



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**

**COMUNICACIÓN SOCIAL**

**MODALIDAD PRESENCIAL**



**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE  
GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO  
EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

**"FAKE NEWS" EN REDES SOCIALES DURANTE LA PANDEMIA: ANÁLISIS  
COMPARATIVO FACEBOOK Y WHATSAPP, CANTÓN ALFREDO BAQUERIZO  
MORENO**

**AUTOR:**

**PILAR IRMA AGUIRRE DELGADO**

**TUTOR:**

**MSC. MANUEL ELIAS PIEDRAHÍTA AGUIRRE**

**BABAHOYO - ECUADOR**

**2020**

## RESUMEN

Las plataformas digitales como Facebook y WhatsApp se han convertido en un canal de distribución de información falsa, en tiempos de pandemia esta información se convierte un verdadero problema debido a que puede generar caos, pánico y hasta la muerte. Por ende, el objetivo de este estudio se centra en analizar de manera comparativa la credibilidad que le otorgaron los habitantes del cantón Alfredo Baquerizo Moreno de la provincia del Guayas, durante la pandemia a las noticias falsas difundidas de las mencionadas plataformas, para determinar los elementos que inciden en difusión de la información no verificada. El sujeto de estudio fueron los mencionados habitantes que oscilan entre los de 25 a 50 años, para la obtención de los resultados en este estudio se aplicó la modalidad cualitativa y cuantitativa por medio de las técnicas de encuesta y observación directa. En conclusiones se detectó que las personas le restan importancia a los elementos que se deben identificar para verificar y contrastarlas noticias falsas.

**Palabras clave:** Noticias falsa, fake news, bulos, Facebook, WhatsApp, pandemia, coronavirus, covid-19.

## Abstract

The digital platforms as Facebook and WhatsApp have turned into a distribution channel of false information, into pandemic times this information turns a real problem because it can generate chaos, panic and up to the death. Hence the target of this study centers on analyzing in a comparative way the credibility that there granted him the inhabitants of the canton Alfredo Baquerizo Moreno of the province of the Guayas, during the pandemic to the widely used false news about the mentioned platforms, to determine the elements that affect in not verified information dissemination. The study subject there were the mentioned inhabitants who range between those from 25 to 50 years, for the securing of the results in this study the qualitative and quantitative form was applied by means of the skills of survey and direct observation. In conclusions it was detected that the persons deny importance of the elements that owe they identify to verify and to confirm false news.

**Keywords:** Fake news, fake news, hoaxes, Facebook, WhatsApp, pandemic, coronavirus, covid-19.

## ÍNDICE GENERAL

<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>II. DESARROLLO</b> .....	2
<b>2.1. JUSTIFICACIÓN</b> .....	2
<b>2.2. OBJETIVO</b> .....	3
<b>2.3. SUSTENTOS TEORICOS</b> .....	3
<b>2.4. TÉCNICAS APLICADAS</b> .....	12
<b>2.5. RESULTADOS OBTENIDOS</b> .....	13
<b>III. CONCLUSIONES</b> .....	18
<b>IV. RECOMENDACIONES</b> .....	20
<b>V. BIBLIOGRAFÍA</b> .....	22
<b>VI. ANEXOS</b> .....	24

## INDICE DE TABLA

<b>Tabla 1.</b> Género de los encuestados .....	25
<b>Tabla 2.</b> Edad de los encuestados.....	25
<b>Tabla 3.</b> Sector de residencia de los encuestados.....	25
<b>Tabla 2.</b> Recepción de noticias falsas .....	26
<b>Tabla 3.</b> Plataforma de recepción de noticias falsas .....	26
<b>Tabla 4.</b> Tipología de noticias falsas recibidas .....	27
<b>Tabla 5.</b> Frecuencia de verificación de noticias falsas .....	27
<b>Tabla 6.</b> Frecuencia en que pone alerta de las noticias falsas .....	28
<b>Tabla 7.</b> Elementos de identificación de noticias falsas.....	28

