Batalla Contra las Noticias Falsas” (Ramos S, 2019). para obtener el título de comunicador social periodista, centra su objetivo principal en “analizar algunos tipos de metodologías existentes detectoras de contenidos falsos” (Ramos S, 2019), su evolución histórica y algunos casos emblemáticos, con el fin de promover herramientas que le ayuden al periodismo para evitar caer en el fenómeno de las noticias falsas.

En este proyecto el autor usa como metodología la realización de algunas entrevistas a periodistas colombianos que han adelantado procesos de verificación de datos, asimismo, analiza varios casos emblemáticos de noticias falsas como fueron las elecciones

presidenciales Estados Unidos 2016, Caso Brexit – FullFact, AfricaCheck, chequeado, ColombiaCheck y finalmente escoge una serie de piezas de informes noticiosos falsos que se han presentado en Colombia y que por supuesto han acarreado consecuencias en la sociedad.

Este trabajo de grado le aporta a la investigación que se está realizando porque analiza la forma en la que las fake news han evolucionado y presenta una herramienta democratizadora de la información que hace que las personas puedan identificar fácilmente entre un contenido falso y uno verdadero, se trata de las “fat cheking” lo que es entonces un complemento de gran importancia para el proyecto, asimismo, contribuye en la indagación que hace con respecto a la forma en que las noticias falsas afectan al periodismo como profesión, la veracidad de los medios y la pérdida de credibilidad de los usuarios en las mismas.

EL proyecto de grado con el título “Manipulación social como consecuencia de la difusión de información falsa a través de medios clásicos y alterativos” (Flórez D., Morales F., Pereira M., Quiroga Y., Ahumada J., Solano M. (2018) realizado en Bucaramanga - Santander plantean como objetivo principal “identificar los factores que hacen que la información falsa y la desinformación, generen una problemática social”. En esta investigación manejan una metodología de carácter mixto, se agregan procesos cuantitativos y cualitativos con enfoques de teoría fundamentada, etnográfico e investigación-acción para obtener los resultados que deseaban.

En este trabajo se presenta inicialmente información teórica sobre la manipulación de masas, teoría de la información y otras bases teóricas que ayudan a tener una perspectiva documentada del tema que se está tratando y así poder resolver dudas sobre conceptos y demás a la sociedad. En segunda instancia, se da una visión del papel que juegan los actores

políticos y las TIC en los procesos electorales, el cuál es el tema en el que se enfoca este proyecto. Por ultimo y no menos importante, se habla sobre los medios de comunicación y su importancia a la hora de informar sobre temas que competen a la comunidad en general.

El aporte que esta tesis realiza a la investigación es que permite analizar por qué las fake news tienen alto índice de consumo por parte de la sociedad, y coincide en que las personas creen en todo aquello que muestran medios de comunicación pensando que todo es veraz, aunque la desinformación se presenta principalmente en los medios de comunicación alternativos, y no tanto en los tradicionales.

### ***2.1.3 Regionales o locales***

La tesis de grado titulada “El papel de las plataformas digitales y los verificadores de información en la difusión de fake news” (Rendón R, Salas M & Roberto C 2019) para optar por el título de especialistas en periodismo digital realizada en la ciudad de Bogotá, plantean como objetivo principal “evidenciar el rol de las plataformas digitales hoy en la difusión de fake news políticas en Colombia” (Rendón R, Salas M & Roberto C 2019) con el fin de conocer con mayor profundidad qué tanto tienen que ver estos medios al momento de la difusión de noticias falsas. Además, concluye que:

La sociedad se enfrenta a una realidad en la cual las fake news están afectando la toma de decisiones y cambiando la manera de compartir información, el ciudadano informa o desinforma a sus iguales según sus intereses, razón por la cual es necesario generar procesos de verificación más certeros y completos. (Rendón R. & Salas C. 2019. Pág. 25)

Esta investigación realiza un aporte bastante importante a la que está en curso debido a que permite una perspectiva más amplia y ahonda en temáticas y conceptos que

permiten aumentar los conocimientos o percepciones que se tiene sobre las fake news y sus tipos, para de esta forma identificarlas con mayor facilidad.

Por otra parte, contribuye con información relevante obtenida mediante instrumentos investigativos donde arroja que los principales medios por los cuales las personas consumen noticias son las plataformas digitales y las redes sociales se postulan como las principales, afirmando que el periodismo necesita tomar un fuerte control y responsabilidad en la verificación de la información, asimismo, concluye que los medios de comunicación deben tomarse la tarea de contrastar fuentes y estar seguros de los informes que van a emitir.

El proyecto de grado titulado “El poder de las Fake News” (Buitrago J. 2020) realizado en Bogotá, en la Corporación Universitaria Minuto de Dios teniendo como objetivo principal comprender el efecto que producen las Noticias Falsas (Fake News) en la vida de los ciudadanos y donde se utilizó como metodología fue el reportaje donde abordó distintas investigaciones para lograr hallar la información necesaria y de esta forma obtener los resultados que deseaba, para ello consultó textos, fuentes, expertos en el tema y demás.

En esta tesis el autor pone en contexto los aspectos que influyen en la desinformación y difusión de fake news, uno de ellos es la alfabetización digital, la cual explica por qué las personas son más susceptibles a caer en este fenómeno que se presenta principalmente en las redes sociales. Esto según las investigaciones exhaustivas realizadas en este proyecto, sucede debido a que actualmente las personas han entrado en un proceso de aprendizaje y se han sumergido en el mundo tecnológico, de allí surge el interés de informarse y compartir las noticias o informes que recibe, sin tener en cuenta si se trata de contenido falso o no.

Posteriormente los autores explican la forma en que las noticias falsas “influyen en los procesos y decisiones políticas, cómo a través de ella se persuade y manipula a la sociedad”.

(Buitrago J. 2020) Finalmente, ahonda en la formación de los comunicadores sociales y periodistas para que estos en su rol asuman la responsabilidad de realizar de forma correcta su labor, teniendo siempre en cuenta la ética y la objetividad.

Este proyecto, contribuyó ideas fundamentales a la investigación debido a que, en los resultados de los instrumentos de recolección de datos aplicados como la entrevista a distintas personas, permitió obtener las respuestas necesarias para realizar el respectivo análisis y comprender un poco sobre la intencionalidad con la que se crean y difunden las fake news.

## 2.2 Bases Teóricas

La comunicación se puede definir como una acción necesaria en los seres humanos y ha estado presente a lo largo de la historia, en ella el emisor envía un mensaje mientras que el receptor da respuesta al mismo. “Es un proceso de interacción social, a través de signos y sistemas de signos, producto de las actividades humanas. Los hombres en el proceso de comunicación expresan sus necesidades, aspiraciones, criterios, emociones, etc.” (González F.2020).

Es así como la comunicación permite construir relaciones entre dos o más personas mediante un idioma o lenguaje, además de revelar los distintos pensamientos, sentimientos y puntos de vista que los seres humanos tienen sobre algún tema específico, asimismo deja en claro la opinión de cada uno y la forma en que se puede generar un proceso de construcción de conceptos, pensamientos o incluso crear aportes a las teorías establecidas.

Según (Chiavenato, 2006) “La comunicación es el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social”. (Chiavenato, 2006) Es por ello que se generan procesos comunicativos en distintos grupos o comunidades, puesto que en este ejercicio se comparten historias que se forjan a partir de las vivencias y demás.

Los mensajes son eventos de conducta que se hallan relacionados con los estados internos de las personas: garabatos en el papel, sonidos en el aire, marcas en la piedra, movimientos del cuerpo, etc. Son los productos del hombre, el resultado de sus esfuerzos para codificar, es decir cifrar o poner en clave común sus ideas. (Berlo, 1984; Pág. 10).

No siempre se emiten mensajes de forma oral o escrita, en muchas ocasiones estos se transmiten mediante gestos corporales o faciales que permiten expresar el gusto o disgusto por una situación, una persona, una conversación, por un sinnúmero de cosas que no necesariamente se comunican oralmente, al dar un mensaje se pueden utilizar diferentes recursos como puede ser papel, piedra, arena, sonidos, paredes, entre otros.

Con lo anterior, se hace necesario tener claro cuáles son esos medios que permiten llevar a cabo un proceso comunicativo, por eso se hará una breve explicación basada en autores, de lo que son y lo que los caracteriza. Según Rosario Peiró en su artículo medios de comunicación. “Los medios de comunicación son canales e instrumentos para informar y comunicar a la sociedad actual acerca de hechos o acontecimientos que suceden”. (Peiró, R 2017) Hoy día las personas quieren estar informadas de lo que transcurre a su alrededor, por lo que hacen uso de estos recursos que muestran hechos de distintos ámbitos como son político, económico, social, cultural, tecnológico, entre otros.

En el periodismo digital surgen características nuevas, algunas encajan en las estructuras del periodismo tradicional y revalidan sus modelos, pero otras apuntan a nuevas estructuras. Repasamos, en la segunda parte de este artículo, dos de estos nuevos modelos: el diamante y la pirámide tumbada. Sin embargo, la pirámide invertida no es la única forma de atender el problema en el caso del periodismo.

**El diamante:** El profesor inglés Paul Bradshaw (2007) planteó la posibilidad de explicar las características del periodismo digital a través de un diagrama con forma de diamante cuyos ejes son la velocidad y la profundidad, dependiendo del momento en que se encuentre la elaboración de la noticia. “El modelo que se observa a continuación propone la forma en que una noticia debe pasar a través de una redacción integrada, desde la



inmediatez, por los siguientes pasos: alerta, borrador, artículo/paquete, contexto, análisis y reflexión, interactividad, y finalmente personalización” (Bradshaw 2007)

Un tema que juega un papel muy importante dentro de toda esta teoría son los medios de comunicación, pues este proyecto se basa en analizar las noticias falsas que surgieron en los primeros meses de la pandemia en Colombia y que fueron difundidas por distintos portales comunicativos, por lo que es necesario conocer el origen de los mimos y el proceso que han tenido a lo largo de su existencia.

Los medios de comunicación masas tuvieron su apogeo en el siglo XX cuando una serie de inventos tecnológicos establecieron nuevas dimensiones para la distribución de la comunicación. Luhmann define al sistema de los medios de comunicación de masas como al conjunto de aquellas comunicaciones sociales que se sirven de medios técnicos de reproducción masiva para propagarse. (Luhmann, 2007: pág. 2)

Estos medios han generado aportes significativos a la sociedad porque además de informar, han permitido crear contacto entre las personas, mostrar lo que sucede en las distintas partes de una nación y del resto del mundo. “A través de los medios de comunicación y de las informaciones que se desprenden de ellos, los usuarios se forman una opinión general en un momento dado sobre la realidad que nos rodea” (Peiró, R. 2017).

Los medios de comunicación se clasifican en impresos, electrónicos, digitales entre los que se destacan la prensa, la radio, la televisión, el cine y actualmente la internet, este último es de los más utilizados por los consumidores de información actualmente de la mano con la televisión. En la primera clasificación se encuentran elementos como los periódicos, revistas, folletos, en la segunda están las emisoras que pueden ser comunitarias, comerciales o de interés público, en la tercera se enmarcan distintos programas que se pueden clasificar en noticiosos, de entretenimiento, deportivos, educativos, entre otros.

Por otra parte, se hace necesario resaltar que la prensa ha estado presente desde hace muchos años, inició cuando Gutenberg inventó la imprenta en el año de 1450, tiempo después surgen las primeras noticias contemporáneas que fueron plasmadas en hojas sueltas. Esto porque en este documento se habla de un diario que se vende tanto impreso como digital, por lo que se aclara que el periódico es uno de los principales elementos en los medios de comunicación, pero su verdadera creación nace con el Acta Diurna Romana, la cual se trataba de una publicación de carácter oficial que daba a conocer los trabajos desarrollados por el Senado romano, este era su principal contenido, con el paso del tiempo se fueron incorporando otros temas como eventos populares.

Siglos más tarde surge la prensa moderna donde se empieza a crear contenido de interés social como por ejemplo temas de salud, economía, cultura, y otros que convertirían el periódico en un medio masivo de comunicación de masas que se iría expandiendo por los distintos continentes informando sobre los hechos más importantes que sucedían en los diferentes países.

De aquí que la prensa juega un papel muy importante en la sociedad, puesto que además de informar, permite conocer la opinión pública respecto de un tema. Actualmente la prensa ya no solo es impresa, sino que se encuentra en el plano digital, tal como sucede con el periódico El Espectador, pues los avances tecnológicos han permitido trasladar los periódicos a portales web donde las personas tienen acceso a las noticias e informes de manera más rápida, lo que ha traído ventajas y desventajas.

Como se mencionaba anteriormente, los medios de comunicación tanto digitales como impresos han incorporado dentro de su estructura distintos temas que son de interés social, allí se resalta el ámbito de la salud, puesto que en este caso se habla de una pandemia. La comunicación para la salud se define como "la modificación del

comportamiento humano y los factores ambientales relacionados con ese comportamiento que directa o indirectamente promueven la salud, previenen enfermedades o protegen a los individuos del daño” (Chasqui, 1998).

Según Luis Ramiro Beltrán, “el empleo sistemático de medios de comunicación individuales, de grupo, masivos y mixtos, así como tradicionales y modernos - como los medios informativos y los multimedia” (Beltrán L. 2017), es una herramienta de apoyo al logro de comportamientos colectivos funcionales que cumplan los objetivos de los programas de salud pública.

Se hace necesario hablar de los medios de comunicación en Colombia porque es el país donde se desarrolla este proyecto de investigación, muchos de ellos han surgido a lo largo de la historia del mismo, algunos de ellos han perdurado, otros han cerrado, pero también han aparecido muchos medios informativos, algunos con un formato un poco más amarillista y otros con la seriedad y veracidad que los caracteriza. El periódico es el medio de comunicación más antiguo de Colombia, inaugurado a finales del siglo XVIII en 1791. A 2015, existen solo 4 periódicos de circulación nacional: El Tiempo, El Espectador, Portafolio y La República. Siendo estos dos últimos periódicos de nicho del sector económico. Hay cerca de 90 periódicos regionales diferentes entre prensa de pago, popular y gratuita. Los más importantes son: El Colombiano (Medellín), El País (Cali), El Heraldo (Barranquilla), Vanguardia Liberal (Santander) y El Universal (Cartagena). (Monitor, S. f.)

Algunos de los periódicos y diarios de Colombia que circulan en las principales ciudades y en todo el país se encuentran en Bogotá: El Tiempo, El espectador, El Nuevo Siglo, Q´Hubo, Publímetro, La República, Portafolio. En Medellín: El Colombiano, El Mundo, Q´Hubo Medellín. Barranquilla: El Heraldo, Al Día, Q´Hubo Barranquilla, En

Cartagena, El Universal, La Verdad. Q´Hubo Cartagena. Cali: El País, Diario de Occidente. Cada ciudad, pueblo, barrio cuenta con prensa diaria, y/o periódica (EcuRed, 2015).

Para continuar con el tema y debido a que este proyecto enfatiza en diarios como El Espectador, es necesario que los lectores de este proyecto conozcan un poco más sobre el mismo. Este es un periódico colombiano de pago, redactado en español y de tirada nacional, cuya sede principal se encuentra en la ciudad de Bogotá. Fue fundado por Fidel Cano Gutiérrez en 1887 en la ciudad de Medellín y cuenta con una audiencia estimada de 1,85 millones de lectores. Se considera el rotativo de mayor prestigio y antigüedad tanto en Colombia como en gran parte de América Latina. Debe su nombre a la gran admiración de su fundador por el poeta Víctor Hugo, quien colaboraba en Francia en un diario que llevaba el mismo nombre. Se define como un periódico político, literario, noticioso e industrial. Desde el 2012 cuenta con una versión digital (EcuRed, 2015).

En la actualidad, El Espectador se ha posicionado como uno de los diarios más importantes del país, competidor principal del periódico El Tiempo y ampliamente reconocido a nivel nacional e internacional por su imparcialidad y su línea editorial crítica, orientada a la búsqueda de la verdad y la defensa de los derechos civiles (EcuRed, 2015)

La comunicación ha tomado mucha importancia en el ámbito de la salud, pues a través de ella se ha logrado implementar campañas donde el objetivo principal es informar, proteger y prevenir a las personas de las diferentes enfermedades, dar recomendaciones en caso de presentar alguna, y otras pesquisas que permiten estar atentos a los mismos.

Es importante contextualizar un poco sobre “la historia de la comunicación para la salud en Latinoamérica donde sólo logró posicionarse a principios de los años ochenta, después del establecimiento de la Educación Sanitaria. Desde sus inicios, esta práctica demostró ventajas significativas frente a su antecesora” (Mosquera, M, 2003). De acuerdo

con un documento de la Organización Mundial de la Salud Healthy People, volumen I), la comunicación en salud abarca el estudio y el uso de estrategias de comunicación para informar e influenciar decisiones individuales y comunitarias que mejoren la salud.

Sin embargo, la salud ha estado muy relacionada en los últimos meses con la prensa y los medios de comunicación, debido a la actual pandemia que enfrenta el mundo llamado “Covid-19”. Este acercamiento ha permitido que las personas estén al tanto de lo que sucede con este virus, cuántas vidas ha cobrado, además da a conocer el número de contagiados, recuperados y demás. Por otra parte, han surgido artículos informativos sobre posibles curas o remedios que han salvado a muchas personas, lo que puede ser considerado como una ventaja o desventaja, puesto que, así como se presenta información veraz y valiosa, asimismo han surgido muchas noticias falsas que han traído severas consecuencias.

Debido a que se habla de la pandemia, se contextualiza un poco sobre el tema como ya se había hecho al inicio de este documento, si bien la crisis sanitaria producida por el COVID-19 ha generado una demanda adicional de información para poder sobrellevar una situación de incertidumbre y alta carga emocional prácticamente inédita, en la que se ha disparado la difusión de noticias falsas o fake news. (Montesi, 2020).

Según la Organización Mundial de la Salud El 31 de diciembre de 2019, China informó de casos de neumonía en personas asociados con el mercado mayorista de mariscos de Huanan en Wuhan, provincia de Hubei. El 7 de enero de 2020, las autoridades sanitarias chinas confirmaron que este grupo estaba relacionado con un nuevo coronavirus, SARS-Cov-2 o Covid-19. (OMS 2020)

Aunque en un principio se informó que los casos estaban asociados con la exposición al mercado de mariscos de Wuhan, pronto los datos epidemiológicos indicaron

que se estaba produciendo la transmisión de este virus de persona a persona. Al 30 de enero de 2020 se habían notificado un total de 9.976 casos en al menos 21 países. El 12 de marzo, en un artículo la Organización Mundial de la Salud (OMS) pasó a calificar de pandemia el brote tras los elevados casos de contagio del nuevo coronavirus. Para entonces, ya se contabilizaban más de 118.000 casos en 114 países y 4.291 muertes (Pérez, Meso & Mendiguren, 2020).

Como consecuencia de la expansión de este virus surgieron varias teorías sobre la aparición de este, algunos decían que había sido creado por los residentes chinos en un laboratorio, otros que era culpa de los mismos por el consumo de murciélagos, adicionalmente se habló de que el fin de originar esta enfermedad era para reducir la población mundial. Lo que si es cierto es que, la cifra de contagiados empezó a crecer a pasos agigantados, tanto así que, durante las primeras cuatro semanas de enero de 2020,

“hubo más de 15 millones de publicaciones en Twitter sobre el tema del coronavirus, y sólo el día que pasó a ser calificado como pandemia se publicaron casi diez millones de contenidos en la red de microblogging, según el blog de análisis de medios sociales Tweet Binder” (Jesús Ángel Pérez Dasilva, 2020)

Hasta mediados de abril, cuando ya más de 417 millones de tweets abordan el tema del coronavirus, la teoría de conspiración más preocupante que circula en línea se relaciona con la afirmación ficticia de que el virus fue diseñado por los chinos, con objetivos políticos o económicos (Pérez, Meso & Mendiguren, 2020).

En consecuencia, de lo expuesto en el párrafo anterior, se visualiza la necesidad de entrar en el tema centro de esta investigación y son las noticias falsas, tal vez muchos han oído hablar del tema tiempo atrás, pero lo han pasado por desapercibido puesto que no

habían tenido tanto revuelo a nivel mundial como desde el inicio de la pandemia, pues fue allí donde se le puso la lupa al tema a raíz del surgimiento de tantos bulos en internet.

En 2017, el Oxford English Dictionary designó el término fake news como “Palabra del Año”, refiriéndose a él como información falsa diseminada bajo la apariencia de un reportaje cuyo contenido es frecuentemente sensacionalista. Sin embargo, el uso deliberado de información que no se corresponde con la realidad no es un hecho relativamente reciente. Según los autores (Pérez D et al. 2020) Las noticias falsas comenzaron a surgir en el siglo XIX en un momento de rápido crecimiento para los periódicos ayudado por las tecnologías emergentes en aquel entonces (Berkowitz; Schwartz, 2016)

Pero ya antes, durante la rebelión Jacobita en Gran Bretaña, a mediados del siglo XVIII, impresores sediciosos difundieron que el rey Jorge II estaba gravemente enfermo en un intento de desestabilizar al gobierno del monarca. “Dichas noticias fueron recogidas por medios serios haciéndose más difícil discernir entre realidad y ficción” (Pérez, Meso & Mendiguren, 2020).