## INDICE DE GRÁFICO

<b>Gráfico 1.</b> Desorden de la información .....	8
<b>Gráfico 3.</b> Centro de Información sobre el coronavirus (COVID-19).....	14
<b>Gráfico 4.</b> Restricción de WhatsApp de reenvió.....	14
<b>Gráfico 5.</b> Resultados obtenidos - plataforma de verificación de información covid 19.....	15

## I. INTRODUCCIÓN

El presente caso de estudio analiza la credibilidad que le otorgaron los habitantes del cantón Alfredo Baquerizo Moreno, durante la pandemia a las noticias falsas difundidas en la plataforma WhatsApp y Facebook, para determinar los elementos que inciden en difusión de la información no verificada. El enfoque de este caso se centra en la línea de investigación de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, sobre el periodismo investigativo sustentable aplicado a nuevas tecnologías, relacionado en la sub-línea de la comunicación digital.

Las *fake news* (noticias falsas) es un contenido creado maliciosamente para dañar o beneficiar a una persona, grupo social, organización o país, que causa pánico y caos en la sociedad, por ende, este estudio está pensado en identificar los elementos que inciden en difusión de la información no verificada, para de esta manera aportar con recomendaciones que ayuden a combatir esta información.

Para obtención de los resultados la modalidad aplicada dentro de este estudio fue de carácter cualitativo y cuantitativo, por medio de la investigación descriptiva, exploratoria y documental, apoyado en la técnica de observación y encuesta. El sujeto de estudio fueron los habitantes del cantón Alfredo Baquerizo Moreno de la provincia del Guayas, que oscilan entre los de 25 a 50 años de edad y utilizan las plataformas digitales de Facebook y WhatsApp.

Los limitantes encontrados a lo largo del desarrollo de este estudio fueron los pocos estudios relacionados a las *fake news* en tiempos de pandemia en las plataformas de Facebook y WhatsApp, puesto que este es un tema que surgió a finales del año 2019.

## II. DESARROLLO

### 2.1. JUSTIFICACIÓN

Las *fake news* o noticias falsas se han convertido en un problema dentro del periodismo, al momento de discernir la verosimilitud de dicha información, puesto que las nuevas tecnologías ayudan a que el rumor aumente, ya que los factores que se ponen en juego son la fuente oculta, el anonimato y la velocidad de difusión de la misma.

En la actualidad, el mundo atraviesa por una crisis sanitaria causada por el Covid-19, pandemia que reúne diariamente información masiva debido al impacto que esta ha causado a nivel mundial. Redes sociales como Facebook y WhatsApp, albergan un cúmulo de noticias no verificadas la cual representan una amenaza al periodismo serio, puesto que cuando la desinformación se repite y se amplifica capta una gran influencia sobre la sociedad que puede causar que los temores e incertidumbre crezcan.

Actualmente, se ha visto desinformación desde los orígenes del covid 19, las curas “no comprobadas”, las medidas preventivas entre otros temas relacionados, por ende, dentro de este estudio surge la necesidad de estudiar las *fake news* en redes sociales Facebook y WhatsApp durante la pandemia, a través de un análisis comparativo sobre el nivel de credibilidad que le otorgaron los habitantes de cantón Alfredo Baquerizo Moreno, a esta información.

El aporte de este estudio se centra en el desarrollo del conocimiento sobre los principales elementos que inciden en la credibilidad de las noticias falsas en tiempos de crisis sanitaria, además de la búsqueda de la instrucción al público sobre la importancia de la verificación de

la noticia. Este proyecto tiene como propósito, beneficiar a la sociedad y ayudarles a ser conscientes a la hora de difundir contenido.

## **2.2. OBJETIVO**

Analizar de manera comparativa la credibilidad que le otorgaron los habitantes del cantón Alfredo Baquerizo Moreno, durante la pandemia a las noticias falsas difundidas en la plataforma WhatsApp y Facebook, para determinar los elementos que inciden en difusión de la información no verificada.