Tradicionalmente los profesionales de la información han tenido a su alcance una serie de fuentes de información que se consideraban fiables y a las que podían recurrir para dar respuesta a las necesidades de sus usuarios. Una fuente confiable, de referencia, seguía una serie de controles y validaciones que permitían garantizar la calidad de la información que se podía encontrar. A partir de la irrupción de internet, del blog, la web, etc., el monopolio de comunicar informes se rompe y ya no sólo los editores de periódicos, revistas, libros o medios de comunicación tendrán la capacidad de emitir sus mensajes (Borrull, Vives & Isidre, 2018).

La consolidación de las redes sociales fácilmente usables, especialmente Twitter y Facebook, ha permitido el crecimiento de las noticias falsas (fake news) que ahora mismo

son un verdadero problema a la hora de determinar la certeza o no de una información, Autores como (Borrull, Vives & Isidre, 2018) “sitúan el fenómeno en el contexto del auge de los populismos y los nacionalismos y el desprestigio de las élites y los medios de comunicación.”

Es decir, las noticias falsas no son un fenómeno nuevo, pero sí lo es la amplitud con que pueden reproducirse en las redes sociales. Cuando hoy, en varios idiomas, se habla de fake news, se da cuenta de ese fenómeno. En el artículo fake news, amenaza u oportunidad para los profesionales de la información y la documentación, por Esteban Carrizo, afirma “La pérdida de centralidad de la fuente y la posibilidad de «viralización» –otro término de época– disminuyen a menudo el interés por la veracidad de la noticia y las capacidades críticas de lectura para identificar lo falso” (Carrizo E 2020). En la medida en que magnos ritmos de la población se informan en las redes, estas cuestiones tienen resultados políticos muy directas, como se vio en varios sucesos recientes

Estas se divulgan a partir de la emergencia de plataformas sociales se ha vuelto mucho más sencilla la circulación de noticias engañosas. En principio, porque al pasar a una forma de comunicación networking, a diferencia del broadcasting, el intercambio de mensajes en red permite que los usuarios sean además de consumidores, también productores de discursos que circulan y que muchas veces son falsos. Y, en segundo lugar, estas plataformas utilizan un algoritmo que distribuye el contenido más relevante para cada usuario, logrando que la información que se le muestra a cada uno esté condicionada y filtrada.

Las fake news son un instrumento de control social, que buscan la persuasión, el descrédito y la confusión con el objetivo de ejercer un mecanismo de decisión y comportamiento de los sujetos. En el caso del Covid-19 se han convertido en otra



pandemia, una informativa, que busca intoxicar al público de un virus, el de la desinformación, el de la falta de información veraz.

La necesidad de establecer herramientas o instrumentos para evitar las fake news no radica sólo en una labor subjetiva del ciudadano, sino que la inteligencia artificial nos puede facilitar, mediante la utilización de algoritmos, el descarte de noticias adulteradas, y evitar su propagación y expansión. También el diseño de bots que permitan contrastar la información con fuentes fiables y asimismo identificar la falsa. El poder de las fake news en el ámbito de la salud puede ser devastador, ya que el mundo se encuentra ante una información muy sensible y con graves consecuencias para el ámbito sanitario y social que pueden derivar en pérdidas económicas sustanciales (Fernández, 2020).

Las noticias falsas pueden lograr una gran conmoción en las personas y en especial cuando tratan de temas que les afecta a todos como es el caso de la salud, más ahora que existe una situación que ha generado gran impacto y se quiere obtener información sobre la misma para no verse afectado y esto genera que cualquier dato sea tomado como verdadero debido a la inmediatez sin antes corroborar si lo es o no lo que puede llegar a ocasionar graves problemas.

A partir de esto, según los investigadores María del Pilar Rendon Y Mario Salas se puede considerar que las fake news tienen las siguientes características: “Se presentan como noticias, lo cual las hace llamativas al público. Su intención inicial es engañar al lector o usuario de redes y hacer que este se sienta informado, y por ende con la plena facultad de transmitir dicha información” (Rendon & Salas, 2019)

En la mayoría de los casos presentan hechos ficticios que al momento de ser leídos pueden llegar a interpretarse como ciertos, ya que el contenido tiende a usar palabras y lugares comunes que el lector relaciona con contenido verdadero que ha consultado

anteriormente. En ocasiones mezclan hechos reales, pero distorsionados, buscando así minimizar cualquier duda que se le pueda presentar al espectador, haciéndola más eficaz en su papel de confundir y engañar.

Con base en las características enunciadas, se puede afirmar que es allí donde radica la principal diferencia entre una mentira y lo que hoy conocemos como fake news ya que al presentarlas con un carácter noticioso y lograr que la audiencia se sienta informada o advertida por estas, también se está garantizando que la misma considere que tiene la capacidad de seguir informando a sus conocidos o seguidores, replicando la información falsa y en la mayoría de casos haciéndola viral, algo que se convirtió en el principal objetivo de las llamadas noticias falsas puesto que así aseguran su éxito.

Un reciente estudio realizado por la Knight Foundation concluye que la falta de confianza en los medios es común entre los jóvenes de todo el espectro político. El estudio apunta que estos se muestran muy escépticos con las noticias que consumen, además de preocupados por la falta de rigor o el sesgo de las fuentes informativas utilizadas. Abunda en este dato un estudio del Pew Research Center de 2016 según el cual 16% de los adultos estadounidenses ha compartido una noticia que, en el momento de difundir, no sabía que era falsa. “Pero un destacado 14% afirma haber compartido una noticia falsa sabiendo que lo era. Por lo tanto, las personas en cuanto aumentan las noticias falsas, pierden su credibilidad a las siguientes que salgan sobre este tema” (García, 2017).

En la actual pandemia de Covid-19, las “fake news” se han disparado, puesto que la divulgación de informaciones deliberadamente falsas se ha convertido en un problema sanitario. “Asuntos como el rechazo al uso de vacunas, supuestos tratamientos alternativos contra el cáncer o la defensa de la efectividad médica de la homeopatía han sido objeto de campañas de desinformación en las redes sociales” (Salaverría, 2020)

También epidemias como la del ébola en 2014 dieron lugar a la fabricación y difusión pública de infundios (ConSalud.es, 2014 citado en Ramón et al., 2020). Sin embargo, ninguno de esos precedentes es comparable a la explosión de bulos producida a raíz de la pandemia de la Covid-19.

Es así como, el impacto sanitario, social, económico y político de esta pandemia ha multiplicado la desinformación. Con las redes sociales como escenario principal, la proliferación de fabricaciones informativas, manipulaciones gráficas, teorías conspiratorias, contenidos intencionadamente descontextualizados y, en definitiva, mentiras de todo tipo y condición, llevó en febrero de 2020 a la Organización Mundial de la Salud a alertar sobre una “infodemia” superpuesta a la pandemia de coronavirus, es decir, “Una sobreabundancia de información –alguna exacta y otra no– que hace difícil que la gente encuentre fuentes dignas de crédito y fiables”(OMS, 2020; citado en Ramón, 2020).

Por otro lado, este problema de las plataformas de comunicación se agrava, además, por un factor subjetivo: el “sesgo de confirmación” (Wason, 1960 citado en Ramón et al., 2020), que conduce a los individuos a creer tan solo a aquella información que confirma sus prejuicios, descartando argumentos y evidencias que desafían su pensamiento previo. La inclinación psicológica a dar crédito solo a lo que uno desea creer ha demostrado tener un impacto significativo en ámbitos como la educación, la ciencia y la política (Kappes et al., 2020; Thornhill et al., 2019 citado en Ramón et al., 2020).

Asimismo, el fenómeno de la desinformación en el marco de la pandemia se ha convertido, de hecho, en motivo de debate político en varios países. En España, durante las primeras semanas del estado de alarma decretado por el Gobierno, los partidos políticos se cruzaron acusaciones mutuas de difundir bulos y noticias falsas (El país, 9 abril 2020 citado

en Ramón et al., 2020). Fuera de las tribunas políticas, el problema también preocupa a la ciudadanía, cada vez más expuesta a mensajes engañosos en múltiples plataformas.

Las primeras investigaciones, necesariamente apresuradas, confirman la magnitud del problema. Una encuesta entre usuarios de internet de seis países –Alemania, Argentina, Corea del Sur, España, Estados Unidos y Reino Unido (N=8.502)–, conducida entre marzo y abril de 2020 por el Reuters Institute for the Study of Journalism (Nielsen et al., 2020 citado en Pérez, Meso & Mendiguren, 2020), detectó que en torno a un tercio de los encuestados afirmaba haber visto mucha o muchísima información falsa o engañosa en la última semana, sobre todo a través de las redes sociales y los sistemas de mensajería. Entre los seis países analizados,

España era el lugar donde los encuestados (N=1.018) destacaban más este problema: un 44% indicaba haber visto contenidos engañosos en torno a la pandemia tanto en las redes sociales como en las aplicaciones de mensajería, y también, aunque en menor medida, en los portales de vídeo (32%) y en los buscadores (24%). Otros estudios han comenzado a explorar los perfiles de la desinformación en el marco de la pandemia (Pérez, Meso & Mendiguren, 2020).

A partir de todo esto, si se considera la red en términos de grado de entrada, los actores que reciben más vínculos provenientes de otros usuarios (y que ven como sus contenidos son los más referenciados y viralizados) están relacionados con la pugna entre demócratas y republicanos. Simpatizantes de ambos bandos se acusan mutuamente de mentir sobre el coronavirus y acusan en sus mensajes a periodistas y medios de comunicación como la CNN, Fox o Vanity Fair de publicar noticias falsas.

Los resultados de varias investigaciones en el tema muestran un cambio entre el 28 de febrero y el 12 de marzo ante el avance imparable del coronavirus. Aparecen en segundo

lugar nuevos actores entre los más influyentes, como el Ministério da Saúde do Brasil, cuyas publicaciones recuerdan la necesidad de contrastar las informaciones antes de difundirlas y también inciden en las medidas de higiene a adoptar (Jesús Ángel Pérez Dasilva, 2020). Por lo tanto, el grado de intermediación, las primeras semanas los nodos con posiciones más favorables en la red y que poseen la mayor capacidad para controlar la difusión de los mensajes sobre los bulos del coronavirus, son todos americanos.

A pesar de que Europa se ha convertido en el epicentro global del Covid-19, se observa que el cruce de acusaciones en Estados Unidos domina la conversación en Twitter. El más importante entre los actores que proporcionan información no redundante es Donald Trump, que mantiene que el coronavirus no es un problema en EUA y pasa esas semanas (junto a sus seguidores) acusando a los medios y a los demócratas de mentir. A partir del 28 de febrero, varios usuarios brasileños y filipinos sustituyen a parte de los actores norteamericanos. Los investigadores Jesús-Ángel Pérez-Dasilva; Koldobika Meso-Ayerdi; Terese Mendiguren-Galdospín afirman que estos “Funcionan como intermediarios en las conversaciones entre los usuarios que dan forma a la red y difunden información diferente que no tiene que ver con la política estadounidense, ya que muchos la confunden”. Se puede decir también que

Las fake news de estos días se han producido en un contexto de gran incertidumbre y carga emocional que ha generado una necesidad acentuada de información, no solo científica y procedente de los medios de comunicación, sino de todo tipo, incluyendo la de carácter experiencial, como mecanismo de comprensión y adaptación a un evento inédito y amenazador. (Pérez, Meso & Mendiguren, 2020)

En esta coyuntura, la gran difusión de noticias falsas pone en entredicho todo el conocimiento que se produce fuera de los canales oficiales de comunicación, así como los

derechos de la ciudadanía para ejercer su criterio sobre la información que consume, en el artículo escrito por Montesi, Michela *Las fake news sobre el COVID-19: expone por qué* “la respuesta que se está dando es delegar la responsabilidad última de las decisiones sobre la información exclusivamente en autoridades en información, entre las cuales se incluye al propio Google o comprobadores automáticos del tipo FactCheck.org” (Montesi M, 2020).

Con la llegada de las nuevas plataformas digitales y la revolución de la tecnología ha hecho que la inmediatez en la información juegue un papel importante para que la ciudadanía tome una postura frente a un determinado tema, sin embargo, en su mayoría los contenidos difundidos no tienen fuentes que contrasten con lo que se plasma, y cómo la población no tiene una actitud crítica frente a las noticias que reciben, creen que todo es cierto, pero en realidad no. Esto no quiere decir que todos los informes sean falsos, solo que hay que saber identificar el medio, fuente, investigación y contexto para tener criterio propio y no caer las Fake News y la posverdad.

La investigadora Montesi que cita a (Tandoc, Lim, y Ling, 2018) afirma que “en la mayoría de los casos las fake news se ignoran o no llevan los lectores a emprender acciones, exceptuando unos casos anecdóticos, aunque se han expresado preocupaciones por su capacidad de influir en resultados electorales y confundir a los mismos. (Tandoc, Lim, y Ling, 2018) Además, muchas tienen cierto sentido del humor, algo que puede convencernos del carácter inofensivo de las mismas. Sin embargo, en la prensa y mucha literatura se consideran como potencialmente peligrosas para quienes las consumen.

Es decir que se recibe a diario, a través de distintos canales o medios (mensajería de móvil, periódicos, redes sociales, televisión), información que puede ser falsa, no contrastada y que incita a la confusión. Junto a ello, actualmente el tema del COVID-19 se ha convertido en el tema estrella de consultas por internet (Contreras, 2020 citado en

Fernández, 2020), y la generación de contenidos no está sujeta a ningún control sobre su veracidad o falsedad. El consumidor no tiene la suficiente preparación para reconocer si una fuente de información es fiable, o si esta es falsa.

El ritmo de la información generada adquiere tal rapidez que no nos da tiempo a comprobar su procedencia, no disponemos de tiempo ni de la paciencia suficiente para averiguar y contrastar. Otro de los factores es la presentación del mensaje, si es un texto largo tendemos a rechazarlo, porque nos cuesta más trabajo leerlo. Consumimos más fácilmente información directa, o a través de las imágenes, por lo que la inmediatez es la clave para que una fake news se difunda de forma más rápida (Revuelta, 2019 citado en Fernández, 2020).

La falta de hábitos de lectura es algo que influye de manera contundente en estos casos para que las personas no quieran leer grandes textos, un buen informe noticioso requiere investigación y por ende en algunas cuestiones, argumentos extensos para contrastar la información, la sociedad debe ser consciente de esto para compartir la noticias y disminuir los casos de fake news.

Seguido a esto, el aumento de noticias falsas se está convirtiendo en un problema mundial ( McGonagle, 2017 citado en Oberiri & Bahiyah, 2020). “En consecuencia, los usuarios de las redes sociales pueden aportar ideas o difundir las noticias mediante acciones, me gusta o retuits; por lo tanto, están invariablemente expuestos a un tipo de información incontrolable, especialmente noticias que provienen de autores independientes” Como tal, las redes sociales son ahora un lugar para difundir información errónea y noticias falsas rápidamente (Oberiri & Bahiyah, 2020).

Según investigaciones recientes, circulan muchos rumores y noticias falsas sobre el COVID-19. Cada vez es más difícil distinguir las noticias falsas de los informes cuya veracidad no debe cuestionarse (Huynh, 2020 citado en Oberiri & Bahiyah, 2020).

En consecuencia, la desinformación en las redes sociales ha alimentado el pánico entre los miembros del público con respecto a la pandemia de COVID-19, lo que ha llevado a los gobiernos y las autoridades a instar a los ciudadanos a confirmar la autenticidad de las noticias antes de hacerlas circular. (Oberiri & Bahiyah, 2020).

Desde este punto de vista, la investigación ha encontrado que a medida que continúa la urgencia de encontrar un tratamiento para COVID-19 en todo el mundo, la proliferación de noticias falsas se ha intensificado en las redes sociales, lo que muchos expertos creen que está contribuyendo a las amenazas de la pandemia.



## Capítulo 3. Marco Metodológico

### 3.1. Enfoque Metodológico

Para este tipo de proyectos, se hace necesario interactuar directa e indirectamente con la ciudadanía, de esta forma se podrá conocer sus opiniones, percepciones, y actuaciones ante la situación que se presenta actualmente, además es importante identificar de forma clara cuáles son las principales consecuencias que acarrea el fenómeno de las fake news sobre la pandemia Covid-19 en la sociedad y porque esta es el principal eje de la investigación.

En este proyecto se maneja un enfoque mixto, el cual se conforma por los métodos de recolección de datos cualitativos y cuantitativos. Las investigaciones con enfoque mixto consisten según Roberto Sampieri “en la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno, puede decirse que surgieron por la complejidad de algunos fenómenos” (Sampieri R, 2011).

Es oportuno en esta investigación conocer por qué surgen las noticias falsas y qué consecuencias traen en las personas que las consumen, muchas veces ingenuamente, de igual forma se necesita saber la opinión de los expertos en periodismo acerca de la temática abordada y de qué forma afecta a esta profesión, siendo esto adecuado manejarlo en el análisis del diagnóstico que es esencial para el desarrollo del proyecto.

En este sentido, el presente proyecto se planteó con un enfoque mixto debido a que es oportuno tener en cuenta las opiniones de los expertos, pero también de la población que

estuvo expuesta a las fake news difundidas en el momento en que mayor auge obtuvo la pandemia actual Covid-19.

### **3.2. Nivel descriptivo – explicativo de Investigación**

El grado de profundidad de esta investigación se centra en lo descriptivo y explicativo porque se expone y argumenta teóricamente una situación que está tomando mayor revuelo en los últimos tiempos como son las fake news. Según el investigador Dankhe. “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, -comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis” (Dankhe, 1986).

En este proyecto se trabaja una realidad que la sociedad está afrontando y que se difunde principalmente por las redes sociales o portales web, donde, través de una investigación se estudia el surgimiento del fenómeno de las fake news y las consecuencias que ha desencadenado en las personas.

Esta investigación se centra en hallar las posibles causas y los procedimientos de acción, que generan en las personas la necesidad de consumir información no verificada y más aún, confiar plenamente en ella, para de cierta manera incentivar en la población la realización de una búsqueda exhaustiva de fuentes confiables frente a las distintas noticias a las que puedan acceder.

### **3.3. Diseño Metodológico**

El objeto de estudio se abordó a través del análisis documental con el fin de recolectar información basada en el contexto real de la situación, asimismo se tuvo en cuenta la entrevista estructurada a expertos en periodismo para conocer la opinión de estos en cuanto al tema presentado y la forma en la que esta afecta directamente a la profesión, por último, se hizo uso de la encuesta dirigida a estudiantes de los últimos semestres del programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona, sede Pamplona y a habitantes de San Alberto, Cesar con cierto rango de edades.

### **3.4. Población y Muestra**

#### ***3.4.1. Población***

La población que se tomó en cuenta en este proyecto fueron los estudiantes del programa de Comunicación Social, de la Universidad de Pamplona en su sede principal, Pamplona, así como también la población del municipio de San Alberto, perteneciente al departamento del Cesar, a quienes se les aplicó uno de los instrumentos de recolección de datos de manera virtual, dándoles la oportunidad de explicar su concepto y percepciones frente al tema.

#### ***3.4.2. Muestra***

La muestra en este proyecto se basó en 84 estudiantes de séptimo, octavo, noveno y décimo semestre del programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona en su sede principal, Pamplona, de la misma manera se tuvo en cuenta a la población

sanalbertense, donde 104 personas con un rango de edad entre los 23 y 40 años participaron en el desarrollo de la encuesta.

Lo anterior, debido a que es de suma importancia en primer lugar, conocer el grado de investigación que tienen los alumnos que están a puertas de ser profesionales de la comunicación al momento de consumir información aportada en las plataformas digitales, asimismo es necesario conocer la razón por la cual la comunidad en general específicamente en las edades mencionadas adquieren y difunden informes noticiosos vistos en redes sociales sin antes realizar una exhaustiva consulta de fuentes confiables para validar que es cierto lo que se está recibiendo (Ver anexo B).

### **3.5 Técnicas e Instrumentos De Recolección De Datos**

#### ***3.5.1 Análisis Documental***

Dulzaides Iglesias M. y Molina Gómez A. (2004)., definen el análisis documental de la siguiente manera:

El análisis documental es una forma de investigación técnica, un conjunto de operaciones intelectuales, que buscan describir y representar los documentos de forma unificada sistemática para facilitar su recuperación. Comprende el procesamiento analítico- sintético que, a su vez, incluye la descripción bibliográfica y general de la fuente, la clasificación, indización, anotación, extracción, traducción y la confección de reseñas.

Mediante esta técnica se analizaron las distintas noticias falsas que surgieron acerca de la pandemia actual covid-19, las cuales llegaron a manos de muchas personas que

realizaron diferentes procesos con ellas, por lo tanto, se buscó conocer con la población objeto de estudio qué tanto saben del tema de fake news y qué hacen con la información que reciben mediante los distintos medios.

Luego de una exhaustiva búsqueda de las noticias falsas creadas y publicadas a inicio de la pandemia en Colombia, se procedió a realizar los debidos análisis de sus contenidos, los mensajes que mostraban y la manera en que esto pudo afectar a la población. Al inicio fue un poco complejo, puesto que muchas de estas ya habían sido retiradas de los portales de noticias de los dos medios en investigación.

### ***3.5.2 Entrevista Estructurada***

Esta técnica de recolección de datos se centra en la precisión de las diferentes respuestas que puede aportar el entrevistado, gracias a estas se pueden recopilar información múltiple acerca de una temática. Cada participante tiene opiniones y pensamientos distintos sobre el tema que se está abordando de ahí la importancia de preguntar abiertamente.