## **2.3. SUSTENTOS TEÓRICOS**

Dentro de este estudio se tratará sobre las noticias falsas o *fake news* en redes sociales durante la pandemia, por ende, es importante antes de conocer las teorías científicas, detallar los antecedentes sobre la pandemia causada por el Covid-19 hasta la actualidad.

Según detalles de la OMS (Organización Mundial de la Salud) publicados en su portal oficial, la pandemia del covid-19, surgió de un extenso grupo de coronavirus, los mismo que causan enfermedades en los animales y humanos, según la OMS (2019) “se sabe que varios coronavirus causan infecciones respiratorias que pueden ir desde el resfriado común hasta enfermedades más graves como el síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS) y el síndrome respiratorio agudo severo (SRAS)”.

Tras su propagación por Latinoamérica a inicios del 2020, en el Ecuador el 29 de febrero se conoció el primer caso reportado de esta enfermedad, por parte del Ministerio de Salud Pública



(MSP), la cual se trataba de paciente Ortiz (2020): “que estuvo radicada por poco tiempo en España, en la localidad madrileña de Torrejón de Ardoz (uno de los focos con varios contagios)”.

## **Redes sociales**

Las redes sociales están formadas por grupos de personas, las cuales se unen por interés en comunes, dentro de esta investigación se hablará de las plataformas WhatsApp y Facebook por ende para tener claro sus características a continuación se detallará cada una de ellas.

- **Facebook**

Facebook es la principal red social que existe en el mundo. Una red de vínculos virtuales, cuyo principal objetivo es dar un soporte para producir y compartir contenidos. Llegó para ampliar las posibilidades de relación social y causó una revolución sensible en el mundo de las comunicaciones. (Gonçalves, 2020)

- **WhatsApp**

Desde su irrupción en el año 2009, WhatsApp ha supuesto una genuina revolución en el concepto de servicio de mensajería móvil para Smartphone (aunque también puede usarse en ordenadores y tabletas). Con más de 1.500 millones de usuarios activos a fecha de 2018 y propiedad de Facebook desde 2014 (que pagó la nada desdeñable cifra de 19 mil millones de dólares), WhatsApp es una de las aplicaciones móviles más usadas del planeta, hasta el punto que muchos usuarios no conciben ya sus vidas sin este. (Ramos, 2018)

En particular, las redes sociales han funcionado como canales para desmentir a las autoridades, contradecir o cuestionar expertos, y acrecentar una sensación de alarma en la comunidad. La constante transmisión de conceptos complejos y altamente técnicos (tales como “aplanar la curva”, “distancia social”, “uso correcto de mascarillas”, “carga viral”, “falso negativo” entre otros), sumado a un tono muchas veces alarmista o destructivo, se alejan de las buenas prácticas de la comunicación de riesgo en salud. (Fernández González & Bravo Valenzuela, 2020)

## **La comunicación y las redes sociales**

La comunicación a través de las redes sociales permite a los usuarios establecer conexión comunicativa en donde, según el artículo de “Comunicación en las redes sociales” escrito por la investigadora en comunicación Rodríguez (2020) estas son:

Asociaciones de partes interesadas en pro de un objetivo común acordado a través de la participación y colaboración mutuas. Se sustenta en una vinculación horizontal de corresponsabilidad de cada miembro o nodo para que se respete lo acordado y se alcancen las metas y objetivos establecidos.

En donde, según la misma autora Rodríguez (2020) estas se clasifican por medio de las necesidades “atendiendo a: 1) los objetivos que persiguen, 2) la índole de miembros asociados que las componen, 3) su grado de formalidad, y 4) el ámbito geográfico en que actúan”.

Uno de los hechos más importantes, que ha sido posible a partir de este fenómeno, es la facilidad de estar informados, lo cual ha hecho que los medios digitales emerjan a esta red y a su vez, los usuarios sean partícipes de esta información, siendo esta una comunicación bidireccional.