#### **3.5.2.1. Perfil De Los Expertos Entrevistados**

##### **Entrevistado N° 1**

Fabián Molinares es comunicador social de profesión, especialista en gestión de proyectos, maestrante en comunicación, en su experiencia laboral cuenta con un vasto bagaje de conocimientos adquiridos como docente del programa de Comunicación social de la Universidad de Pamplona durante aproximadamente 8 años, también fue jefe de comunicaciones del hospital San Juan de Dios de Pamplona, Norte de Santander, además se

destacó como coordinador de gobierno en línea de la Alcaldía de Pamplona, dirigió un portal de noticias llamado “Noticias Pamplona” que fue una revolución digital del periodismo en la ciudad con un crecimiento muy rápido donde alcanzaron 40 mil seguidores, ejerciendo su profesión como independiente a través de 4 años.

### Entrevistado N° 2

Argemiro Castro es comunicador social, ha desempeñado su labor periodística en el área radial, ha trabajado en emisoras como Buturama Estéreo, Radio Campo Serrano Emisora Comunitaria, estas dos del municipio de Aguachica, Santa Rosa Estéreo, en la localidad de Santa Rosa, Sur de Bolívar, La Palma Estéreo de San Alberto y actualmente es gerente de su propio medio llamado “La Primera Estéreo” la cual es la primera emisora virtual en Aguachica, Cesar con más de 57,000 seguidores.

**Tabla 1**

*Entrevista estructurada a expertos en periodismo y comunicación*

Entrevistado	Preguntas
Fabian Molinares	1. ¿Qué percepción tiene acerca de las fake news? 2. ¿Cuáles cree que son las principales razones por la cuáles estas proliferan en las comunidades?
Argemiro Castro	3. ¿De qué forma cree que se puede combatir este fenómeno en la sociedad? 4. ¿Cree que las tecnologías de la información y la comunicación (TICS) pueden fomentar la proliferación de las fake news?

	<p>5. ¿Por qué una pandemia puede generar tanta alarma social con noticias falsas no solo en el ámbito de la salud?</p> <p>6. ¿Cómo educar a la población para que tengan una posición crítica frente a cualquier contenido ya sea verdadero o falso?</p>
--	---

Estas entrevistas se realizaron de manera virtual a través de la red social WhatsApp, aún así fue interesante la manera en que estos dos expertos dieron su punto de vista acerca de las fake news y los alcances que pueden llegar a tener en la sociedad, aunque tuvieron ciertas cosas en común cada uno habló desde su experiencia como comunicadores sociales y periodistas.

### ***3.5.3 Encuesta***

Es una técnica que permite obtener datos acertados y cifras exactas sobre un tema de manera rápida, según García Ferrando: esta “utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características”.

Este instrumento se aplicó a 84 estudiantes de séptimo, octavo, noveno y décimo semestre del programa de Comunicación Social, de la Universidad de Pamplona, sede Pamplona, para conocer los criterios que tienen en cuenta en el momento de recibir una información de manera noticiosa, también para saber de qué manera han actuado ante una fake news. También se les aplicó a 104 personas del común del municipio de San

Alberto, Cesar mediante las plataformas digitales que permiten llegar con mayor facilidad a las personas y conocer su experiencia frente a las mismas.

### **3.5.3.1. Formato Encuesta A Estudiantes Y Personas Del Común.**

**Sexo:** M\_\_\_ F\_\_\_ **Edad**\_\_\_\_\_ **Nivel de estudios**\_\_\_\_\_

**Objetivo:** La siguiente encuesta tiene como objetivo conocer la manera en la que se informan y el criterio de evaluación que tienen en la información que reciben tanto las personas del común como los estudiantes de los últimos semestres de programa de Comunicación de la Universidad de Pamplona, sede Pamplona.

**Por favor, marque con una (X) sobre las respuestas que correspondan a su criterio personal.**

1. ¿A cuál medio de comunicación tiene usted mayor acceso?

A) Televisión

B) Radio

C) Redes sociales

D) Medios impresos

2. ¿Cuáles medios de comunicación prefiere para mantenerse informado de lo que sucede con la actual pandemia Covid-19?

A) Televisión

B) Radio

C) Redes sociales

D) Medios impresos

E) Otro, ¿cuál? \_\_\_\_\_



3. ¿Qué criterios tiene en cuenta para evaluar la información que recibe?

---

4. ¿Ha escuchado el término de “Fake news”?

A. Sí

B. No

5. ¿Ha recibido noticias falsas sobre la pandemia Covid-19?

A. Algunas veces

B. Casi siempre

C. Nunca

6. ¿Sabe diferenciar las noticias falsas de las verdaderas?

A) Sí

B) No

C) Algunas veces

7. ¿Cuáles cree que son los motivos por los cuáles se difunden rápidamente estas noticias?

---

8. ¿Consulta fuentes confiables para verificar una información antes de difundirla a otros?

A. Siempre

B. Casi siempre

C. Algunas veces

D. Nunca

¿por qué? \_\_\_\_\_

9. Si usted ha recibido noticias falsas sobre la pandemia, ¿por cuál medio ha sido?

A) WhatsApp

B) Facebook

C) Instagram

D) Twitter

E) Otro, ¿cuál? \_\_\_\_\_

10. ¿Le gustaría aprender a identificar las fake news y evitar la difusión de las mismas?

A) Sí

B) No

¿por qué? \_\_\_\_\_

Cabe resaltar que, aunque fue un poco complejo incentivar a los estudiantes a participar en esta encuesta, al final un gran número de ellos dieron sus respuestas a las preguntas plasmadas allí, las cuales fueron muy útiles para desarrollar esta parte del proceso investigativo en curso. Asimismo, dejaron entrever las acciones que desarrollan al recibir una información noticiosa.

## **Capítulo 4. Resultados**

### **4.1 Investigar las noticias falsas publicadas en la sección “fake news” del periódico El Espectador y la Revista Semana sobre la crisis sanitaria de la Covid-19.**

#### **4.1.1 Análisis Documental**

##### **4.1.1.1. Qué Son Las Noticias Falsas**

Hablamos de historias o anuncios sensacionalistas, compartidos habitualmente por redes sociales para implicar emocionalmente a los lectores, crear atención y llevar a sus creadores a obtener productividad por clics y viralización. Además, poseen como objetivo desprestigiar a personajes públicos y empresas; o convencer a los individuos para que descarguen archivos adjuntos o den clic en enlaces que descargan o instalan virus informáticos para hurtar información financiera, datos particulares, usuarios y contraseñas.

##### **4.1.1.2. Por Qué Existen Noticias Falsas**

Aun cuando parezca exagerado, detrás de esta práctica hay un interés económico claro. Según el medio de comunicación universal BBC, plataformas de noticias equivocadas estadounidense han llegado a recaudar hasta US\$10.000 por una noticia. De esta forma, la generación de clics por contenido compartido de información de elevado efecto, aun cuando sea falsa, acaba siendo lucrativa para ciberdelincuentes por medio de esta clase de ocupaciones negativas para la sociedad.

Otra de las motivaciones para producir noticias erróneas es reducir los esfuerzos que se hacen a partir del Estado, ejemplificando, generando confusión en el desempeño de situaciones críticas como la del covid-19 y por medio de contenido sensacionalista motivar a los individuos a ofrecer clic en enlaces malignos.

#### **4.2 “fake news” Del Periódico El Espectador**

##### **Noticia 1. Tomar metanol para el coronavirus, la falsa creencia que ha matado a más de 300 iraníes**

A lo largo de la enfermedad pandémica del coronavirus se ha vuelto cada vez más recurrente la aparición de noticias equivocadas. Creen que el metanol puede combatir el SARS-COV-2. Como le contó a la agencia Associated Press un doctor iraní vinculado al ministerio de Salud de aquel territorio, es viable que el número de individuos fallecidas sea bastante más de 450. Además, hay alrededor de 2.850 personas enfermas por la ingesta de metanol.

“Otros territorios poseen solo un problema, que es la nueva enfermedad pandémica de covid-19. Poseen que curar a los individuos con intoxicación por alcohol y además combatir el coronavirus”, mencionó a AP el médico Hossein Hassanian, consejero del Ministerio de Salud de Irán. (Esta es el caso del covid-19 en Colombia en tiempo real)

Es complicado saber con exactitud en dónde se derivó la religión de que el metanol podría servir para intentar el coronavirus, empero es viable, como garantiza AP, que se

hayan juntado diversos componentes. La minimización del peligro por parte gubernamental en los primeros días de la enfermedad pandémica; la prohibición del alcohol, que ha desarrollado un gran mercado negro y unas amplias redes de contrabando, y, desde luego, la extensión de las equivocadas noticias en redes sociales, son ciertos de los recursos que parecen haber contribuido en esta tragedia.

"Desgraciadamente en varias provincias, incluidas Khuzestan y Fars, las muertes por tomar metanol han excedido el número de muertes por el nuevo covid-19", mencionó Hassanian. Los indicios que puede exponer alguien que consuma metanol son varios: complejidad respiratoria, paro respiratorio, ceguera completa o parcial, perspectiva borrosa, presión arterial baja sistema nervioso, comportamiento agitado, complejidad para caminar, mareo, dolor abdominal, diarrea, inconvenientes con la funcionalidad hepática y vómito, en ocasiones con sangre (El Espectador, 2020).

## **Noticia 2. Las nuevas mentiras que circulan sobre el coronavirus, ¿usted cayó en alguna?**

El brote del covid-19 trajo de la mano uno de desinformación universal sobre sus inicios, propiedades, probables curas y víctimas. ¿Un infante denominado Yahir Covid-19 en Soledad, Atlántico? ¿Cristiano Ronaldo convirtiendo sus hoteles en nosocomios de coronavirus?

¿Usted además creyó que Cristiano Ronaldo había convertido sus hoteles en nosocomios de coronavirus? Sí, lamentamos decirle que se trató de otra de las muchas noticias equivocadas que han surgido a raíz de la extensión del covid-19 en dichos días.

Con el brote del virus SARS-CoV-2 y la propagación de su patología (bautizada como Covid-19) ha llegado de la mano el “brote de la desinformación”, con gran proporción de noticias equivocadas que se diseminan velozmente por cadenas de Whatsapp y redes sociales (El Espectador, 2020).

### **Noticia 3. Supuesto cierre de servicios de salud ordenado por el ministerio**

En redes está circulando un boletín emitido, en teoría, por el Ministerio de Salud, en el cual se anuncia el cierre de aquellos servicios y probables multas a los que no cumplan con su orden. A partir de anteriormente que se declarara la extensión del SARS-COV-2, habitualmente denominado covid-19, el planeta se ha tenido que afrontar a un gran reto: las erróneas noticias. “Infodemia”, es como ha denominado a este fenómeno la OMS (OMS).

En dichos días ha sido compartida una más cuyo supuesto creador es el Ministerio de Salud. En él, se garantiza que esta entidad ordenará el cierre de diversos servicios de salud debido al nuevo covid-19 y que las instituciones que no cumplan van a ser multadas. “El ministerio de salud y custodia social, posibilita informar a cada una de las entidades que presten un servicio de salud y que tengan contacto con diferentes pacientes, como clínicas odontológicas, terapeutas, estéticas, clubes deportivos, sin ánimo de lucro, tienen que cerrar temporalmente debido al coronavirus, puesto que son las más sensibles a transmitir el contagio, hasta nueva orden” (SIC), dice el FALSO boletín. El mismo Ministerio de Salud aclaró que hablamos de información que no es cierta. “Por correspondencia electrónico, WhatsApp y redes sociales circula información FALSA sobre cierres de servicios de salud, debido al coronavirus (El Espectador, 2020).

#### **Noticia 4. La ONU no brinda ayuda por coronavirus a cambio de dinero ni pide datos por internet**

Tenga cuidado con una mentira que circula en WhatsApp y redes sociales, que garantiza que Naciones Unidas está entregando ayudas a las familias dañadas por el nuevo covid-19. Que el Covid-19 se puede contraer si se reciben paquetes provenientes de China... Son millares las informaciones equivocadas que transitan en redes sociales por dichos tiempos de zozobra, en los cuales la población de la mayor parte de territorios dañados está en sus viviendas, que es por ahora la exclusiva forma de aplacar el contagio del virus. Una de aquellas informaciones es una cadena que circula por redes sociales y plataformas de mensajería inmediata, como WhatsApp, y que asegura que Naciones Unidas entregará subsidios para los dañados por el confinamiento, a cambio de dinero o datos individuales por medio de una página web (El Espectador, 2020).

#### **Noticia 5. ¿Es el Tocilizumab, un medicamento contra la artritis, una posible cura para el coronavirus?**

El portal ambas Orillas divulgó una nota anunciando que un doctor italiano curó a 2 pacientes. Hablamos de información inconclusa, inexacta y sin el entorno primordial.

De acuerdo con la nota un oncólogo italiano, Paulo Ascierto de Pascale, quien es mandatario de la Fundación Melanoma y director del Instituto Italiano de Cáncer, hizo saber que curó a 2 de sus pacientes de covid-19 en un plazo de 24 horas. Sin embargo, hablamos de una información inconclusa, inexacta y sin el entorno primordial.

### **¿Es el Tocilizumab una viable cura para el coronavirus?**

En este instante no existe ni una vacuna capaz de evadir la patología y tampoco hay medicamentos para curar el extenso espectro de indicios que puede ocasionar el covid-19. Recuerde que bastantes personas que se infectan no desarrollan indicios, un 80% de los que poseen indicios corresponden a una gripe de leve a moderada, 15% desarrollan cuadros más severos de complejidad respiratoria y cerca del 5% acceden en estados críticos (El Espectador, 2020).

### **Noticia 6. El audio mensaje de Rodolfo Llinás sobre coronavirus es falso**

A las muchas noticias erróneas que han circulado sobre el covid-19 se suma el mensaje de WhatsApp que se le atribuye al neurocientífico de Colombia en el cual se invita a los colombianos a hacer una fácil prueba respiratoria para descartar la infección. La lista de noticias erróneas sobre el covid-19 es amplia y seguramente seguirá creciendo. Que el virus ha sido fabricado en un laboratorio y se huyó.

No obstante, este fin de semana inició a expandirse como un verdadero virus por WhatsApp un audio mensaje que se atribuye al neurocientífico de Colombia Rodolfo Llinás.

El mensaje, lleno de imprecisiones médicas, fundamentalmente invita a los oyentes a hacer una prueba casera para medir su salud respiratoria y descartar que se encuentren infectados con el covid-19 anterior a los indicios. Citando a “expertos de Taiwán”, invita a tomar aire profundamente y retenerlo por 10 segundos.



Otro consejo en el audio mensaje, esta vez citando “doctores japoneses que trataron dichos casos” es aseverarse de tener la boca y garganta húmedas, tomando sorbos de agua cada 15 min. “Aunque el virus estuviera en tu boca al tomar agua u otro líquido barrería el virus llevándolo hacia el esófago y estómago donde el ácido mataría el virus”, se escucha en el mensaje (El Espectador, 2020).

#### ***4.2.1 Análisis Argumentativo Sobre Las Fake News Del Periódico El Espectador***

La noticia según la (RAE) Real Academia Española, se define como un elemento informativo de carácter interesante que se divulga. Dentro de las novedades o sucesos que puede ser emitidos ha surgido un fenómeno que cada vez es más frecuente con la evolución de las industrias y las Tecnologías de la Información y Comunicación TIC, dicho elemento responde a las noticias falsas.

En un artículo publicado por la Universidad de la Salle, titulado “Guía de la Fake News” menciona como la noticia ha tenido una evolución, que procede desde la revolución industrial, pasa por las invenciones como máquinas, cámaras fotográficas, teléfonos y otros electrodomésticos. Continúa su camino en lo conocido como prensa en masa, que en cierta manera democratizó el acceso a la información en todas las clases sociales, pero a su vez confecciona una disputa por el mercado cambiando al amarillismo y termina en el sensacionalismo donde se aliena al usuario a través de sus sentidos auditivos y sonoros.

Realicé este preámbulo para adentrarme en el análisis de un fragmento del inmenso mundo de las noticias y sobre todo de las que a diario se publican. El mundo hoy por hoy sufre la hecatombe, es hostigado por información de todas partes. Diarios como ‘El Espectador’ poseen prestigio y credibilidad al momento de realizar publicaciones, lo hacen

generalmente siguiendo parámetros de estilo y rigor periodístico. En un suceso ocurrido en varias localidades iraníes, donde la ingesta de metanol para evitar el contagio del coronavirus, fallecen más de 300 personas, todo por la influencia de informes falsos.

Pero ¿qué es el metanol? la sustancia en cuestión es un tipo de alcohol no bebible lo aclaran los artículos químicos de entrada. En otros contextos es conocido como alcohol de madera o metílico, su uso en la industria mayormente tiene fines en la elaboración de combustible, disolventes y anticongelante. Significa que sus componentes son altamente nocivos para organismos vivientes. Este es un líquido incoloro, volátil, inflamable, y, a diferencia del etanol, es tóxico para el consumo. Su ingesta provoca intoxicación severa que como lo evidencian los hechos causa la muerte. La situación se hace más densa cuando los pobladores desconocen este tipo de información que viaja en sentido contrario a lo que los medios y las redes debieran informar, la verdad y la ilustración.

La OMS evidencia con estudios científicos y especializados que fármacos como la hidroxiclороquina y la cloroquina, no combaten el virus, añade además que “si se toman sin estar indicadas y sin supervisión médica pueden ocasionar efectos secundarios graves, por lo que deben evitarse”. Las declaraciones del ente mundial de salud, lleva a la reflexión y a tener cuidado de una práctica muy cultural como es el hábito de la automedicación, lamentablemente las falsas informaciones han dado cabida a este fenómeno social.

Los sinnúmeros de mitos, creencias y falsos procedimientos que reflejan el estado voluble que provoca la masificación en los pueblos. Para el Ministerio de Salud Nacional el flujo exagerado y quizás irresponsable de información por medios de comunicación y plataformas digitales primordialmente, sobre el coronavirus SARS-CoV-2 que produce el covid-19 es evidente y, en muchas oportunidades, poco veraz, algo que en vez de generar confianza en la ciudadanía logra es conmocionarla.

La Universidad de Chile (2020), atribuye responsabilidad de alto grado a las redes sociales en ser artífices de la circulación de contenidos e información errada respecto al manejo de la enfermedad. La situación ha llegado al punto que, académicos y entidades especializadas promulgan artículos y contenidos desmintiendo este tipo de falacias que ponen en riesgo la integridad de personas que siguen este tipo de recomendaciones como ingerir sustancias que puedan generar otros daños físicos.

Es complicado saber con exactitud en dónde se derivó la religión de que el metanol podría servir para curar el coronavirus, pero es viable, como garantiza AP, que se hayan juntado diversos componentes, tales como la minimización del peligro por parte gubernamental en los primeros días de la enfermedad pandémica; la prohibición del alcohol, que ha desarrollado un gran mercado negro y unas amplias redes de contrabando, y, desde luego, la extensión de las equivocadas noticias en redes sociales, son ciertos de los recursos que parecen haber contribuido en esta tragedia.

Todo indica que estamos frente a una problemática social global, la mentira reina a sus anchas sobre la faz de la tierra, todos estamos proclives a caer en ella. Para Aristóteles (384-322 a. J. C.) un sabio de la Antigua Grecia afirma; “quién miente se complace en la mentira misma, esperando alcanzar nombradía o provecho”. la mentira se nutre de la inocuidad, y del hermetismo cultural que generalmente no acepta opiniones científicas o especializadas en temas como la salud y los procedimientos médicos.

En Estados o comunidades donde las políticas de organización social no son lo suficientemente robustas y transparentes con mayor facilidad se presentan casos de difusión en mayor medida por la utilidad irresponsable de las redes sociales. Cadenas de WhatsApp o links de sitios no fehacientes, no garantizan seriedad y confiabilidad, el brote que flagela a la humanidad no es solo el denominado Covid-19, también hay otro que probablemente

acompañe nuestra existencia mientras los niveles de educación y manera de obtener la información no sea concienzuda y crítica.

En una de las obras escritas por Maquiavelo, exactamente 'El Príncipe', reconoce el poder que ostenta la opinión pública, que deja como resultado el nivel de manipulación maleable, a favor en este asunto particular de la mentira entendida como la sensibilidad y complejidad del engaño. De esta situación los oligopolios y grupos sociales que dominan las masas se aprovechan para crear conmoción o confusión y mantener a los sujetos sumisos.

Para autores como W. Lippmann según lo indica (Monzón, 2001) La expresión pública que se manifiesta o plasma en un medio, se convierte en un estereotipo sometido a la observación selectiva (percepción), primero, en la mente del periodista que construye el relato y lo vende como realidad de acuerdo a su criterio o en su defecto, al que otorga al suceso.

Posteriormente el receptor asimila a su modo y manera la información. El debate confronta a los medios, pero también a los espectadores, cuando con sensatez o torpeza deja entrar la opinión de especialistas o profesionales que están propensos a cometer errores al configurar y presentar el contenido. Entonces ¿qué se espera de aficionados o personas del común que publican contenidos sin seguir requerimientos o estilos periodísticos que garanticen cuestiones como confrontar fuentes y asegurarse de la veracidad de las declaraciones?

En continuidad con el proceso analítico de las publicaciones hechas por este medio colombiano, refleja que ni los entes oficiales, gubernamentales o internacionales están exentos de ser usados por cuerpos del delito para estafar y sacar provecho de usuarios que suministran información, la replican o facilitan a fondos económicos.

La estafa y la patraña están inmersas en las actividades erradas o fraudulentas en el mundo de la información, muchas de estas mal intencionadas solo buscan sacar partida y lucro de incautos que caen en el juego o pretensiones de ladrones y estafadores. Con la evidente situación es posible añadir que las entidades públicas y privadas y demás, son suplantadas para cuestiones criminales.

En varios sectores como el penal, se ha generado un amplio debate social acerca de la libertad de expresión e información, de nuevo la OMS habla de “infodemia” un término reciente empleado para referirse a la proliferación de fake news o bulos que tratan de engañar, confundir, desprestigiar y desinformar a la opinión pública. Traer a la mesa el tema de debatir posibles restricciones a la expresión y la libertad que esto conlleva será un ítem en el futuro social y político de las naciones.

En estos tiempos organismos como la OMS, Ministerios y gobiernos han debido salir a brindar declaraciones para tratar de combatir esta oleada mundial de intoxicación informativa que concluye en más muertes, conmoción social y problemas geopolíticos. Lo visto en este análisis de algunas de las muchas noticias falsas que se crean y propagan con facilidad son el reflejo de la robustez de medios y redes que comunican a una sociedad cobijada por la mentira y el engaño.

La solución está vista desde la consolidación de estrategias que den vía a la participación y educación que termina en el criterio de elegir qué se consume y qué grado de veracidad ostenta. Tal vez las fake news esté de ahora en adelante con los seres humanos, las redes cambiaron aspectos del mundo, la invitación que hacen sucesos como los evidenciados es a no cometer errores de creer en primicias e informaciones que pongan en peligro la seguridad o integridad.

La lucha contra las fake news no son solo por evitar la circulación de contenidos falsos, el trasfondo del asunto se ubica en las consecuencias nefastas que se han observado en seres que pierden la vida, se les causa daño a sus integridades o imagen pública. Lamentablemente a manera de conclusión las noticias falsas se alimentan de la conciencia del ser humano y de la educación individual o de instauración en la cultura de consumo; aspectos que cada vez desean que todo sea más ligero, corto e inmediato. Quizás si los índices de lectura y análisis creciesen, no serían tan propensas las personas a ser engañadas y manipuladas, allí se halla el antídoto o vacuna en contra de la detestable falsedad.

### **4.3 “fake News” Revista Semana**

#### **Noticia 1. No es cierto que niño hindú predijera el coronavirus: Poynter**

##### **Institute**

Esta semana circuló en medios de comunicación de todo el planeta la narración de Abhigya Anand, un adolescente hindú que en teoría subió un clip de video a YouTube en agosto de 2019 en el cual “predijo” la enfermedad pandémica de covid-19. No obstante, tras observar el clip de video original y examinar su contenido, tanto en hindi como en inglés, el Poynter Institute, organización de averiguación periodística y jefe de la Red Universal de Verificación de Hechos, desmintió que alguna vez Anand hablara de una enfermedad pandémica mundial por un virus.

De esta forma lo muestra el medio de comunicación Newschecker.in, que investigó a fondo la historia que le dio la vuelta al mundo en las últimas semanas. Ubicados medios de comunicación de aquel territorio publicaron entonces lo cual empezó como una

información viral en redes sociales: “Astrólogo de 14 años predijo el covid-19 hace un año y medio”, tituló el portal de noticias Punjab Kesari, información replicada por páginas como Navodaya Times y el canal Inkhabar/India News. La información alcanzó otros territorios y un medio de comunicación de Singapur divulgó la noticia por primera ocasión en inglés, el 4 de abril, haciendo más fácil su ingreso a los angloparlantes (Semana, 2020).

### **Noticia 2. La falsa noticia de un kit de medicinas contra el coronavirus**

Leonardo Arregocés Castillo, director de Medicamentos y Tecnologías de Salud del Ministerio de Salud, advirtió que en redes sociales está circulando una información que incita a que los colombianos adquieran ciertos medicamentos en caso de estar contagiados de covid-19. En redes sociales está circulando datos sobre la realidad de un supuesto kit para el procedimiento del covid-19, por lo cual el Ministerio de Salud y Defensa Social hizo un denominado a la población para que no dé credibilidad a esta fake news.

Leonardo Arregocés Castillo, director de Medicamentos y Tecnologías de Salud del Ministerio de Salud, advirtió sobre el riesgo del consumo de dichos medicamentos en las combinaciones y porciones propuestas en los kits y los peligros de automedicarse. La ingesta de combinaciones de medicamentos sin fórmula y sin un criterio doctor representan un riesgo para la salud de la ciudadanía”, sostuvo.

Añadió que "los tipos y dosis de los medicamentos sugeridos en aquellos kits que promocionan en redes sociales tienen la posibilidad de ocasionar serios inconvenientes de salud, entre los que se hallan mal renal irreversible, heridas gastrointestinales que generan sangrado, o inducir resistencia al procedimiento una vez que se añade de forma inadecuada un antibiótico” (Semana, 2020).

### **Noticia 3. Tras prometer curar la covid-19 con besos, hombre contagió a 20 personas y murió**

Autoridades sanitarias y gobiernos en torno al mundo continúan alertando a los individuos para evitar creer tanto en noticias como en curas equivocadas contra la enfermedad pandémica de covid-19 y, por otro lado, conservar el distanciamiento social, la utilización de tapabocas y el lavado de manos. Diversos medios en India brindaron a conocer la crónica de Aslam Babam, un jefe espiritual que afirmaba tener en el poder de curar patologías, entre ellas el covid-19.

Por cierto, las autoridades sanitarias informaron que otros 150 pobladores de las regiones aledañas de donde vivía el fallecido fueron confinados tras el brote por el irresponsable comportamiento del jefe espiritual; además, se esperan los resultados de las pruebas de covid-19 que les practicaron a sus consumidores, entre los que se hallan ciertos parientes. Las autoridades indicaron que, de no haber fallecido, Aslam Babam tendría que costear por violar las normas que se impusieron para combatir el covid-19 y por haber puesto en peligro a tantas personas, quienes violaron el confinamiento y creyeron erróneos rumores sobre el coronavirus (Semana, 2020)

### **Noticia 4. Justo & Bueno denuncia falsos anuncios por WhatsApp**

Una secuencia de mensajes que transitan por WhatsApp posee en alerta a los directivos de Mercancía, la compañía que maneja la marca de tiendas de descuento Justo & Bueno. En el mensaje se habla de unos supuestos bonos que estaría ofrendando la Cámara de Negocio para ser reclamados en los aspectos de comercialización de esta y de otras tiendas de descuento. Al respecto, los directivos de Justo & Bueno aseguraron que



hablamos de un mensaje falso. "El mensaje para los colombianos es que se encuentren alertas, se cuiden y no se dejen mentirle" (Semana, 2020).

### **Noticia 5. El video que Facebook y YouTube eliminaron por propagar mentiras sobre covid-19**

'Pandemic' es la disputa grabación de 26 min que muestra la entrevista a una desacreditada médica dando falsa información acerca del covid-19.

Incontables teorías conspirativas y noticias erróneas sobre el covid-19 se han viralizado a partir del principio de la enfermedad pandémica generando malos entendidos y pánico entre los individuos que, en la mayor parte de las veces, le han creído más a estas informaciones sin confirmar que a las declaraciones oficiales de los Gobiernos. A inicios del mes de mayo se viralizó en redes sociales un clip de video titulado "Pandemic", en el que la investigadora médica y bióloga molecular Judy Mikovits asegura que un supuesto complot secreto formado por personas ricas en el planeta es el responsable de esparcir intencionalmente el covid-19 por medio de vacunas contra la gripe.

No obstante, ni una de estas afirmaciones está soportada con pruebas ni pruebas que demuestren su autenticidad y, conforme el periódico Los Ángeles Times, el producido de que las declaraciones de Mikovits circulen por internet alertarían de manera peligrosa a los individuos, quienes posiblemente comenzarían a desconocer las sugerencias de salud pública en todo el mundo (Semana, 2020).

### **Noticia 6. Cinco noticias falsas sobre el coronavirus en Colombia y recomendaciones para no caer en ellas**

## **Las Gárgaras Con Agua Y Sal Eliminan El Coronavirus**

A bastantes personas les ha llegado una noticia falsa, conforme con la cual el coronavirus primero se alberga en la garganta a lo largo de 4 días antecedente de influir de forma severa el sistema respiratorio de los individuos contagiadas. Por esa razón, la noticia sugiere que, como mecanismo para frenar el covid-19, los individuos realicen periódicamente gárgaras con agua caliente, sal o vinagre (Semana, 2020).

## **2. El covid-19 Fue Desarrollado En Un Laboratorio**

Es una de las creencias más comunes y ha sido desmentida varias veces por la comunidad científica internacional. Por cierto, en un artículo en la prestigiosa revista Nature, se concluyó que “es improbable” que el coronavirus “surgiera por medio de la manipulación de laboratorio” (Semana, 2020).

### ***4.3.1 Análisis Argumentativo Sobre Las Fake News De La Revista Semana***

Dentro de las figuras retóricas existe una llamada oxímoron, se entiende en la manera en que el pensamiento que consiste en complementar una palabra con otra que tiene un significado contradictorio u opuesto. Las Fake news en su estructura responde a dos conceptos; la falsedad y la noticia, la figura retórica se forma cuando se unen estas dos expresiones.

Este término es popular en el mundo periodístico de los últimos años, la Revista Semana a lo largo de la pandemia que azota al mundo ha publicado como muchos otros medios noticias que esclarecen o narran sucesos falsos que han generado sedición. En un

controversial video en la plataforma YouTube, un joven hindú supuestamente predijo en el año 2019 la pandemia, algo que desmintió el Poynter Institute, organización de averiguación periodística y jefe de la Red Universal de Verificación de Hechos. Lamentablemente el hecho le dio la vuelta al mundo y provocó reacciones de todo tipo incluido el reconocimiento del joven por algo totalmente falso.

Para el medio RTVE esta noticia es un desastre, al describirse principalmente de modo genérico. El joven habla ante un tablón con gráficos ilustrativos donde se lee atribuciones a la Tercera Guerra Mundial, también hace referencia sobre todo a la posibilidad de eventualidades bélicas y de lo que parece una gran guerra. Predice una entre EE. UU e Irán y otra entre India y Pakistán. De esta última dice que “escalará muy rápido”.

En resumidas cuentas, esta persona habla de una situación real y constante entre zonas, la tensión, algo habitual. Los expertos en Relaciones Internacionales lo pueden hacer de manera más analítica y poco predictiva, además no se ha dado como tal en las fechas mencionadas, entonces ni lo referente a las posibles guerras ni al COVID 19 fueron acertadas, por ende, este episodio hace parte de una fake news.

Es un poco extraño que la creación y difusión de contenidos falsos tenga tanta acogida y propagación acelerada, todo responde a dos conceptos: hiperveloz e hiperinmediato, (Silva, 2020). A eso le apuestan medios y consumidores, los motores que dan velocidad a estos esquemas perjudiciales se conocen como redes sociales. Quizás para Facebook la idea de simplemente compartir titulares a medio leer no le signifique un riesgo, a Instagram la baja rigurosidad no es problema siempre y cuando sus usuarios estén informados, la idea de Tik Tok sea consumir información que genere felicidad y las cadenas que ruedan por WhatsApp ayudan a adquirir pesquisas.

Puede que del total de la información que circula, una parte sea productiva y cierta, pero un alto porcentaje no lo es, solo sirve para alimentar el ocio y vender ideas erradas. Que se tengan precedentes de sujetos que intentan y logran vender productos para supuestamente combatir el virus, tiene una razón poderosa las mafias y el delito, ha entendido que las noticias falsas son un artefacto que puede hacer que se logren sus objetivos.

Actos irresponsables como el ocurrido en la India, donde un líder engañó a varios de sus seguidores con conocido procedimiento como el ‘beso curativo’, el denominado gurú decía que con ayuda del ritual iban a desaparecer los problemas de las personas y se iban a curar del virus. El resultado fue fatal, su muerte y el contagio posterior de varias decenas de personas en su localidad.

El diario local ‘The Times of India’ fue quien dio a conocer que el sujeto invitaba a unos encuentros llamados ‘exorcismos de covid-19’. Consistía en reunir a cierta cantidad de personas, acomodarles las manos de manera que quedaran juntas al frente de su boca y besárselas. La inconciencia de unos y otros desencadenó no solo un contagio progresivo, sino que dejó entrever la manera tan factible para dominar a las sociedades y sus habitantes. Dice Karl Marx (1844) “La religión es un opio del pueblo” estas fueron palabras usadas por dicho autor en siglos pasados, que consecuentemente puede que tengan veracidad.

Desde la influencia que unos seres humanos puedan tener sobre otros y caigan en creencias como en facultades curativas, místicas o espirituales para contrarrestar una enfermedad. De las cinco alienaciones que Carlos Marx habla en sus teorías una responde a la denominada alienación social; aquella que expone la división de la sociedad en clases antagónicas (Rojas, 2010). Visto desde el punto del análisis general y cultural del que caen miles en un estado que ignoran la realidad. La producción social de la existencia, ha

existido sólo para ir a parar a manos de unos pocos, para los propietarios de los medios de producción, el ser humano va por una senda que al consumir datos errados refleja el camino burdo que elige.

Para (Caeiro, 2020) el miedo es una herramienta sin duda acentuada en temas políticos principalmente, lo anterior no quiere decir que en otros aspectos no sea una macabra estrategia que justifique alcanzar objetivos. La pandemia ha dejado resultados en materia de no saber qué hacer y cometer errores, el uso de figuras que suplantan a expertos han hecho recomendaciones absurdas y sin sustento científico.

Los usuarios están en constante confrontación de la inteligencia emocional con la valiosa cualidad de razonar, es deber de cada uno de ellos aprender a contrastar las fuentes y no replicar noticias de dudosa procedencia, lastimosamente con el solo hecho de mencionar una entidad o persona natural les es suficiente para creer en el contenido y compartirlo.

La mayor parte de estos fenómenos sociales se dan en comunidades donde proliferan las negligencias sociopolíticas de los gobiernos, quienes no invierten en educación, esto no quiere decir que potencias como Estados Unidos o Inglaterra no tengan casos, ejemplo es la elección de Donald Trump en el año 2016. Finalmente, solo resta decir que la evolución y los avances sirven enormemente para mejorar la calidad de vida, pero también como seguirla sometiendo a engaños y dominios.

La propagación de afirmaciones erróneas o falsas sobre las vacunas del Covid amenaza con entorpecer los programas de vacunación, parece que fuese algo descabellado pensar que algo que beneficia a toda la humanidad se preste para brindar a enunciaciones equivocadas, pero es así. Según lo expone Lina María González (2021), especialista en psiquiatría y MSc. en epidemiología clínica, líder de salud y bienestar de la Fundación

Saldarriaga Concha y docente de la Pontificia Universidad Javeriana “La pandemia sus implicaciones en este tipo de casos, las características y causales han sido importantes detonantes de ansiedad y de síntomas depresivos. Sobre todo, porque han sido un ejercicio de incertidumbre”, socialmente este tema se convierte en dificultades para la funcionalidad positiva.

Es ahí donde se empieza a comprender la peligrosidad que tiene infamación errada, en los dichos populares y tradicionales dicen que el arma más letal que tienen el hombre es la palabra que provienen de la lengua, y que de no conectarse con el cerebro genera nefastos resultados. Para terminar, es ineludible que el lenguaje permite al ser humano ser superior a demás especies, pero también genera problemáticas y crisis cuando no es adecuado y verídico su contenido.

(Ver apéndice B. pantallazos de comentarios en redes sociales).

#### 4.4. Análisis De Las Entrevistas Estructuradas A Expertos

##### 4.4.1 Entrevista Al Experto Fabian Molinares

**Tabla 2**  
*Análisis del experto Fabian Molinares*

FABIÁN MOLINARES		
PREGUNTA	RESPUESTA	ANÁLISIS
<p><b>¿Qué percepción tiene acerca de las fake news?</b></p>	<p>Es algo que se da por la misma dinámica de las redes sociales, el afán de la inmediatez, de publicar primero, el afán de tener más likes e interacciones que las otras páginas u otras redes sociales, entonces eso provoca que con tal de tener números positivos se publique lo que sea y eso provoca el tema de las fake news.</p>	<p>Para la opinión experta, las características propias de las fake news obedecen a fenómenos fecundados en las redes sociales que, por ostentar la inmediatez noticiosa, crecer en números de</p>
<p><b>¿Cuáles cree que son las principales razones por la</b></p>	<p>Hay varios factores, uno de ellos es que la gente traga entero en las redes sociales, todo lo que ven allí lo dan por verdad y lo</p>	<p>visualizaciones, toman la primicia u otras razones que nada tiene que</p>

FABIÁN MOLINARES		
PREGUNTA	RESPUESTA	ANÁLISIS
<b>cuáles estas proliferan en las comunidades?</b>	replican, entonces hoy a la información estar tan a la mano de los usuarios, de las comunidades, hacen que esas no tengan control. Entonces yo publico algo que no es correcto, que no obedece a la verdad, amigos míos lo ven, no contrastan, creen que lo que yo publico está bien, lo replican y lo replican y ahí se vuelve una bola de nieve que comienza a crecer hasta convertirse en una fake news que puede tener un impacto mayor en las comunidades.	ver con el oficio, se olvidan y dejan la rigurosidad y objetividad periodística.  Los focos de propagación están situados en los grupos sociales y en la cultura de consumo de contenidos, no se corrobora información y lamentablemente se efectúa réplica irresponsablemente debido a que el espectador no acostumbra a seguir la noticia, esta llega a él y se queda solo con los
<b>¿De qué forma cree que se puede combatir este fenómeno en la sociedad?</b>	Los medios tienen que ser punta de lanza en ese juego, no pueden caer en el mismo jueguito en el que caen todos los que tienen redes sociales o manejan redes sociales, perfiles que se hacen llamar páginas de noticias y tienen que contrastar la información, tiene que seguir haciendo ese trabajo investigativo arduo, tienen que seguir investigando, haciendo periodismo de verdad, esto no	



FABIÁN MOLINARES		
PREGUNTA	RESPUESTA	ANÁLISIS
	se trata del que primero publique, se trata del que mejor lo haga, entonces no hay que caer en el mismo juego de que el que publica primero o el que más likes tiene, sino del que mejor lo haga, el que mejor informe.	datos brindados por un medio o página que no da garantías de veracidad.
<b>¿Cree que las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) pueden fomentar la proliferación de las fake news?</b>	Claro sin duda, sin duda las TIC fomentan esto porque todos tienen acceso a la información en todo momento, todos la pueden compartir, todos pueden generarla, todos pueden ser prosumidores, todos pueden ser productores de noticia, de información, entonces las TIC son un ambiente ideal, propicio para que esto se dé porque no hay control. Cualquiera puede publicar lo que quiera, lo que le dé la gana y esto puede ser una noticia real o una fake news y eso no tiene control hasta el momento.	La problemática según la fuente consultada, se agiganta a tal punto que puede que no sea posible darle manejo o control. El docente y comunicador lo asemeja a una bola de nieve. Entre el análisis de sus declaraciones se puede atribuir responsabilidad a los medios en primera línea de lucha en contra de

FABIÁN MOLINARES		
PREGUNTA	RESPUESTA	ANÁLISIS
<p><b>¿Por qué una pandemia puede generar tanta alarma social con noticias falsas no solo en el ámbito de la salud?</b></p>	<p>Porque la gente está ansiosa de información, ansiosa de contenido y todo lo que la gente encuentre en redes sociales casi que lo dan por hecho. La gente, los públicos no se toman el trabajo de investigar más de una fuente, si ven una noticia y les parece un boom, lo comparten de una vez, sin antes consultar si esa noticia es “vergüenga”. Espérate primero busco otras páginas a ver si esta noticia es o no real antes de compartirla, o sea no se toman el ejercicio de contrastar y ese es uno de los principales errores, entonces pandemia, no pandemia ese tema va a seguir.</p>	<p>las fake news, sin cualidades como el contraste de información y la ardua investigación no es posible dar resultados.</p> <p>Molinares deja entrever que muy seguramente la calidad termina atrayendo a los usuarios sin importar si se tiene o no la primicia, cuando se aprende a dar valor a la verdad.</p>
<p><b>¿Cómo cree que se puede educar a la población para que tengan una posición crítica frente</b></p>	<p>Sí, yo creo que, si hay que hacer un trabajo educativo en formación en medios como espectadores críticos de los contenidos, la gente tiene que formar un carácter crítico frente a los contenidos a los que está expuesto principalmente en las redes</p>	<p>El mundo TIC da paso a ser un artefacto para el acceso a la</p>

FABIÁN MOLINARES		
PREGUNTA	RESPUESTA	ANÁLISIS
<p><b>a cualquier contenido ya sea verdadero o falso?</b></p>	<p>sociales y cualquier tipo de medio. Cuando tu escuches una información tú debes tomarte la tarea de validar si esa información es real o no, debes consultar otros lados, mira en otras páginas. Por ejemplo, pasa mucho que a veces dan por muerto a un artista X y alguien publicó la foto y enseguida comparten y comparten y resulta que era mentira, era falso y ¡qué pena, que vergüenza!</p> <p>En cambio, hay personas que ven una noticia, ¡uy espérate!, comienzan a buscar otro medio, pero espera que acá tal medio no ha publicado todavía, oye y tal medio también que es importante no ha publicado, vamos a ver la página del artista no han publicado nada, no han confirmado nada. ¿Eso que me</p>	<p>información y su reproducción, este espacio universal y democrático permite que todo sujeto aporte a fenómenos como este. Los usuarios los cataloga como ansiosos de información y de contenido, sus mentes se saturan de información, se indigestan.</p> <p>El experto habla de un punto clave “las redes sociales” y el dar por hecho un suceso sin antes ratificarlo. El bajo índice de</p>

FABIÁN MOLINARES		
PREGUNTA	RESPUESTA	ANÁLISIS
	da a mí? Un indicio de que esa información podría ser falsa, o podría ser verdadera, listo, sí, pero no voy a caer en el error de publicar a primera vista.	investigar en varias fuentes y el escaso fomento educativo en formación al respecto que entregue herramientas para usuarios críticos de contenidos.