## **Fake new (noticias falsas) o bulos**

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. 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. En la medida en que grandes proporciones de la población se informan en las redes, estas cuestiones tienen consecuencias políticas muy directas, como se vio en varios sucesos recientes. (Fernández-García, 2017)

Son bulos, en suma, todos aquellos contenidos falsos que alcanzan difusión pública, fabricados intencionadamente por múltiples motivos, que pueden ir desde la simple broma o parodia, hasta la controversia ideológica, pasando por el fraude económico. Sus límites siempre son difusos. Afirmar que todo mensaje falaz con visibilidad pública es un bulo premeditado supone hacer un juicio de intenciones; a saber, que el emisor ha difundido esa mentira a sabiendas. La realidad es más compleja pues, a veces, la difusión pública de contenidos falsos se debe a otros motivos, como inadvertidas exageraciones, malinterpretaciones o simples confusiones (Salaverría, y otros, 2020)

Actualmente la UNESCO, publicó un libro sobre “Periodismo, “noticias falsas” y desinformación: manual de educación y capacitación en periodismo” en donde detalla que el termino *fake news* se debe evitar y remplazarlo por “desordenes informativos” puesto que según Ireton & Posetti (2020) “la frase es inherentemente vulnerable a ser politizada y utilizada como un arma contra la industria de las noticias, como una forma de socavar los reportes que no gustan a las personas en el poder. En cambio, recomienda utilizar los términos información errónea y desinformación”.

El periodismo basado en hechos en los últimos años ha sido juzgado por su calidad, impacto y credibilidad, puesto que la lucha de la UNESCO ante este suceso se ha visto reflejada en la realización de campañas contra la desinformación, en donde a través de un manual se expresa como la tecnología digital y las plataformas sociales pueden ser conductos del desorden de la información, asimismo se detallan como se clasifica la desinformación, las cuales son las siguientes:

- **Desinformación (disinformation):** información falsa y creada deliberadamente para dañar a una persona, grupo social, organización o país
- **Información errónea (misinformation):** información que es falsa pero que no se creó con la intención de causar daño.
- **Mala información (mal-information):** información basada en la realidad, utilizada para infligir daño a una persona, grupo social, organización o país. (Ireton & Posetti , 2020)

En cuanto a la teoría expuesta anteriormente, a continuación, se detalla cómo se produce el desorden de la información según su naturaleza o intención (Ver figura 1)



**Gráfico 1.** Desorden de la información

Fuente: Libro “Periodismo, 'noticias falsas' y desinformación: un manual para la educación y formación en periodismo”

## Verificación de noticias

Las noticias falsas están diseñadas para sacar un beneficio a causa de la persuasión que están logran en las personas. El alcance de los bulos es causado por el gran nivel de distribución y de interacción que este tiene, siendo esto una gran amenaza de credibilidad para los medios serios.

Los medios de comunicación, además de ser "el cuarto poder" y ofrecer un servicio básico a una sociedad que necesita estar bien informada para poder vivir en democracia, también son un negocio. Un negocio que busca rentabilidad, muchas veces a costa de ser los primeros en publicar la noticia. La exclusiva vende y tenerla obliga a los periodistas a trabajar rápido. Más

si cabe en la era de la inmediatez en la que vivimos cuando la sociedad se entera antes de lo que ha pasado por Twitter que por los propios medios de comunicación. (ReasonWhy, 2018)

En base a la teoría antes expuesta, es importante citar al periodista Gabriel García Márquez, quien expreso que “la primicia no se logra cuando se publica antes un hecho, sino cuando este se cuenta de la manera correcta”. Siendo, este un gran reto para el profesional en tiempos de inmediatez.