#### 4.4.2 Entrevista al experto Argemiro Castro

**Tabla 3**  
Análisis del experto Argemiro Castro

ARGEMIRO CASTRO		
PREGUNTA	RESPUESTA	ANÁLISIS
<p><b>¿Qué percepción tiene acerca de las fake news?</b></p>	<p>Las noticias falsas también llamadas como las fake news son publicaciones con falta de veracidad, difundidas a través de portales de noticias, prensa escrita, radio, televisión y redes sociales y cuyo objetivo es la desinformación, ocurre cuando no se trabaja de manera correcta ni se investiga la noticia si no que por el afán de ser difundidas se adelantan y terminan en resultados desacertados y formando muchos tipos de polémicas.</p>	<p>La fuente experta consultada entre sus declaraciones y respuestas dadas a los interrogantes formulados describe a las fake news como publicaciones con falta de veracidad, que se difunden a través de portales de noticias y medios. Añade un elemento crucial y relevante, las redes sociales, donde se concentra el mayor flujo de este tipo de</p>

ARGEMIRO CASTRO		
PREGUNTA	RESPUESTA	ANÁLISIS
	Son creadas y se difunden con la intención de engañar, manipular, inducen a errores, por de bajar o beneficiar a una entidad, a personas y también en la mayoría solo por obtener ganancias económicas.	<p>contenidos que según sus palabras representan objetivos desinformativos y malintencionados.</p> <p>Cuando se convierten en resultados desacertados y polémicos en temas sociales, políticos y económicos principalmente. Para</p>
<b>¿Cuáles cree que son las principales razones por la cuáles estas proliferan en las comunidades?</b>	Las fake news ocurren porque ya se han dejado a un lado todos los medios de comunicación tradicionales y sus soportes de origen y se observa un alto consumo a las versiones digitales de periódicos, radio, televisión y una gran preferencia por la información que llega a través de las redes sociales.	Argemiro Castro todo termina siendo un mecanismo pensado en el engañar, manipular e inducir a errores, asimismo se perjudican personas naturales o jurídicas. No es desconocido, tampoco innegable el desligue de los medios de comunicación tradicionales a lo

ARGEMIRO CASTRO		
PREGUNTA	RESPUESTA	ANÁLISIS
	Además, actualmente las redes sociales permiten que los usuarios sean al mismo tiempo consumidores y creadores de noticias que muchas veces son falsas esto hace que sea más fácil la divulgación de las mismas.	que Castro especifica como la necesidad de migrar a plataformas y redes modernas, donde se observa un alto consumo de las versiones digitales incluso más que las televisivas o impresas en el caso de la prensa y los noticieros televisivos.
<b>¿De qué forma cree que se puede combatir este fenómeno en la sociedad?</b>	Este fenómeno se puede combatir dando un llamado a los consumidores a que no solo se queden en los títulos de las noticias que son difundidas, sino que también lean, escudriñen y analicen la información completa, además tener en cuenta de dónde vienen estas noticias, de qué sitios y si su circulación es falsa, también no solo quedarse en una sola versión si no verificar en otras fuentes.	En terrenos de las controversiales pero vitales para la sociedad actuales, las redes sociales le atribuyen cualidades que permiten a los usuarios entrar en una democratización propia de la Web 4.0 sean al mismo tiempo consumidores y creadores de noticias o

ARGEMIRO CASTRO		
PREGUNTA	RESPUESTA	ANÁLISIS
<p><b>¿Cree que las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) pueden fomentar la proliferación de las fake news?</b></p>	<p>Las TIC para mi opinión si pueden fomentar esta proliferación de las fake news ya que actualmente las plataformas sociales se han vuelto mucho más sencillas de utilizar y la divulgación de noticias son rápidas.</p> <p>Además, estas plataformas utilizan un algoritmo que distribuye el contenido más relevante para cada usuario, logrando que la información que se le muestra a cada uno esté condicionada y lo que en el momento sea más consumido y más se difunde llega de manera rápida a todo el público.</p>	<p>contenidos de cualquier índole. Quizás este sea un punto de partida que explique la cantidad exorbitante de contenido errado o falso, literalmente cualquier sujeto puede crear y difundir, este efecto hace que sea más fácil la divulgación.</p> <p>El experto califica como era de esperarse un despertar desde la emancipación social colectiva pero que se forje en lo personal a través de la lectura, que permite escudriñar y analizar la información. Adicional a ello le da su voto de confianza a las TIC que siendo bien</p>



ARGEMIRO CASTRO		
PREGUNTA	RESPUESTA	ANÁLISIS
<p><b>¿Por qué una pandemia puede generar tanta alarma social con noticias falsas no solo en el ámbito de la salud?</b></p>	<p>Genera tanta alarma porque en la actualidad las personas no se percatan ni analizan todo lo que leen y se quedan en la primera impresión y esto hace que solo se repita y se difunda lo que se escucha sin veracidad alguna.</p> <p>Cabe resaltar que los estudiantes y la población en general hoy por hoy no tienen el hábito de leer y ver todo el contenido de una noticia, la mayoría se concentra en la lectura de los titulares y entradillas.</p>	<p>empleadas pueden batallar en contra la proliferación de las fake news. Sin embargo, en la actualidad las personas no analizan ni se fijan en qué están consumiendo o replicando, todo se queda en la primera impresión, se repite y se difunda sin contraste o verificación de calidad o veracidad. Las nuevas generaciones y la población en general, no</p>
<p><b>¿Cómo cree que se puede educar a la población para que tengan una posición crítica</b></p>	<p>El aumento de las noticias falsas, que han multiplicado su capacidad de propagarse en parte por las redes sociales, es algo que preocupa tanto a empresas, como partidos políticos, instituciones, gobiernos y personas a título individual.</p>	<p>tienen el hábito de leer en una proporción alta, según la opinión de Argemiro Castro la mayoría se concentra en la lectura de los titulares y entradillas, rara vez terminan de leer</p>

ARGEMIRO CASTRO		
PREGUNTA	RESPUESTA	ANÁLISIS
<p><b>frente a cualquier contenido ya sea verdadero o falso?</b></p>	<p>Para tratar de dar una posición más crítica es con tan solo detenerte un minuto antes de compartir y antes de emitir una opinión, de tomar una posición ante ella, revisar con detenimiento, verificar la veracidad, constatar la credibilidad de la fuente y cualquier tipo de información, lo anterior se debe prevenir desde las escuelas y la educación familiar, desconfiando de todo aquello que efectivamente sea demasiado bueno o demasiado malo para ser verdad.</p>	<p>un artículo, mucho menos buscan en otros medios declaraciones similares.</p> <p>La situación es preocupante a tal punto que el aumento de las noticias falsas se agiganta y multiplica, sencillamente porque su capacidad de propagarse lo avalan las redes sociales, afecta a cualquier persona o entidad de orden privado o público. Contiendas electoras corren riesgos, el destino de un país o región lo puede definir contenidos falsos.</p>

#### ***4.4.3 Análisis General De Entrevistas A Expertos***

Se puede obtener como resultado de estas dos entrevistas, que estos expertos en el área de la comunicación a la hora de hablar sobre el tema de las fake news tienen opiniones que coinciden entre sí, en rasgos generales como la falta de investigación por parte tanto de los emisores como de los receptores, puesto que quienes se encargan de transmitir las noticias, muchas veces debido a la inmediatez y querer ser quienes tienen la primicia, no corroboran que los datos que van a publicar sean verídicos, por tanto, no se hace una consulta exhaustiva con fuentes confiables que le den credibilidad a la información, por lo que se cae en el error de desinformar a las comunidades con la intención de querer dar a conocer un hecho que acaba de ocurrir.

Las personas que leen, ven o escuchan estas falsas noticias pueden evitar caer en las mentiras si se toman la tarea de buscar por otros medios de comunicación, información relacionada con el tema y de esta manera realizar la labor de contrastar y triangular los datos obtenidos consiguiendo así, saber si están frente a la verdad o si es todo lo contrario, de esta forma podrán tomar la decisión de difundir estos datos de modo responsable y no solo hacerlo por obtener una visibilización e impacto con hechos amarillistas.

Por otra parte, gracias a las TIC cualquier persona puede dar a conocer noticias a través de sus redes sociales sin necesariamente ser un periodista de profesión, sin control alguno, ejerciendo de esta manera su derecho a la libertad de expresión, es así que para hacer buen uso del mismo se requiere que estos individuos se tomen el tiempo de leer, investigar, estudiar, consultar, es decir educarse para poder cumplir con el papel de informar de una forma objetiva y veraz sin caer en la trampa de comunicar fake news.

Es necesario que la posición crítica de los sujetos se inculque, ejercite y no se cometan errores como compartir o emitir una opinión sin previo análisis. Los medios y las tecnologías al servicio del poder malicioso desean que seamos perezosos de mente y de acción, pero que seamos activos en favor del consumo perverso. La educación y la práctica es la manera en que es posible neutralizar la mentira y el engaño. Pero, además la ética y el buen trabajo del gremio periodístico.

Los expertos recalcan que las personas son muy ansiosas de información y es precisamente esto lo que los lleva a cometer errores como difundir noticias sin antes verificarla y hacer un contraste de fuentes, si se toma en cuenta la situación que enfrenta el mundo por la pandemia del Covid-19 se encuentra que muchas personas son más temerosas de este virus que otras, por lo que constantemente buscan estar al día con lo que sucede entorno a ello y van creyendo en todo lo que leen.

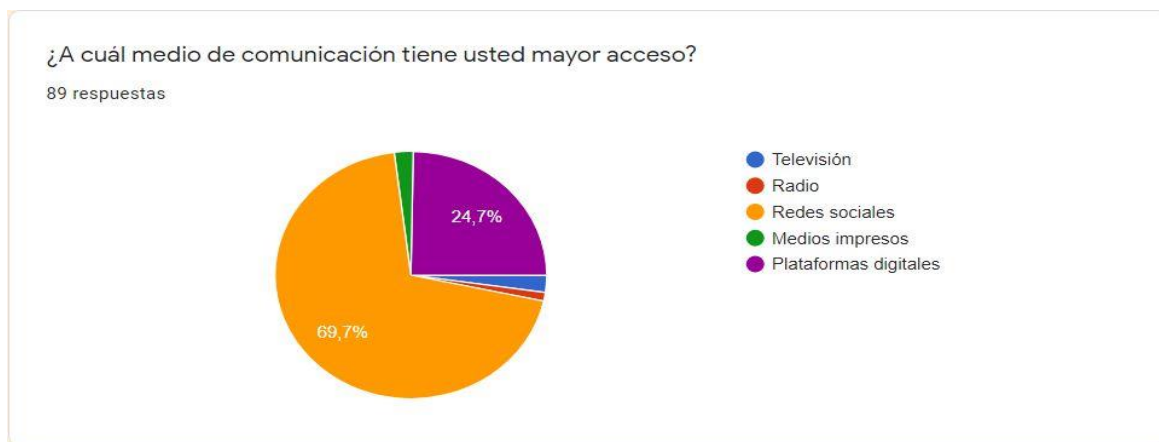
Ambos concluyen en que sí se debe educar a la población desde el área periodística, enseñarlos a ser críticos, a que no se queden solo con los titulares o leads que ven, sino que investiguen más a fondo si la información que están recibiendo es veraz o trae consigo fines maliciosos, también que es una tarea que se debe desarrollar desde las escuelas y las familias puesto que en muchas ocasiones lo que tan bueno se ve, no resulta ser cierto

**4.5 Evaluar el alcance que las fake news de la crisis sanitaria de la Covid-19 tuvieron sobre la opinión de los estudiantes de Comunicación Social entre los meses de marzo a agosto del 2020.**

### 4.5.1 Opinión De Los Estudiantes

**Figura 1**

*A cuál medio de comunicación tiene usted mayor acceso.*

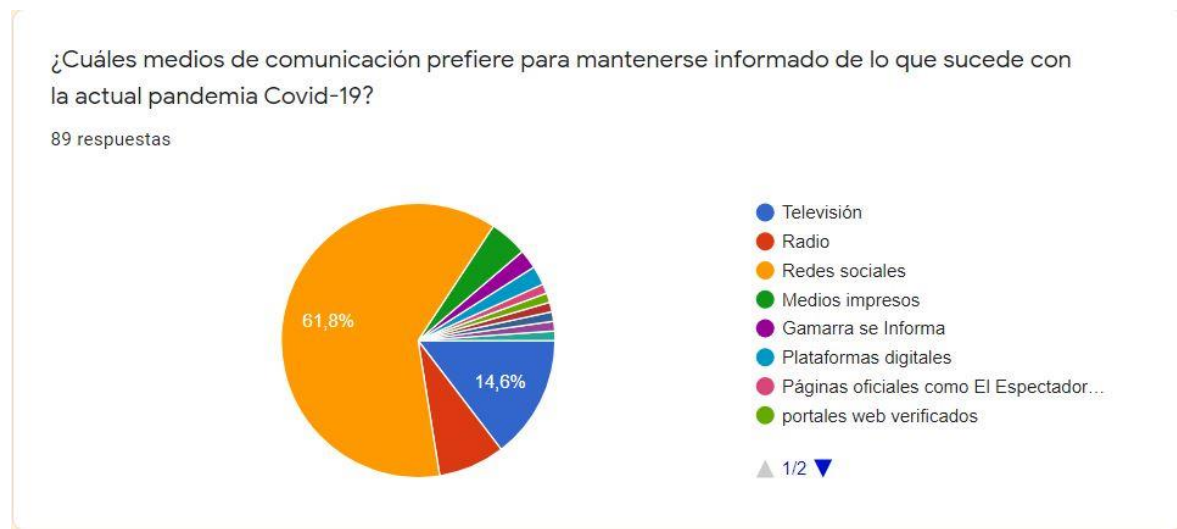


Según la encuesta realizada a los estudiantes de séptimo, octavo, noveno y décimo semestre de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona el 69,7 % de los encuestados tienen mayor acceso a redes sociales y el 24,7% a plataformas digitales como porcentajes más altos.

El precedente que arroja este interrogante significa la facilidad que tienen los jóvenes para acceder a internet y la afinidad con los dispositivos móviles y las redes sociales, quizás los mismos no gustan de consumir contenidos de otros medios. La importancia radica en la calidad de consumo en las redes sociales y los sitios que visitan, pues este sector opta por el mundo comunicacional donde se concentran la mayor cantidad de Fake News.

**Figura 2**

*Cuáles medios de comunicación prefiere para mantenerse informado de lo que sucede con la actual pandemia Covid-19*



Según la encuesta realizada a los estudiantes de séptimo, octavo, noveno y décimo semestre de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona el 61,8 % de los encuestados se mantienen informados sobre el Covid por redes sociales y el 14,6% por medio de la televisión como porcentajes más altos.

El grupo social y académico consultado continúa prefiriendo mantener relación y consumo de información con las redes sociales, lamentablemente los medios tradicionales no ayudan mucho en rescatar la veracidad de sus noticias por cuestiones de poca imparcialidad u objetividad en sus informativos y contenidos emitidos, lo preocupante del caso es que si los futuros gestores de los medios no creen en ellos quién puede creer y qué vida útil le espera a los medios y sus elementos humanos.

**Figura 3**

*Qué criterios tiene en cuenta para evaluar la información que recibe.*

¿Qué criterios tiene en cuenta para evaluar la información que recibe?

89 respuestas

- Las fuentes
- El medio que lo publica
- Fuentes
- Investigación
- Fuentes confiables
- Que el medio de comunicación sea oficial
- Verificar en varios medios la misma información, su manera de ser redactada y la ortografía.
- Fuentes
- Interacción

- varias fuentes
- Fuentes y calidad de redacción
- Investigación
- En mi criterio no espero mucho de los contenidos de dichas informaciones, siempre tengo la duda sobre la claridad de los hechos así que prefiero comparar los hechos por mi cuenta.
- Las fuentes, coherencia y que haya más de una publicación sobre el tema en otros sitios
- verifico en otros medios
- La fuente, principal criterio, la fecha y la calidad de redacción
- Las fuentes de información, los datos estadísticos , la objetividad.
- Verificando las fuentes de donde recibo la información

¿Qué criterios tiene en cuenta para evaluar la información que recibe?

89 respuestas

La fuente, los datos

La veracidad de la noticia

Que sea compartidas de entidades públicas o privadas y que sean reconocidas por su trabajo y seriedad.

La fuente

consultar más fuentes para verificar si es cierta la información.

La fuente

el medio que lo publica, los datos en los que se basa, fuentes

Fuentes, medios alternativos, contraste de información.

Que sean fuentes confiables

Que el medio sea oficial

Fuentes oficiales, inmediatez y veracidad en contraste con otros medios.

Que sean fuentes veraces.

El medio que lo emite, la profundidad e investiga

que sea una fuente confiable

En qué medio ha Sido publicada, cuáles son las fuentes citadas allí para validar la información y qué es lo que otros medios dicen de la noticia.

Critica

Tener en cuenta como han tomado el tema que es bastante delicado.

Verificar que la información sea correcta y que la fuente sea de un medio oficial



Las fuentes y la confianza que tenga en el medio

Fuentes.

Que sean de páginas verificadas

la contraste con otros medios y decido que creer y que realmente es verdad.

Fuentes confiables

Paginas oficiales

La veracidad y fuentes de información que utilizan.

Relevancia

Que sea veraz

La credibilidad y veracidad de las fuentes

Que tan confiable es el canal que lo da o tan reconocido por su trabajo

Veracidad, prontitud, concreto.

Veracidad del medio, manejo de fuentes.

Las fuentes

Veracidad y estadísticas

Manejo de fuentes, desarrollo de la noticia, imparcialidad.

Que sea objetiva y veraz

La inmediatez de la información

Veracidad
Calidad de la información, datos completos, buena edición.
Revisar otros medio
Fuentes confiables según mi criterio
consultar si las fuentes son seguras
Que sean de fuentes oficiales.
Mirar si la fuente es verídica
Que varios medios estén hablando de la misma noticia y que sea un medio con prestigio.
Contrastar las fuentes de información y verificar si la página que las publica es confiable

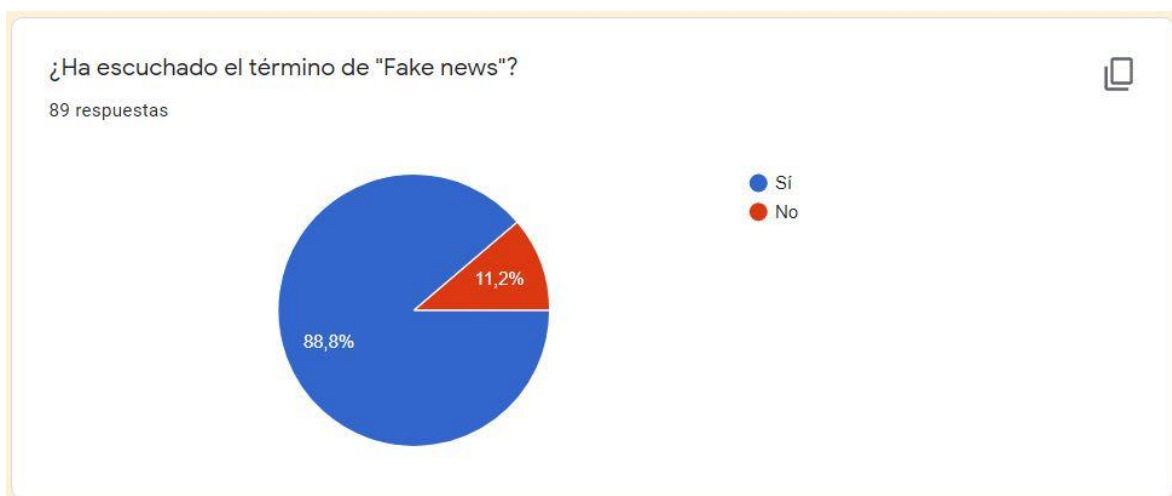
La veracidad y las fuentes
Verificar la fuente
El medio que la proporciona
Veracidad, medio de comunicación, reacciones
Que sea veraz, clara y precisa
Fuentes verídicas y medio

Según la encuesta realizada a los estudiantes de séptimo, octavo, noveno y décimo semestre de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona a la pregunta ¿Qué criterios tiene en cuenta para evaluar la información que recibe? los primeros criterios que escogieron fueron veracidad y fuentes, aspectos sociales, que el medio sea oficial, credibilidad y veracidad.

Es un poco contradictorio decir que los estudiantes eligen aspectos como la veracidad, fuentes, credibilidad y medios oficiales. De acuerdo a la selección en anteriores respuestas si fuese del todo cierto que se tienen en cuenta estos ítems se iría desde el principio en los motores de búsqueda a los medios, a las plataformas digitales o Apps de los mismos. No es de negar que los hipervínculos de las noticias los medios las publican en sus cuentas de redes sociales pero lo ideal es ir directamente al medio.

**Figura 4**

*Ha escuchado el término de "Fake news"*

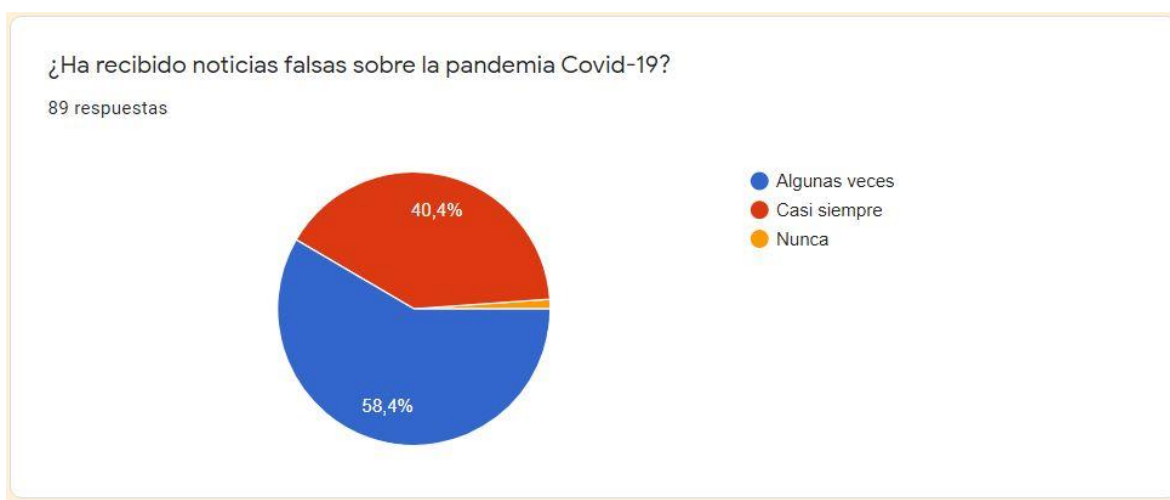


Según la encuesta realizada a los estudiantes de séptimo, octavo, noveno y décimo semestre de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona el 88,8 % de los encuestados han escuchado sobre el término fake news y el 11,2% no han escuchado sobre dicho término.

A nivel de cultura general los estudiantes consultados conocen el término, siendo un aspecto positivo en la lucha contra este fenómeno que deja negativos resultados en materia social

y política. Pero que también supone un reto a un oficio como es el de comunicar o informar desde los medios y otros alternativos.

**Figura 5**  
*Ha recibido noticias falsas sobre la pandemia Covid-19*



Según la encuesta realizada a los estudiantes de séptimo, octavo, noveno y décimo semestre de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona el 58,4 % ha recibido noticias falsas sobre la pandemia Covid-19 y el 40,4% no han recibido dicha información.

Las respuestas recibidas son positivas si son vistas desde el supuesto conocimiento que tienen los consultados para identificar a los contenidos falsos, el enigma crece con la relación al tratamiento que estos le den a esa información y qué estrategias emplean para evitar que siga ocurriendo el flujo en sus perfiles o redes sociales. De lo contrario al ser pasivo es algo que preocupa no solo como usuario si no como futuros profesionales de la comunicación.

**Figura 6**  
*Sabe diferenciar las noticias falsas de las verdaderas*



Según la encuesta realizada a los estudiantes de séptimo, octavo, noveno y décimo semestre de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona el 57,3 % sabe diferenciar las noticias falsas de las verdaderas y el 42,7% no tiene la habilidad de desarrollar dicho ejercicio.

Las respuestas son muy parejas, no es solo es saber detectar las noticias falsas de las verdaderas, es la intención y el empoderamiento de los estudiantes por fomentar hábitos y estrategias propias para aprender a evitarlas y descifrarlas. Si no se conecta con la vocación investigativa y el interés sociocultural por saber la verdad o al menos ir un poco más lejos muy difícilmente se pueden crear contenidos serios y productivos.

**Figura 7**

*Cuáles cree que son los motivos por los cuáles se difunden rápidamente estas noticias*

¿Cuáles cree que son los motivos por los cuales se difunden rápidamente estas noticias?

89 respuestas

Debido a la inmediatez de los medios de comunicación

Porque no se lee la información antes de compartir, porque no se verifican las fuentes confiables y porque a veces sale en memes y la juventud ha creado una cultura de credibilidad en estas publicaciones lo cual impide que busquen medios confiables, en otras ocasiones porque no se siguen páginas profesionales sino se opta por periodistas empíricos los cuales son subjetivos en la mayoría de las ocasiones y olvidamos la importancia de la objetividad.

Morbo de las personas

Porque sus títulos son llamativos

El amarillismo de cada noticia y publicación

La gente es muy chismosa

Porque las personas creen en todo lo que ven y escuchan.

Por el morbo que contiene

Falta de comprensión lectora, psicología sobre las emociones

Por ser amarillista, provoca morbo

Por las personas que comparten esta información sin antes verificar si es real o no

Porque se da por redes sociales y su difusión es más inmediata, además de que utiliza recursos "alarmates" que atraen al lector

el poder que tiene el internet y las redes sociales

Primero desinformar, crear panico social. Además de intereses políticos que juegan un papel importante en la difusión de fake news

Falta de conocimiento o inmediatez

El miedo, el desconocimiento y la inexperiencia

El sensacionalismo

Publicaciones

porque es una problematica que se esta presentando a nivel general

Debido a la inmediatez de los medios de comunicación

Comunicación masiva

Credibilidad de las personas

Porque llegan a las personas mayores, las cuales no verifican la fuente de información ni verifican por otros medios si esto es verdad; además ayudan a difundir cierta falsa información.

Muchas veces por el amarillismo y morbo que tienen ante la población consumidora

Las personas no se toman el tiempo de investigar a profundidad

Porque somos muy desprevenidos y nos creemos todo lo que nos dicen y muestran, no sabemos observar y leer bien antes de

Para confundir a la población

Por lo mediáticas que pueden llegar a ser.

Por la desinformación y manipulación

Debido a que genera en la gente algún tipo de morbo a ver hechos trágicos

Por la desinformación

porque las personas la comparten sin verificar

Porque son sensacionalistas, y a las personas suelen gustarle más ese tipo de notas.

Tienden a llamar la atención del espectador, son cortas y fáciles de leer por lo que el público las recuerda más

Titulares llamativos, cortinas de humo, comprensión lectora, bajo interés, ignorancia

Por el amarillismo

Ignorancia

A veces porque es lo primero que la gente ve y eso comparten sin profundizar

por el miedo y el amarillismo

La desinformación y credulidad de gente que jamás confirma ese tipo de noticias

La confianza

Para beneficio de los medios de comunicación

El hecho de que las personas compartan información que crea estigmas dentro de la sociedad y al mismo tiempo terminan desinformando a aquellas personas que continúan la cadena de viralizar este tipo de noticias

Difusión de "falsas fuentes"

La gente no se toma el tiempo de verificar la noticia



estímulo respuesta.

por el amarillismo y el sensacionalismo de las noticias

Crear publicaciones para generar polémica

desinformación

Por su amarillismo.

Ser número uno en noticias

Por la falta de criterio en las personas

El rumor

Poco conocimiento acerca de los medios de comunicación y su información.

El desinterés por buscar una fuente confiable que respalde la información

Intereses políticos

Generar polémica, persuadir y desinformar.

Por los temas alarmistas que presentan

Con el propósito de alarmar a las personas

Por el llamado que hacen, el amarillismo y alarmismo que contienen.

Las personas no se toman el tiempo de investigar más a fondo, razón por la cual es muy fácil caer y difundir entre sus conocidos la información

Porque quieren hacer que la gente se angustie más.

Porque la gente no es consciente de lo que comparte y se dejan llevar por lo primero que ven creando un

Las personas no realizan un filtro adecuado

Desconocimiento de la realidad que se esta viviendo. Muchos seres humanos prefieren creerse la mentira y e ignorar la verdad.

Manipulación

Porque casi siempre contienen títulos llamativos

Generar miedo

Son llamativas y las personas comparten la información sin verificar las fuentes o contrastar la información.

Por dos cosas, primero, el ansia de los medios ante la inmediatez y segundo, el desconocimiento de la audiencia.

Por pánico y desinformación

para tapan otras noticias de importancia para el país

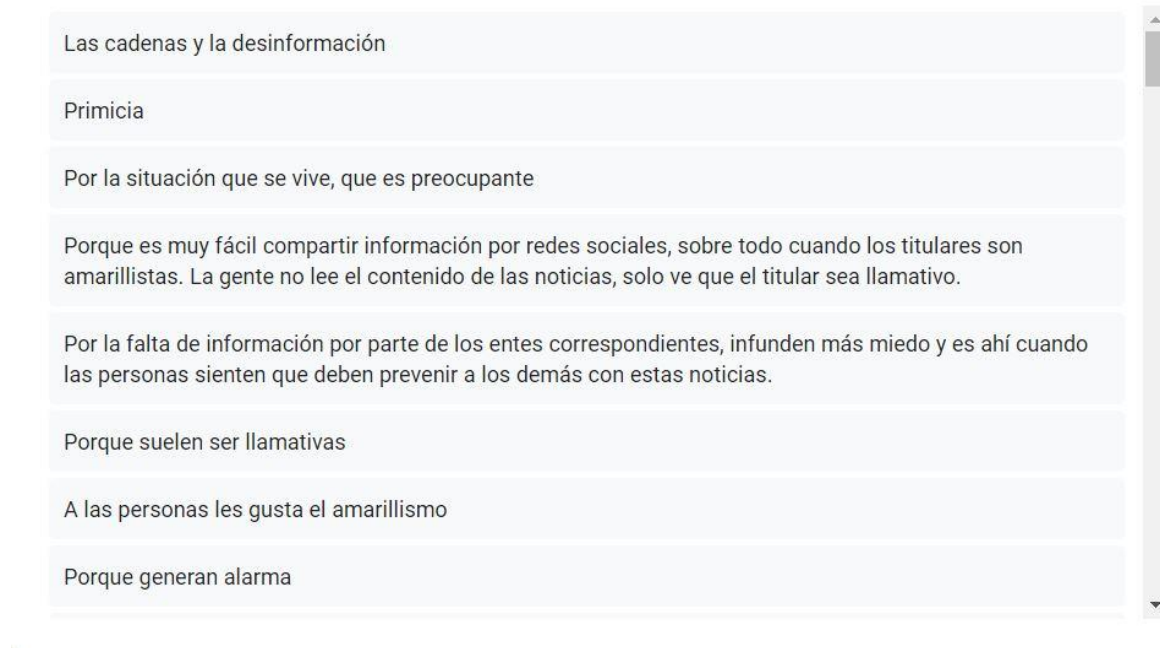
Por la rapidez que se requiere informar, llevando a no investigar lo suficiente o con las fuentes requeridas. Sólo por el fin de ganar la carrera al sacar primero la nota, antes de que cualquier otro medio de comunicación lo haga.

Las personas ajenas a la diferencia de información verdadera a la falsa

Porque muchas personas no se informan bien y difunden lo que leen o ven

Considero que existen dos motivos.

1. porque algunas personas no se interesan por verificar si la información que comparten es confiable y creen mucho en lo que diga X o Y medio o persona
2. Porque las personas aunque estén interesadas no cuentan con el conocimiento necesario para diferenciar entre una noticia veraz y una falsa



Las cadenas y la desinformación

Primicia

Por la situación que se vive, que es preocupante

Porque es muy fácil compartir información por redes sociales, sobre todo cuando los titulares son amarillistas. La gente no lee el contenido de las noticias, solo ve que el titular sea llamativo.

Por la falta de información por parte de los entes correspondientes, infunden más miedo y es ahí cuando las personas sienten que deben prevenir a los demás con estas noticias.

Porque suelen ser llamativas

A las personas les gusta el amarillismo

Porque generan alarma

Según la encuesta realizada a los estudiantes de séptimo, octavo, noveno y décimo semestre de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona a la pregunta, ¿cuáles cree que son los motivos por los cuales se difunden rápidamente estas noticias? los primeros criterios que escogieron fueron: por el morbo que contienen, la inmediatez de los medios de comunicación, por qué se dan en redes sociales, por la comunicación masiva, por la desinformación y manipulación, por la ignorancia, estímulo a las respuestas, desinterés en buscar fuentes confiables, no realizan filtros adecuados, por pánico y desinformación y por las cadenas que publican.

Las preguntas abiertas permiten que las ideas y nociones sean más amplias y subjetivas en materia de responder a las posibles causas que generan la desinformación y la falsedad. Los encuestados conocen muchas de las acertadas razones siendo un precepto alentador en lo que se busca establecer con esta investigación, el promover la detección de las mismas dentro de las cotidianidades.

**Figura 8**

*Consulta fuentes confiables para verificar una información antes de difundirla a otros*

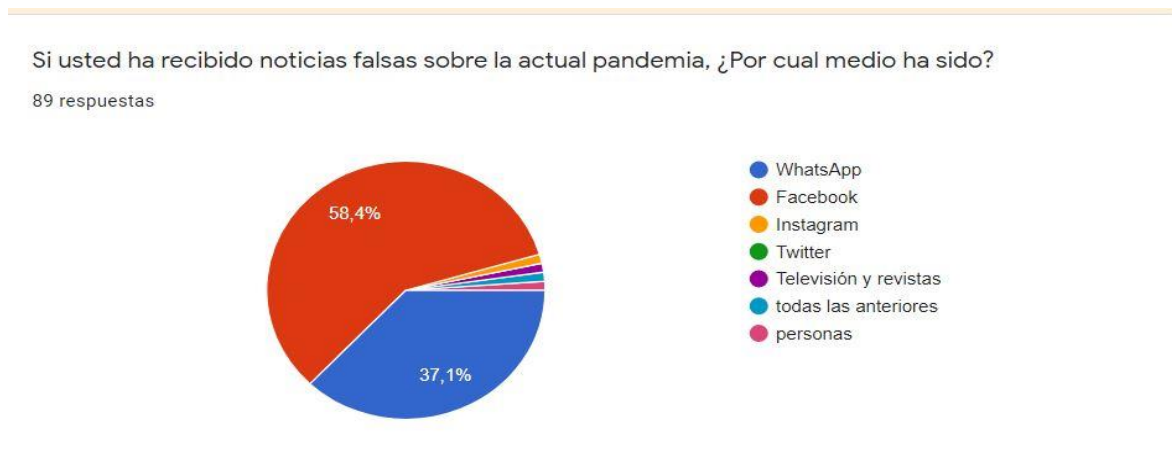


Según la encuesta realizada a los estudiantes de séptimo, octavo, noveno y décimo semestre de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona el 59,6 % consulta fuentes confiables para verificar una información antes de difundirla a otros y el 37,1% no lo hace.

Las respuestas son coherentes con las anteriores, los usuarios no verifican las fuentes consultadas con unanimidad, aunque existe un grupo importante no todos lo hacen y es un indicio que lleva a la investigación a establecer que por este motivo las Fake news sean tan difícil de contrarrestar.

**Figura 9**

*Si usted ha recibido noticias falsas sobre la pandemia, ¿por cuál medio ha sido?*



Según la encuesta realizada a los estudiantes de séptimo, octavo, noveno y décimo semestre de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona el 37,1 % ha recibido noticias falsas sobre la pandemia, por medio de WhatsApp y el 58,4% ha recibido dichas fake news por medio de Facebook.

El gigante Facebook es uno de los principales lugares donde se hallan contenidos falsos no solo con respecto a la pandemia lo mismo ocurre con los otros temas, la población y muestra que el estudio ha tomado como referente reconoce este sitio como de suma sensibilidad del problema, sin negar la existencia de otras redes y portales que también se encuentran cargados de estos materiales.

**Figura 10**

*Le gustaría aprender a identificar las fake news y evitar la difusión de las mismas*

¿Le gustaría aprender a identificar las fake news y evitar la difusión de estas?

89 respuestas



Según la encuesta realizada a los estudiantes de séptimo, octavo, noveno y décimo semestre de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona el 93,3 % le gustaría aprender a identificar las fake news y evitar la difusión de las mismas, mientras que el restante de los encuestados no les interesa el tema.

Lo anterior puede significar que los encuestados no están seguros de saber cómo detectar una noticia, o del tratamiento que se le debe hacer para hallar la verdad entre el mundo de la información, lo importantes es la intención que tienen por aprender y mejorar en el aspecto mencionado.

#### ***4.5.2 Análisis De Los Estudiantes***

El gran peligro de las noticias erróneas, además denominadas "fake news", es que transitan a gran rapidez, por esa razón, eludir su propagación en la red es una responsabilidad de todos. Justamente, En TIC Confío, el programa del Ministerio de Tecnologías de la Información y las

Comunicaciones (MinTIC) que promueve la utilización seguro y responsable de la tecnología, da sugerencias para que evite transformarse en un multiplicador de información falsa.

Los resultados anteriores indican que personas que debieran ser ejemplo a favor de contenidos productivos y serios no lo hacen como se esperaba, el dominio de las redes sociales sobre las masas es inminente, la nueva forma de controlar a las sociedades son las redes, por supuesto que contenidos buenos y malos existen en cualquier medio, pero en las redes sociales son más dadas al ocio.

Los jóvenes que hicieron parte de este ejercicio académico, puede que reconozcan, el peligro de las noticias erróneas, que cuando se transitan son letales con el paso del tiempo y muestras permanezcan circulando en la red. En un futuro próximo estos jóvenes tendrán la tarea de contrarrestar esta fenomenología, lamentablemente no se ve a grandes rasgos el factor diferenciador de otros que no estudien esta carrera o ni siquiera estén en la educación superior.

Para evitar esta mala información los estudiantes deben primero, no quedarse solo con el título de los artículos, leer la información completa y analizar la coherencia que tiene antes de sacar sus propias conclusiones o compartirla con alguien más. En ocasiones las noticias falsas se valen de pesquisas antiguas, así que hay que verificar cuándo ocurrió lo que se menciona. Recuerde que sacar una noticia de contexto también es una manera de desinformación, revisando la fecha, tener en cuenta de dónde viene: uno de los medios más comunes para la circulación de fake news es el chat, por eso, tener en cuenta quién le envía los informes y el formato en que circula. Estos datos pueden recibirse en texto, imagen, audio o video.

Confirmar es un buen método para definir si se trata de una noticia falsa, es buscar la información en internet y corroborar que otras fuentes (oficiales o de medios de comunicación) hayan abordado el tema y por último hay que dudar si una información es demasiado

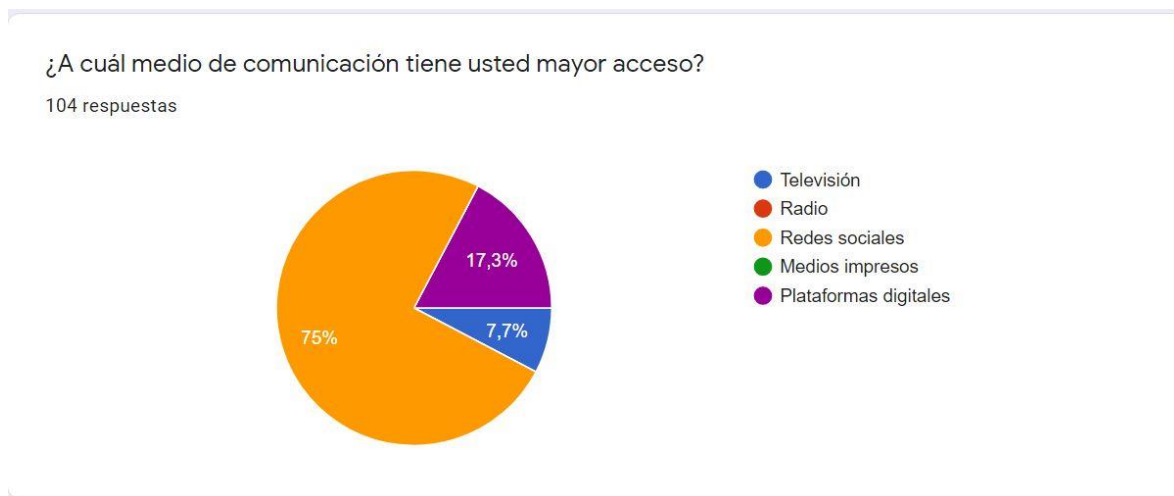
sorprendente; se hace viral muy rápido; no cita fuentes oficiales o expertas; no la puede corroborar en otros medios, o es recibida de forma anónima pidiendo que se comparta, es muy probable que se trate de una fake news.

Para concluir, en este análisis se observa que los estudiantes del programa de Comunicación Social de la sede principal de la Universidad de Pamplona son más cautelosos en el momento de buscar noticias de gran veracidad en las redes sociales sobre el Covid, además las plataformas digitales en gran parte son una de las herramientas primordiales para estos profesionales.