De acuerdo a la problemática que trae consigo las noticias falsas los organismos internacionales como la “Federación Internacional de Archivos Bibliográficos” ha dispuesto Según artículo de Wong (2019) pasos para identificar las fake news y evitar compartirlas en donde primero: “Hay que verificar la fuente de las noticias, que sea un medio de comunicación confiable con un nombre y una trayectoria consolidada”.

Segundo Wong (2019): “ verificar el dominio y URL de la página que estás consultando. Hay agencias que utilizan el nombre de grandes medios de comunicación, pero estos tienen que usar direcciones web con variaciones en su redacción, por eso tendrás que verificarlo minuciosamente.

Tercero, Wong (2019) estudiar el sitio web accedido, debido a que: “Los medios de comunicación confiables suelen tener una sección en donde presentan su misión y su visión, además de su organigrama y dirección física, y los sitios falsos suelen carecer de esto, o explican su origen inverosímil o satírico”.

Cuarto, observar si otros medios de comunicación difunden la misma información, para ello según Wong (2019) se puede “utilizar el servicio de Google Noticias, poniendo el titular o

palabras claves sobre el tema; Google solamente mostrará los resultados que provengan de fuentes verificadas.

Quinto, se recomienda leer el cuerpo del texto con el objetivo de identificar la construcción ortográfica y gramatical, puesto que Wong (2019) : “los medios de comunicación oficiales suelen tener a editores que no permiten errores”. Asimismo, la guía explica que se debe ver “si la noticia contiene alguna fuente o estadística oficial, si solamente utiliza adjetivos y hace conjeturas, probablemente sea falsa”

### **La desinformación en tiempos de crisis sanitaria por covid 19**

La información es un recurso fundamental para los ciudadanos en nuestra sociedad. Es un mecanismo valioso para orientar a las personas, especialmente en situaciones altamente complejas como la generada por la pandemia del Covid-19. En este sentido, es una herramienta que puede ayudar a reducir la incertidumbre y la ansiedad, o, por el contrario, a aumentar el pánico y el caos. (Casero-Ripollés, 2020)

La información sobre una nueva enfermedad es masiva y cambiante, puesto que su comportamiento, cura o vacuna se encuentra en estudios. Las personas muchas veces se dejan llevar por el contenido de las noticias, al ser causante de una reacción emocional que alienta a solucionar los problemas o calmar la ansiedad, trayendo consigo la credibilidad de este contenido, saltándose pasos importantes de identificación de información falsa, haciéndolo reenviar a sus allegados.

En base a este hecho, la Organización Naciones Unidas (2020) por medio de Guy Berger, director de Políticas y Estrategias sobre Comunicación e Información de la UNESCO, y uno de los principales expertos de esa agencia de la ONU en materia de desinformación: “explica que las falsedades relacionadas con todos los aspectos de COVID-19 se han convertido en algo común”.

Puesto que este tema es usado para obtener beneficios o hacer daños a una organización, país o grupo social, en donde lo más temido es que cualquier falsedad gane fuerza y anule la importancia de la comunicación basada en hechos verdaderos. Asimismo, ONU (2020) detalla que: "Cuando la desinformación se repite y amplifica, incluso por personas influyentes, existe el grave peligro de que la información basada en hechos verdaderos, termine teniendo un impacto marginal".

La problemática de la desinformación aumenta considerablemente cuando suceden hechos que por su significación se tornan globales. Entonces la participación masiva de cibernautas con diferentes puntos de vista e intencionalidades se hace presente, y se crean cadenas de transmisión de mensajes que contienen información con diferentes características y niveles de credibilidad. (de las Mercedes Fernández Valdés, 2020)

Por lo antes expuesto, este es un fenómeno usual, sin embargo, en tiempos de pandemia este puede generar mayores problemas en las personas. Uno de los peligros de la desinformación es la inmediatez de la noticia, el nivel de credibilidad otorgado y la difusión masiva, siendo una problemática que, aunque se rectifique, esta siembra dudas y no garantiza que todos lo que la hayan recibido la noticia falsa, obtengan a tiempo la información correcta.



## 2.4. TÉCNICAS APLICADAS

La metodología aplicada dentro de esta investigación es de carácter cualitativa y cuantitativa a través de métodos inductivos y deductivos. En donde el método inductivo sirvo para analizar de manera comparativa el nivel de credibilidad otorgada a las noticias falsas difundidas en la plataforma WhatsApp y Facebook, mientras que el método deductivo ayudo a determinar los elementos que influyen en la difusión de esta información.

### **Tipo de investigación**

**Investigación Diagnóstica:** A través de la investigación diagnostica, se pudo examinar las características en común que hace que los habitantes del cantón Alfredo Baquerizo Moreno, crean en noticias falsas dentro de WhatsApp y Facebook, para de esta manera identificar los elementos que se deben trabajar para combatir la difusión de la información no verificada.

**Investigación Descriptiva:** Por medio de la investigación descriptiva se estudió la población del cantón Alfredo Baquerizo Moreno de la provincia del Guayas, que utiliza la WhatsApp y Facebook, y que ha recibido noticias falsas en este medio, con la finalidad de puntualizar las características que pueden interferir en el nivel de credibilidad de los bulos.

**Investigación exploratoria:** Con la aplicación de la investigación exploratoria, se establecieron las bases teóricas dentro del tema de las *fake news* y el nivel de credibilidad del ser humano ante este tipo de información, con la finalidad de tener una visión generalizada de este tema.

**Investigación documental:** Por medio de esta investigación, se logró recolectar y revisar documentos existentes sobre las *fake news* (noticias falsas) dentro de las plataformas WhatsApp y Facebook, para de esta manera profundizar en el análisis de los resultados obtenidos dentro de este caso de estudio.

### **Técnicas aplicadas**

**Observación directa:** Mediante la aplicación de esta técnica se analizó las conductas que llevaron a que los habitantes del cantón Alfredo Baquerizo Moreno, creen en noticias falsas difundidas en la plataforma WhatsApp y Facebook.

**Encuesta:** Con la ayuda de esta técnica se obtuvo el nivel de credibilidad de noticias falsas, para luego analizarlo e interpretarlo dicha información. El sujeto de estudio fueron los habitantes del cantón Alfredo Baquerizo Moreno de la provincia del Guayas, que oscilan entre los de 25 a 50 años. El instrumento utilizado para la medición de los sucesos vividos en base a este tema, fue un cuestionario con 9 preguntas en escala Likert.

## **2.5. RESULTADOS OBTENIDOS**

Mediante la revisión de la información documentada, se detectó que las plataformas digitales de Facebook y WhatsApp, han trabajado en combatir la desinformación, de la siguiente manera:

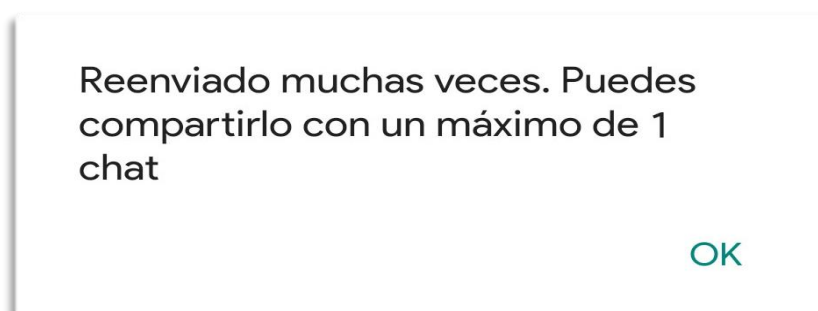
- Facebook, actualmente ha desarrollado un Centro de Información sobre el coronavirus (Covid 19), en donde se pública información actualizada y verificada

sobre el avance de la pandemia. Además, la aplicación muestra en la parte superior de la cuenta de sus usuarios una sección con información y recomendación sobre el coronavirus.