### 4.5.3 Opinión De La Gente Del Común

**Figura 11**

*A cuál medio de comunicación tiene usted mayor acceso*



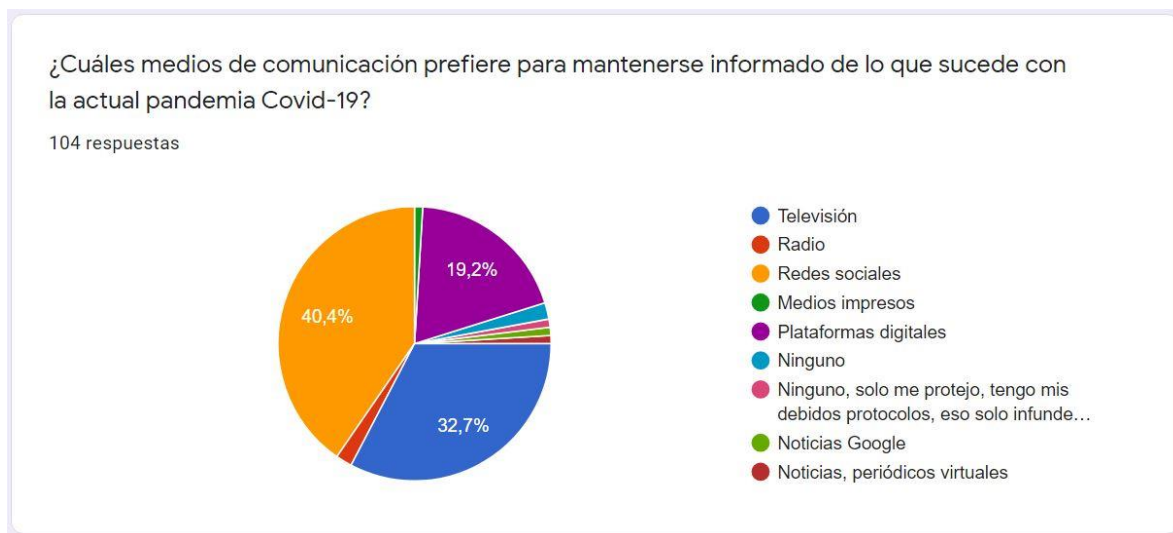
Según la encuesta realizada a la gente del común el 75% de los encuestados tiene usted mayor acceso a las redes sociales el 17,3 % a plataformas digitales y el 7,7% a la televisión según muestra la figura anterior.



Las respuestas son similares a la de los académicos, las redes sociales son las predilectas por las sociedades, si lo pensamos de esta manera hoy cualquier sujeto posee un teléfono y una cuenta de red social que consume a proporciones considerables.

**Figura 12**

*Cuáles medios de comunicación prefiere para mantenerse informado de lo que sucede con la actual pandemia Covid-19*



Según la encuesta realizada a la gente del común el 40,4% prefiere para mantenerse informado de lo que sucede con la actual pandemia Covid-19 por medio de las redes sociales, el 32,7% por medio de la televisión y el 19,2 % por las plataformas digitales.

Las personas del común dentro de la pandemia prefieren por la situación por facilidades de acceso a la información, acceder a ella por redes sociales. Por razones como esta es que las Fake news crecen a diario los usuarios están prefiriendo los medios alternativos o de dudosa procedencia que a los tradicionales.

**Figura 13**

*Qué criterios tiene en cuenta para evaluar la información que recibe.*

¿Qué criterios tiene en cuenta para evaluar la información que recibe?

104 respuestas

La fuente

Verdaderos

Veracidad

Depende de la persona que informa

Que sea de fuentes confiables

Proviengan de una fuente creible

Acceso a la información.

Que el medio o la persona que informa tenga credibilidad sea ocgetivo y no este al servicio de grupos económicos ni politicos

Que sea veraz

Que sea certera

Que sean datos oficiales estatales

Fuente

Posicionamiento y credibilidad del medio

Presentación de la información, fluidez de la misma

Que sea coherente y que tenga un buen transfondo.

Los datos estadísticos que presenta la OMS

Corroboración de fuentes

Información veridica

Que se den las información requerida hacia la sociedad para saber de qué está pasando

La fuente, es decir quién lo publica

q venga de un noticiero sincero

Cuando veo por diferentes medios de comunicación

Para ser sincero, trato de buscar en redes noticias. Y verificar si en otras plataformas mencionadas las mismas noticias.

Una pag certificada

Todo es una farsa

Estadísticas verídicas

Que sea verídica, de fuentes confiables

Estar comunicada

Analizar si la noticia es verdadera

1. Que sea de una fuente confiable
2. Que esté bien argumentada la información
3. Que no genere dudas la información que presenta

La fuente

Que sean certeros

No veo noticias del covit.

Fuentes de información seguras

Que sea importante

Que sea explícita en su información clara y consistente

La precisión

Veracidad

Su fuente

Verificación de la cuenta

Veracidad de la información

Estar informada por diferentes medios

Fuentes confiables

Bueno

Verificar su veracidad, que sea información actualizada

La veracidad

Fuentes nacionales o confiables

El medio de información

Que sea confiable la fuente, concisa y precisa

Fuentes

Interés

Fuente

Que sea explícita en su información clara y consistente

Que sea verídica y directa

Sean noticias que no produzcan caos

Que la fuente sea de confianza

Verdadera

La comparo con otros tipos de información o en su defecto con lo que nos rodea, también sirve indagar sobre la fuente de la información

Que sea de un medio reconocido

A veces es regular, no informan totalmente

La persona que da la información

Origen

Con más sinceridad y información verdadera

Medio de comunicación

La veracidad y confiabilidad de la página que suministra la información

que sea de un portal verídico, confiable y eficaz

que sea verdadera, que sea de un portal verificado

El medio y la credibilidad del mismo.

Autor, fecha y nombre de la plataforma

Que sea verídica la información recibida

La fuente de la información

Diarios reconocidos

Que la información confronte a la fuente

Que tenga un sustento, argumentos que le den solidez.

Verdad

Páginas independientes del estado.

La inmediatez

Fuentes científicas

Comparación con otras noticias similares

Pruebas de lo que se informa

Experiencias y vivencias

Que sea real

La fuente que publica.

Veracidad de la información

Que sea una información veraz y creíble.

Pruebas

Información veraz y de fuentes confiables

Fuente confiable.
Muchas veces Informacion que se está dando es errada
Manejarlo con calma que para todo ahí solución y esperar que sucedan las cosas de buena manera.
Internet
La fuente, si es conocida o que sea algún articulo científico
Que sean de un medio que goce de credibilidad. Reviso que las fuentes que proporcionan los datos sean de personas calificadas
La comparo con información de otros medios
Tipo de medio, posicionamiento, credibilidad
Que sea veridica de informaciones reales demostradas

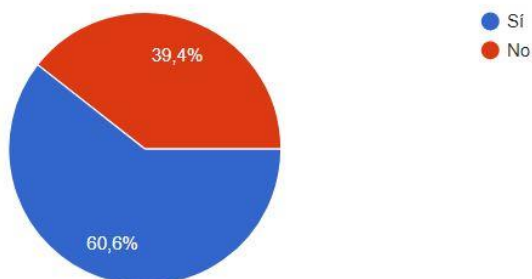
Según la encuesta realizada a la gente del común a la pregunta ¿qué criterios tiene en cuenta para evaluar la información que recibe? los primeros razonamientos que escogieron fueron: fuentes confiables, que la noticia sea certera, que la información requerida hacia la sociedad de lo que está pasando, estar comunicados, que la noticia sea explicita, clara y consistente, que sea veraz para poder comparar con otras noticias similares.

Los usuarios les apuestan a fuentes confiables, a lo certera que se la información, pero si realmente se buscara hacer lo dicho no estaría buscando como fuente primordial de información las redes sociales, continúan por la senda del facilismo y lo que la masa ejecuta.

**Figura 14***Ha escuchado el término de "Fake news"*

¿Ha escuchado el término de "Fake news"?

104 respuestas



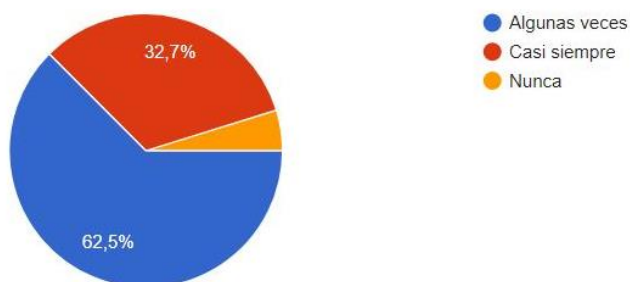
Según la encuesta realizada a la gente del común el 60,6% Han escuchado el término de "Fake news" y el 39,4 % no conocen el término.

Más de la mitad de los encuestados saben o han escuchado del término, es un punto positivo para la investigación, el restante porcentaje no lo distingue, tal vez sea necesario usar más los términos en castellano y alejarse un poco del extranjerismo en estos aspectos.

**Figura 15***Ha recibido noticias falsas sobre la pandemia Covid-19.*

¿Ha recibido noticias falsas sobre la pandemia Covid-19?

104 respuestas





Según la encuesta realizada a la gente del común el 62,5% ha recibido noticias falsas sobre la pandemia Covid-19 y el 32,7 % no han recibido este tipo de noticias por ningún medio.

El reconocer que se reciben este tipo de contenidos es un buen comienzo para identificarlos y aprender a detectarlos en momentos donde toda la información de cualquier suceso pasa por un teléfono celular o la misma internet. El virus del futuro será el manejo a las tecnologías, desde ahora es bueno estar preparados para distinguir lo productivo de los demás.

#### Figura 16

*Sabe diferenciar las noticias falsas de las verdaderas*



Según la encuesta realizada a la gente del común el 55,8% sabe diferenciar las noticias falsas de las verdaderas y el 39,4 % no saben hacerlo.

No saber hacerlo con exactitud, o no tener seguridad de cómo proceder, son indicios que las sociedades no están preparadas para realizar este tipo de tareas que traen consigo consecuencias en el consumo. Este es un ejemplo claro y fehaciente del poder letal que ostentan las noticias falsas y el alcance que tienen si sacan provecho a la baja educación al respecto.

**Figura 17**

*Cuáles cree que son los motivos por los cuáles se difunden rápidamente estas noticias*



Causa pánico en la población

La rapidez de la información, por obtener más me gustas

Por qué todos tenemos acceso a las redes sociales y por ende es más rápido

Por el morbo

Fácil acceso

Precisamente la inmediatez

El fácil acceso a las redes hoy día

porque a la gente no le gusta el trasfondo de las cosas, que es lo que permite la refutabilidad de una idea en este caso de las noticias falsas.

Por los herramientas de información que manejan esos noticieros

Las redes

Poca capacidad investigativa de las personas

El internet

Por qué sin muy importante para el conocimiento de la sociedad

Porque la gente no verifica quien publica estas noticias

para ganar reiting

Compartiendo

Las mismas personas, y su falta de constatar información

Preocupaciones

Por pánico

Por la falta de estudios, de lectura de las personas

Información falsa que puede llegar a generar cuestionamientos o también la comunicación y desinformación entre las personas

Mala información

Al ser sorprendentes

Falta de análisis.

1. Compartir sin cuestionar las información
2. Poca interpretación

Manipulación de los datos a conveniencia de los medios

Mayor impresión en las personas

La ignorancia

Credibilidad

Encabezados alarmantes

Por que colocan personas famosas o cosas que la gente le gusta buscar

Por lo aterradoras o asombrosas

Ignorancia sobre el tema real

Vistas

Por el impacto que causa

Alarmar o alterar el televidente o espectador

Para que la gente no se engañe

En algunas ocasiones por generar controversia, y también creo que es por generar visitas

Generar controversia

Ignorancia, desinformación

Por la ambición a la popularidad

Las que tiene gran impacto psicológico.

Porque impactan

Urgencia sanitaria

Desinformación

por el miedo que impacta

La necesidad de información y la falta de conocimiento hace que las personas divulguen este tipo de información

Por el morbo e impacto sobrenatural

Desinformar para obtener algún beneficio al tiempo que genere caos y convulsione a la sociedad

Campañas de difamación

Pánico

Por no consultar fuentes confiables

Para generar Vistas

Mediatez

Por que son noticias de importancia

Por necesidad de información

Para estar prevenido

Las personas hoy en día viven en un mundo en la era de la digitalización que se les hace fácil creer en falsas noticias y sin emplear tiempo para corroborara que sea cierto

Porque generan pánico a la sociedad

Por cultura y por la conmoción social que causan, ejemplo el miedo

La ignorancia de nosotros como consumidores y la pereza de no indagar más

para desinformar, por querer hacer daño, por formar polémica

Falta de lectura y comprobación de la información

Faltan de información real

Para desinformar

Dado que la gente no analiza la confiabilidad de los sitios de donde se informa. Tienden a creer en todo lo que les llega por la red.

Gracias a las personas que generan y ven contenido hoy q través de las redes sociales todo se vuelve masivo

Porque no verifican la fuente de la información.

Porque crean alarma, abordan temas que nos compete a todos

Periodistas empíricos

Por la cantidad de cifras trágicas que manejan

Causar miedo a la población

Para poner en alerta a la sociedad

Amarillismo

Replica

Para causar temor y duda a las personas.

El miedo que generan

Por personas que comparten la información sin verificar si las fuentes son confiables o si la información que reciben es de algún medio reconocido

Los receptores se dejan creer muy fácilmente por cualquier cosa

Muchas veces las personas se quedan con lo primero que vieron y eso es lo que les transmiten al televidente

Por redes sociales

Ignorancia

Miedo, terror frente a este virus y la ignorancia, imprudencia y desconsideración de las personas al difundir información que no saben si es genuina

Porque las personas no investigan si la información que comparten es verdadera

Por tener un tinte un tanto amarillista o genera pánico informativo

Para desinformar o informar a la comunidad, crear pánico

Por las personas que creen en todo lo que se dice o publica

Según la encuesta realizada a la gente del común a la pregunta ¿cuáles cree que son los motivos por los cuales se difunden rápidamente estas noticias? los primeros factores que escogieron fueron: por confundir a la gente, por causar pánico a la población en las redes, por

falta de estudio y lectura, por la ignorancia, por el miedo que impactan, por la cantidad de cifras trágicas que manejan, por ser lo primero que encontraron en internet.

Siempre habrá un sujeto para convencer o confundir, para causarle pánico o miedo.

Mientras no haya estudio y lectura constructiva de las realidades, donde se interpretan las realidades. Por la ignorancia y el miedo los seres humanos serán plebeyos de lo que desconocen.

**Figura 18**

*Consulta fuentes confiables para verificar una información antes de difundirla a otros*



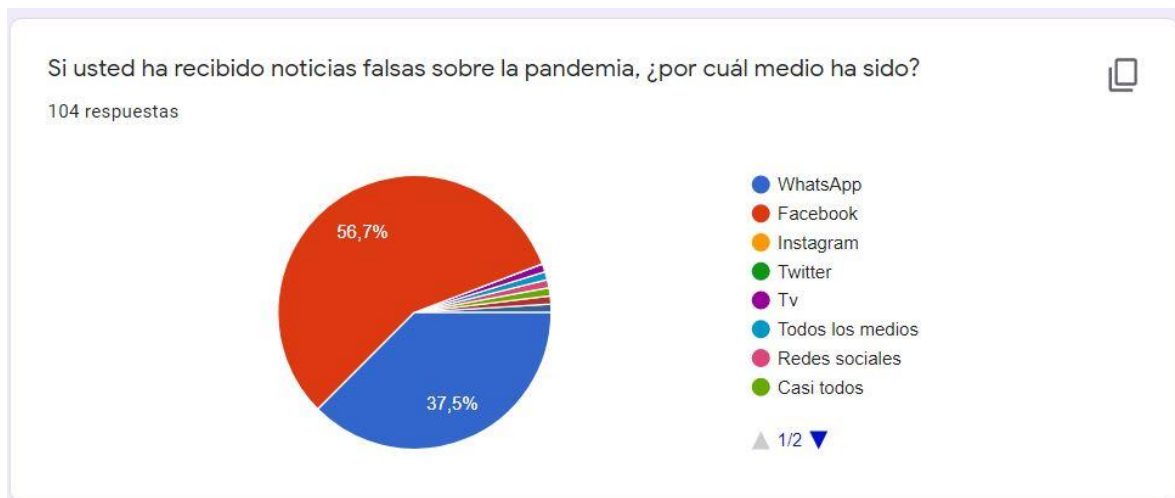
Según la encuesta realizada a la gente del común el 50% consulta fuentes confiables para verificar una información antes de difundirla a otros el 31,7 % casi siempre consulta y el 16,3% algunas veces hace este tipo de consultas antes de transmitir información.

La palabra clave es este caso es la conciencia, luego le precede la responsabilidad, es calculable que las personas no tienen en cuenta en una buena proporción estos ítems al momento de hacer uso de las redes y compartir contenidos, son casos típicos donde la emoción supera a la razón.



**Figura 19**

*Si usted ha recibido noticias falsas sobre la pandemia, ¿por cuál medio ha sido?*



Según la encuesta realizada a la gente del común el 56,7% ha recibido noticias falsas sobre la pandemia por Facebook y el 37,5 % ha recibido por WhatsApp noticias falsas del tema mencionado.

Facebook es un fenómeno de dos caras, en los últimos tiempos esta red social el poder masificador le ha otorgado cualidades que se prestan para manipular y encontrar con facilidad contenidos poco fiables, WhatsApp es otro mecanismo que muchos usan, donde se comparte todo tipo de contenidos, la sociedad no entiende mucho de parámetros periodísticos es así como se agigantan el fenómeno.

**Figura 20**

*Le gustaría aprender a identificar las fake news y evitar la difusión de las mismas*



Según la encuesta realizada a la gente del común el 92,3% le gustaría aprender a identificar las fake news y evitar la difusión de las mismas y el 7,7 % no les gustaría conocer a fondo la manera en la que pueden evitar la propagación de las mismas, pues no demuestran interés tan siquiera por conocer el significado de dicho término.

El desconocimiento de cómo actuar y cómo aprender a hacer frente a las situaciones ratifica que las sociedades no saben darle manejo a la información, así como el chisme y el rumor son problemas sociales en lo presencial a lo cibernauta migraron y se hacen más letales en ese terreno.

#### ***4.5.3.1 Análisis De La Gente Del Común***

Con la entrada de lleno de las redes sociales, de una manera inesperada, las personas no fueron ilustradas a cómo realizar o ejecutar este tipo de herramientas. Sin esperarlo las poblaciones se vieron sumidas en este ecosistema virtual del que casi nadie escapa, allí conviven

la pluralidad y la intención buena o mala del usuario, quizás por ello haya tanto contenido nutritivo e interesante como de carácter bazofia.

La educación juega un factor determinante en esta problemática, sin ella no es posible que las colectividades y quienes las integran hagan un buen uso de las redes y de contenidos productivos o de calidad, mientras siga educando el ocio que allí habita no tendrá escapatoria el seguir sumisos a la maldad y la mentira. No significa que todos los contenidos sean de baja calidad, al contrario, existe una gama variada de todo lo que un ser humano puede saber y compartir, pero desafortunadamente es lo que menos recibe acogida.

Lamentablemente el panorama no pinta bien en ninguno de los dos escenarios, tanto académicos como de las personas del común poseen falencias en la manera de acceder y buscar informarse, para el caso particular las personas desean facilismo y poca información. No gustan de las extensiones literarias, no buscan ese tema en otros medios y estos atraviesan por un lamentable desprestigio.

La mente fue hecha para legislar de manera autónoma y consecuente a la realidad vivida, el ciudadano no selecciona, mucho menos realiza una búsqueda exhaustiva de la información que recibe o desea conocer, el fenómeno social que se vive representa no solo una amenaza a la verdad también a la vida y al bienestar social.

#### **4.6 Triangulación De Los Resultados**

Los resultados de esta exhaustiva investigación demuestran que es muy sencillo que las personas caigan en fake news, puesto que muchas de ellas no se toman la tarea de hacer un contraste de fuentes a la hora de recibir información, quizá porque muchos no tienen idea que

esto es un factor determinante para evaluar la veracidad de una noticia, pero es allí cuando se debe acudir páginas oficiales tanto de entes como de medios de comunicación que su principal característica sea la seriedad y objetividad.

De la misma manera y como lo anunciaban los expertos en comunicación que fueron entrevistados para conocer su opinión, es importante que se proponga una manera de educar a las personas, iniciando desde los medios de comunicación en sus diferentes áreas como la radio, televisión, prensa, entre otros, puesto que esto de cierto modo ayudará a que la población tome una postura crítica e investigadora ante cualquier informe que vea en redes sociales o plataformas digitales, que entiendan que detrás de ellos, muchas veces solo hay malicia y doble intención para causar enormes consecuencia en los espectadores.

Por otra parte, hay que tener en cuenta que las Tecnologías de información y Comunicación han logrado avances positivos en la sociedad, estas permiten que los ciudadanos tengan acceso a informes noticiosos todo el tiempo, y aunque se puede considerar como una ventaja, hay que entender que de la misma manera se ha visto como desventaja para muchos ámbitos, tales como el de las fake news, imágenes y videos falsos que son editados y posteados en diferentes plataformas para el consumo de las personas.

Lo anterior genera grandes efectos, porque coadyuva en la difamación del buen nombre de personas, medios de comunicación, empresas, entre otros. si bien es cierto que se han presentado muchos casos basados en lo que se menciona, hay que aclarar que no es este el objetivo por el cual fueron creadas las TIC, de cierta forma corresponde al uso que cada persona disponga sobre las mismas, pero hay que entender la sociedad no siempre actúa de buena manera o con las mejores intenciones.