**Gráfico 2.** Centro de Información sobre el coronavirus (COVID-19)  
**Fuente:** Captura de pantalla Facebook.com

- WhatsApp a inicios del 2020 limitó la difusión de información dejándola para un solo destinatario por mensaje el reenvió de cadenas virales, todo esto como medida para mitigar la difusión de información errónea.



**Gráfico 3.** Restricción de WhatsApp de reenvió  
**Fuente:** Captura de pantalla WhatsApp

- Asimismo, haciendo una revisión a la información documentada, se detectó que la Organización de Naciones Unidas (ONU) desarrollo una plataforma digital llamada “Verified” con el objetivo de contrapesar las percepciones equivocadas y poner a la disposición información precisa y verificada y confiable sobre el covid-19. Este sitio dispone información en tres áreas: Ciencia: Para salvar vidas, Solidaridad: Para crear una comunidad en pro de la salud y ayudarse entre sí y Soluciones: Para movilizar apoyo a las comunidades más afectadas. Dentro de esta plataforma los voluntarios recibirán contenido verificado y actualizado diariamente, para ser discernidos fácilmente puesto que se muestran en un formato simple y atractivo, con la finalidad de combatir con la desinformación circulante.



The image shows a web browser window with the URL [shareverified.com/es](https://shareverified.com/es). The main heading in Spanish reads: "Conviértete en un Voluntario de la información. Comparte información que puede salvar vidas en tus redes." Below the heading is a registration form with the following fields: "Nombre" (Name), "Apellidos" (Last Name), "Dirección de correo electrónico" (Email address), and "País" (Country) which is a dropdown menu. There is a checkbox with the text: "Nos tomamos muy en serio tus datos y tu privacidad. Consulta nuestra Política de privacidad y nuestros Términos." At the bottom of the form is a button labeled "Regístrate".

**Gráfico 4.** Resultados obtenidos - plataforma de verificación de información covid 19  
**Fuente:** <https://shareverified.com/es>

Mediante la encuesta realizada a los habitantes del cantón Alfredo Baquerizo Moreno, sobre el nivel credibilidad que le otorgaron a las noticias falsas difundidas en la plataforma WhatsApp y Facebook, se detectaron los siguientes hallazgos:

- El 76% de los encuestados mencionan haber detectado las noticias falsas o “fake news” en plataformas virtuales, mientras que un 24% expresan que no.
- En cuanto al tipo de plataforma en donde han recibido información no verificada sobre la pandemia, un 69 % del público encuestado nos relata que fue en WhatsApp, en tanto un 29% nos aclara que, en Facebook, y por otro lado un 2% mencionan que les sucedo en Instagram
- La tipología de las noticias falsas recibida por los habitantes encuestados el 35% expresan que fue de Remedios caseros no comprobados, mientras que un 30% explican que fue sobre Mitos sobre los protocolos de bioseguridad; asimismo un 10% confiesa el tema más receptado fue de Medicamentos no aprobados; en cuanto a las Opiniones de científicos no citados un 6% alego haberlas recibido; por otro lado, un 19% adujo que en temas de Sucesos en base a rumores
- Para conocer el comportamiento en cuanto a la verificación de la noticia falsa recibida en la plataforma WhatsApp y Facebook, el 17% de encuestados menciona hacerlo siempre; mientras que un 27% expresa realizarlo casi siempre; asimismo un 47% manifiesta que muy pocas veces lo ejecutan; por otro lado, un 9% expresan que nunca lo hacen.

- Cuando se reconoce las noticias falsas, el 30% de los encuestados confiesan siempre poner en alerta a sus allegados; mientras que un 47% expresan hacerlo casi siempre; asimismo un 15% mencionan realizarlo muy pocas veces; mientras que un 8% nunca alertan de este tipo de contenido.
- El 26% de los entrevistados explica que la manera en que diferencia el contenido de un “fake news” sobre el de una noticia real es por medio de la sintaxis y ortografía; en tanto un 44% revela que se lo detecta por el contenido basado en supuestos; y por otro lado, un 30% anuncia que se lo identifica porque nunca se citan las fuentes.