En el factor salud y con relación a la pandemia que enfrenta el mundo por el coronavirus, es prácticamente una necesidad u obligación que los usuarios de redes sociales o plataformas digitales aprendan a tener duda sobre las cadenas de WhatsApp que reciben, la información que ven por Facebook, los videos que encuentran en Tik Tok y declaraciones que puedan hallar en Twitter, que no crean todo lo que está puesto en sus ojos simplemente porque allí se menciona a organizaciones como pueden ser la OMS, Ministerio de Salud y demás, porque no siempre lo que se difunde en sus nombres es veraz.

Adicionalmente, y en referencia a los resultados de las encuestas, hay que ver que muchos estudiantes que serán los futuros comunicadores sociales y que estarán al servicio de informar a la sociedad, aún presentan falencias o no tienen el suficiente refuerzo para identificar lo que podría ser una fake news, aunque según la mayoría de los encuestados tienen en cuenta distintos criterios para analizar la información que reciben tales como la fuente, fecha de publicación, medio y demás, otros afirman que solo algunas veces se toman la tarea de investigar lo que llega a sus manos, antes de difundir a otros. Por lo que se interpreta entonces que se les olvida su rigor periodístico y comunicativo ante noticias.

Para concluir, las personas, estudiantes y demás, deben entender que los bulos y las fake news siempre van a estar presentes en la sociedad, es algo que no es nuevo y que tampoco va a desaparecer de un día para otro, por el contrario, van a tomar mayor fuerza con el paso del tiempo, porque se crean con fines tanto lucrativos como negativos o maliciosos, que presenten severas consecuencias en la gente o peor aún, las usan como método de manipulación masiva, esto se puede crear por ejemplo, desde el ámbito político para usarlo como cortinas de humo que ayuden a distraer la atención de la comunidad mientras le esconden realidades al país y así como muchos otros factores, abundan a diario para la generación y difusión de las mismas.

## Capítulo 5. Conclusiones Y Recomendaciones

### 5.1 Conclusiones

Es posible concluir que la investigación, referido a las noticias falsas sobre Covid-19 desmentidas o puestas en contexto por diarios como El Espectador y la Revista Semana de Colombia, reflejan el constante manejo que sujetos o grupos dan a la información y generan falsedad empleando temas sensibles o de aspecto viral.

Las fake news siempre han estado presentes en el mundo y surgen desde distintos ámbitos, se alimentan del poco interés de la población por investigar y desmentirlas, también es cierto que a raíz de la pandemia Covid-19 la creación de estas aumentó a pasos agigantados con fines como generar pánico, alarma social, lucro monetario, y demás.

Las conjeturas falsas favorecen a sus creadores al saber que no se profundiza en establecer si lo que se dice es cierto o no por los usuarios. Además, la desinformación que apela principalmente a la sensación y el engaño saca provecho a la inocuidad de una sociedad que no gusta de saber la verdad, no disfruta de no ignorar lo mismo todos los días.

Este estudio manifiesta que las redes sociales, son responsables en gran medida de los contenidos que circulan cargados de falsas afirmaciones. Estas afectan de forma importante a la elaboración del quehacer periodístico. El periodismo y los medios al estar parcializados en buena parte no hacen mucho por dar la pelea en seriedad, objetividad y trabajo profesional. Los medios digitales, no son el problema, el problema está en la poca seriedad que tienen los medios de la actualidad.

Según los logros de la presente investigación, Facebook sigue siendo, en el contexto de los países analizados, el camino por el cual circulan con frecuencia los rumores, seguido de las enunciaciones falsas que circularon por dos o más alzas unánimemente, como Twitter, WhatsApp y YouTube. Quienes destacan el rendimiento de la esta segunda como la alza por donde “las hipérboles se diseminan en máxima cifra y con amplio alcance”. Esto, no obstante, puede ser cierto para el acontecimiento de Colombia, tiene un tono importante, porque según lo atinado, tanto para varios países como por varias redes sociales voluntariamente.

La sociedad es la principal responsable en darle paso a la era de la desinformación o también llamada infodemia, puesto que prefiere nutrirse de información que prolifera en las redes sociales, y deja a un lado la que brindan los medios tradicionales como periódicos, televisión y radio que se han caracterizado por su veracidad y objetividad claro está. Por otra parte, las noticias online que se generan a través de distintas plataformas, son el medio en el que, según los entrevistados, hay más probabilidades de que se generen noticias falsas, por la fácil manipulación de estas.

También se concluye que la mayoría de personas no verifica la información que recibe antes de difundirla, en ocasiones se quedan únicamente con el titular del enlace que observan en redes sociales o la falsa cadena de WhatsApp y creen ciegamente en ello, por lo que se produce una serie de desinformación en la población.

## 5.2 Recomendaciones

Las recomendaciones se hacen para la Universidad de Pamplona, para el programa de Comunicación Social y para quienes se forman en este campo profesional tan importante para las sociedades colombianas, que, de no entender primero el vital rol del periodista o el comunicador social, se pierden oportunidades valiosas para el universo de la información.

Las personas del común que en ocasiones presentan poco o mucho conocimiento sobre fake news deben tomarse la tarea de investigar a fondo cuando reciban una noticia sobre determinado tema, más aún cuando se trata de ámbitos como la salud, puesto que pueden poner en riesgo la integridad de muchas personas entre las cuales se puede destacar las más cercanas, a quienes se les transmite primeramente información sin verificar.

Si bien dentro de la Constitución Nacional se contempla el derecho a la libre expresión, también se recomienda practicar el deber de las responsabilidades humanas y ciudadanas que se adquieren con la plena conciencia y facultad. Teniendo como premisa que la información es un baluarte que posee capacidades de cambiar la trayectoria de vidas y comunidades enteras.

La Universidad de Pamplona como principal formador de comunicadores sociales en Pamplona, Norte de Santander, debe hacer énfasis mediante los docentes de áreas como prensa, radio, y televisión, en temas como fake news, puesto que gran parte de los estudiantes encuestados dice tener interés en aprender a identificar las fake news, lo que deja en claro que quizás los educandos no profundizan sobre este en los cursos.

Cuando un ser pierde la ética y el respeto por los derechos de sus semejantes, puede ocasionar daños a sus entornos y contextos. Por eso la invitación que esta investigación hace a los seres humanos es a dar utilidad a los sentidos, a informarse con seriedad y disciplina. A los



académicos solo resta decirles que el ejemplo y la virtud está en las acciones y el aprendizaje en las letras y los compendios cargados de saber.

Los diferentes medios informativos que trabajan con objetividad deberían generar campañas de educación y concientización dirigidas a la población sobre esta problemática para que de esta forma se ayude a evitar la difusión masiva de fake news. De la misma manera, se hace necesario que estos canales de comunicación tomen mayor protagonismo cuando se presentan casos de noticias falsas y la suplantación de alguno de sus periodistas, como ha ocurrido en ciertas ocasiones.

Finalmente, la importancia de seguir investigando sobre el tema que ataca a todos los sectores de una sociedad como lo colombiana, que se ha venido acostumbrado a la mentira, el engaño y el miedo al momento de tomar decisiones trascendentales. Las fake news son una realidad que no solo los medios, la academia y el Estado deben contrarrestar, lo debemos hacer todos y cada uno de los seres humanos en una sociedad abierta al conocimiento.

## Referencias

- Alonso, M. y García Orta, MJ. (2015). Noticias falsas en Internet: difusión viral a través de las redes sociales. En Livro de Atas do IV COBCIBER. Oporto: Observatorio de Ciberjornalismo.
- Baidez G. Jessica E. (2018). *Fake News y ciber medios nacionales. Casos: El País, El Confidencial, El Diario y Maldita* (Tesis de pregrado). Universidad complutense de Madrid, Madrid, España.
- Berlo (1984). La Comunicación. Recuperado de. <https://caig-fip.blogspot.com/2015/01/la-comunicacion.html>
- Blazquez, M. (2018). *The problem of fake news: Countermeasures and detection*. Dpto. Biblioteconomía y Documentación. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de: <http://eprints.rclis.org/33171/1/fakeNews-2018-mblazquez-mexico-FINAL.pdf>
- Brouillette M., Renner R., (2020). *¿Por qué se hacen virales las noticias falsas sobre los orígenes de la COVID-19?* National Geographic.  
<https://www.nationalgeographic.es/ciencia/2020/09/por-que-se-hacen-virales-noticias-falsas-sobre-origenes-covid-19>
- Buitrago, J. (2020). *El poder de las fake news (Tesis de especialización)*. Corporación Universitaria Minuto de Dios, Bogotá, Cundinamarca.
- Caeiro, S. (23 de junio de 2020). openaccess.uoc.edu. Obtenido de openaccess.uoc.edu:  
<http://hdl.handle.net/10609/121946>
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración*, Séptima Edición, de McGraw-Hill Interamericana, Pág. 110.

De Backer F. (2019). *Posverdad y fake news: propaganda y autoritarismo en el siglo XXI* (Tesis de posgrado). Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid, España.

Dulzaides Iglesias M. y Molina Gómez A. (2004). *Análisis documental y de información: dos componentes de un mismo proceso*

EcuRed. *El Espectador* (periódico de Colombia. Recuperado de:

[https://www.ecured.cu/El\\_Espectador\\_\(peri%C3%B3dico\\_de\\_Colombia\)](https://www.ecured.cu/El_Espectador_(peri%C3%B3dico_de_Colombia))

En TIC confío. (2020). *¿Por qué las noticias falsas también son un riesgo real?*

<https://www.enticconfio.gov.co/por-que-las-noticias-falsas-tambien-son-un-riesgo-real>

El Espectador . (2020). *¿Es el Tocilizumab, un medicamento contra la artritis, una posible cura para el coronavirus?* Obtenido de <https://www.elespectador.com/coronavirus/es-el-tocilizumab-un-medicamento-contra-la-artritis-una-posible-cura-para-el-coronavirus-articulo-908891/>

El Espectador . (2020). *El audiomensaje de Rodolfo Llinás sobre coronavirus es falso.* Obtenido de <https://www.elespectador.com/coronavirus/el-audiomensaje-de-rodolfo-llinas-sobre-coronavirus-es-falso-articulo-908338/>

El Espectador . (2020). *Información falsa tiene impacto negativo en velocidad de reacción ante coronavirus.* Obtenido de <https://www.elespectador.com/noticias/salud/infodemia-la-desinformacion-durante-el-coronavirus/>

El Espectador . (2020). *La ONU no brinda ayuda por coronavirus a cambio de dinero ni pide datos por internet.* Obtenido de <https://www.elespectador.com/coronavirus/falso-la-onu-no-brinda-ayuda-por-coronavirus-cambio-de-dinero-ni-pide-datos-por-internet-articulo-910750/>

El Espectador . (2020). *Las nuevas mentiras que circulan sobre el coronavirus, ¿usted cayó en alguna?* Obtenido de <https://www.elespectador.com/coronavirus/las-nuevas-mentiras-que-circulan-sobre-el-coronavirus-usted-cayo-en-alguna-articulo-909634/>

El Espectador . (2020). *Supuesto cierre de servicios de salud ordenado por el ministerio.* Obtenido de <https://www.elespectador.com/coronavirus/otra-noticia-falsa-supuesto-cierre-de-servicios-de-salud-ordenado-por-el-ministerio-articulo-909764/>

El Espectador . (2020). *Tomar metanol para el coronavirus, la falsa creencia que ha matado a más de 300 iraníes.* Obtenido de <https://www.elespectador.com/coronavirus/tomar-metanol-para-el-coronavirus-la-falsa-creencia-que-ha-matado-mas-de-300-iranies-articulo-911947/>

s. (s.f.).

Fernandez, F. (2020). *Communication and fake news in relation to COVID-19: some reflections on information, disinformation and proposals for improvement.* REVISTA ESPAÑOLA DE COMUNICACIÓN EN SALUD 2020, Suplemento 1, S253-S264. Recuperado de: <https://doi.org/10.20318/recs.2020.5375>

Flórez, D., Morales, F., Pereira, M., Quiroga, Y., Ahumada J., Solano M., (2018) *Manipulación social como consecuencia de la difusión de información falsa a través de medios clásicos y alterativos* (Tesis de pregrado). Universidad Autónoma de Bucaramanga, Bucaramanga, Santander.

García M, Ibáñez J, Alvira F. *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación.* Madrid: Alianza Universidad Textos, 1993; p. 141-70.

- García, N. (2017). *Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática*. Revista Nueva Sociedad No 269, mayo-junio de 2017, ISSN: 0251-3552. Recuperado de:  
<https://biblat.unam.mx/hevila/Nuevasociedad/2017/no269/8.pdf>
- González, M. (2019). *Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información*. ÁMBITOS. REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN N°. 45. (2019) | © UNIVERSIDAD DE SEVILLA ISSN: 1139-1979 | E-ISSN: 1988-5733 N° DOI. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.12795/ambitos>
- Hernández Sampieri R, Fernández Collado C, Baptista Lucio P., (2003). *Metodología de la investigación*.
- López-Borrull, Alexandre; Vives-Gràcia, Josep; Badell, Joan-Isidre (2018). “*Fake news, ¿amenaza u oportunidad para los profesionales de la información y la documentación?*”. El profesional de la información, v. 27, n. 6, pp. 1346-1356. Recuperado de:  
<https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.17>
- Mendoza Miguel A. (2020). *Fake news y sus riesgos en tiempos de COVID-19*. Welivesecurity.com. <https://www.welivesecurity.com/la-es/2020/07/02/fake-news-riesgos-covid-19/>
- Media Ownership Monitor. (S.f). *Impresos*.  
<https://colombia.mom-rsf.org/es/media/impresos/>
- Ministerio de Salud. (2020). *¿Qué es el coronavirus?* Recuperado de:  
<https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/PET/Paginas/Covid->
- Montesi, M. (2020). *Las fake news sobre el COVID-19: ¿qué aprendemos de ellas?* Facultad de Ciencias de la Documentación. Universidad Complutense de Madrid. Grupos de investigación: Politecom; Biblioteca y Sociedad. Recuperado de:

[http://eprints.rclis.org/39894/1/Las%20fake%20news%20sobre%20el%20COVID-19\\_%20Qu%C3%A9%20aprendemos%20de%20ellas.pdf](http://eprints.rclis.org/39894/1/Las%20fake%20news%20sobre%20el%20COVID-19_%20Qu%C3%A9%20aprendemos%20de%20ellas.pdf)

Monzón, C. (04 de 02 de 2001). unisabana.edu.co. Obtenido de unisabana.edu.co:

<https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/360/501>

Oberiri Destiny Apuke and Bahiyah Omar, *Telematics and Informatics*. Recuperado de:

<https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101475>

Pérez-Dasilva, Jesús-Ángel; Meso-Ayerdi, Koldobika; Mendiguren-Galdospín, Terese (2020).

*“Fake news y coronavirus: detección de los principales actores y tendencias a través del análisis de las conversaciones en Twitter”*. *El profesional de la información*, v. 29, n. 3, e290308. Recuperado de: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.08>

Ramos S. (2019). *La batalla contra las noticias falsas* (Tesis de pregrado). Pontificia

Universidad Javeriana, Bogotá, Cundinamarca.

Redalyc.org. (04 de 02 de 2001). Obtenido de redalyc.org:

<https://www.redalyc.org/pdf/649/64900401.pdf>

Rendón, M & Salas, R. (2019). *El papel de las plataformas digitales y los verificadores de información en la difusión de fake news*. Universidad Jorge Tadeo Lozano.

Especialización en Periodismo Digital. Bogotá D.C. Recuperado de:

<https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/7895/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rendón, M., Salas, R. (2019) *El papel de las plataformas digitales y los verificadores de información en la difusión de fake news*. Universidad Jorge Tadeo Lozano, Bogotá, Cundinamarca.

Respetoeduca. Comunicación Consciente. Tomado de: <https://www.respetoeduca.es/la-comunicacion/>

Rojas, A. S. (23 de abril de 2010). Revista de Ciencias Sociales. Obtenido de Revista de Ciencias Sociales: <https://www.redalyc.org/pdf/708/70817741003.pdf>

Semana . (2020). *El video que Facebook y YouTube eliminaron por propagar mentiras sobre covid-19*. Obtenido de <https://www.semana.com/on-line/tecnologia/articulo/facebook-y-youtube-eliminaron-video-que-propaga-mentiras-sobre-el-coronavirus/670772/>

Semana . (2020). *No es cierto que niño hindú predijera el coronavirus: Poynter Institute*. Obtenido de <https://www.semana.com/vida-moderna/articulo/la-verdad-sobre-el-video-de-nino-hindu-que-predijo-el-coronavirus/677892/>

Semana. (2020). *Clave para identificar noticias falsas*. Obtenido de <https://www.semana.com/actualidad/articulo/el-nivel-de-inteligencia-emocional-seria-clave-para-identificar-noticias-falsas/202142/>

Semana. (2020). *Cinco noticias falsas sobre el coronavirus en Colombia y recomendaciones para no caer en ellas*. Obtenido de <https://www.semana.com/nacion/articulo/coronavirus-noticias-falsas-en-colombia-sobre-el-brote/660277/>

Semana. (2020). *Justo & Bueno denuncia falsos anuncios por WhatsApp*. Obtenido de <https://www.semana.com/empresas/confidencias-on-line/articulo/justo--bueno-dice-que-son-falsos-anuncios-de-supuestos-bonos/283512/>

Semana. (2020). *La falsa noticia de un kit de medicinas contra el coronavirus*. Obtenido de <https://www.semana.com/nacion/multimedia/kit-de-medicinas-contra-el-coronavirus-es-falso-noticias-hoy/686257/>

Semana. (2020). *Tras prometer curar la covid-19 con besos, hombre contagió a 20 personas y murió*. Obtenido de <https://www.semana.com/mundo/articulo/coronavirus-mundo-hombre-prometio-curar-virus-con-besos-y-contagio-a-20-personas/679870/>

Silva, A. S. (23 de 02 de 2020). ciencia.lasalle.edu.co. Obtenido de ciencia.lasalle.edu.co: [https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1027&context=recurso\\_bibliograficos](https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1027&context=recurso_bibliograficos)

TURBAY, D. (2015). *Historia de El Espectador*. Bogotá.

UNESCO. (2020). *La discriminación y el estigma relacionados con el COVID-19: ¿un fenómeno mundial*. Recuperado de: <https://es.unesco.org/news/discriminacion-y-estigma-relacionados-covid-19-fenomeno-mundial>

Wikipedia. (S, f). *Universidad de Pamplona*. Obtenido de: [https://es.wikipedia.org/wiki/Universidad\\_de\\_Pamplona](https://es.wikipedia.org/wiki/Universidad_de_Pamplona)



# Anexos

## Anexo A. Fake news a analizar

### Artículos del espectador



Fuente: <https://www.elespectador.com/coronavirus/tomar-metanol-para-el-coronavirus-la-falsa-creencia-que-ha-matado-mas-de-300-iranies-articulo-911947/>



Fuente: <https://www.elespectador.com/coronavirus/las-nuevas-mentiras-que-circulan-sobre-el-coronavirus-usted-cayo-en-alguna-articulo-909634/>



Fuente: <https://www.elespectador.com/coronavirus/otra-noticia-falsa-supuesto-cierre-de-servicios-de-salud-ordenado-por-el-ministerio-articulo-909764/>



Fuente: <https://www.semana.com/vida-moderna/articulo/la-verdad-sobre-el-video-de-nino-hindu-que-predijo-el-coronavirus/677892/>



Fuente: <https://www.semana.com/nacion/multimedia/kit-de-medicinas-contra-el-coronavirus-es-falso-noticias-hoy/686257/>



Fuente: <https://www.semana.com/mundo/articulo/coronavirus-mundo-hombre-prometio-curar-virus-con-besos-y-contagio-a-20-personas/679870/>



Fuente: <https://www.semana.com/empresas/confidencias-on-line/articulo/justo--bueno-dice-que-son-falsos-anuncios-de-supuestos-bonos/283512/>

**Revista Semana** ✓

13 de julio de 2020 · 🌐



Leonardo Arregocés Castillo, director de Medicamentos y Tecnologías de Salud del Ministerio de Salud, advirtió sobre el peligro del consumo de estos medicamentos en las combinaciones y cantidades propuestas en los kit y los riesgos de automedicarse.



SEMANA.COM

**Ojo: no caiga en la 'fake news' sobre supuesto kit de medicinas contra covid-19** 85

44 comentarios 44 veces compartido

 Me gusta Comentar Compartir



El Espectador

31 de marzo de 2020 ·



El Espectador hizo un recuento de las "fake news" que han logrado ser identificadas y desmentidas, para evitar que el pánico sea un enemigo más en la lucha contra el coronavirus.



ELESPECTADOR.COM

Las falsas noticias sobre el COVID-19 que se extienden a la par de la pandemia

120

22 comentarios 90 veces compartido

Me gusta

Comentar

Compartir





Revista Semana ✓

3 de abril de 2020 · 🌐



#SemanaNoticias | ¿Cayó usted en estas fake news del covid-19? Esta nota le puede ayudar mucho para identificar las informaciones que por días de cuarentena se hacen virales en la red.

Video:



SEMANA.COM

### Noticias falsas más comunes del covid-19: identifíquelas ya

En medio de la pandemia llega mucha información relacionada con el coronaviru...



25

2 comentarios 5 veces compartido