### III. CONCLUSIONES

El presente estudio nos ha permitido obtener diversas conclusiones respecto de la tipología de la desinformación vinculada a la pandemia. En cuanto a las fuentes, dentro de este caso se detectó que los bulos muchas veces no la mantienen, debido a que esta noticia se centra en convencer a las personas que es real, por medio de la difusión masiva, puesto que cuando la desinformación se repite y amplifica, esta resta la importancia de los elementos que identifican los hechos verdaderos.

En cuanto al tipo de plataforma en donde han recibido información no verificada sobre la pandemia, se detectó que en WhatsApp se recepta mayor información de este tipo tales como: remedios caseros no comprobados y sucesos en base a rumores, seguido de Facebook en donde los temas más difundidos son: opiniones de científicos no citados y medicamentos no aprobados.

WhatsApp se ha revelado, como la plataforma donde con mayor frecuencia se desmienten las *fake news* (noticias falsas), de acuerdo a la inmediatez que esta red brinda y las restricciones de reenvío de mensajes. Por otro lado, en la red social Facebook la difusión de contenidos falsos es más frecuente, debido a que es una red abierta, que cuenta con perfiles o identidad falsa que alimentan la interacción y difusión de este contenido malicioso, generando confusión o persuasión en las personas.

La lucha contra la desinformación, ha logrado que plataformas de WhatsApp y Facebook implementen medidas para evitar las noticias falsas en tiempos de pandemia. En Facebook se ha añadido una pestaña como Centro de Información sobre la pandemia causada por el

coronavirus, en donde se pública información actualizada y verificada sobre el avance de la misma. En WhatsApp al ser una red cerrada, desde el 2010 se limitó la difusión de mensajes dejándola para un solo destinatario para evitar de esta manera la difusión de información falsa. En cuanto a los organismos internacionales la Organización de Naciones Unidas (ONU) ha desarrollado una plataforma digital llamada “Verified” la cual tiene como propósito crear una comunidad para poner a la disposición información precisa y verificada y confiable sobre el covid-19.



#### IV. RECOMENDACIONES

Pese a que las plataformas de WhatsApp y Facebook han implementado medidas para evitar a desinformación en tiempos de pandemia, este es un fenómeno que no se puede contrarrestar debido a que depende mucho de la credibilidad que le otorguen las personas para alimentar su difusión, por ende se debe trabajar en educar a la comunidad para no alimentar la difusión de la mencionada información.

A continuación, presentamos una guía estructurada para que los ciudadanos verifiquen las noticias falsas antes de ser difundirla o creer en ella:

- 1) Se debe leer la noticia completa, no solo el titular.
- 2) Averiguar la fuente, si esta no tiene autoría y enlaces mejor es desconfiar y no compartir.
- 3) Buscar el titular en el buscador, con la finalidad de buscar fuentes confiables que hablen de ella.
- 4) Investigar los datos que se citan.
- 5) Preguntar a la persona que difunde la información de quien lo recibió.
- 6) Si se recibe una imagen que cuenta una historia, se debe buscar a la inversa de imágenes y comprobar si otros sitios la reprodujeron, para ello se debe guardar la fotografía y subirla [\\_https://reverse.photos/\\_](https://reverse.photos/) esto permite que las personas descubran contenido relacionado con una imagen.

Puesto que no basta con que la información cite sus fuentes para creer que es real, debido a que existen noticias suplantadas que crean su propia fuente, lo cual hace más difícil detectar el engaño, por ende, el contraste de la noticia es importante.

Asimismo, se recomienda a los profesionales de la comunicación trabajar constantemente en temas que eduquen a la ciudadanía sobre la identificación de las noticias falsas, puesto que el desarrollo del conocimiento sobre los principales elementos que inciden en la credibilidad de los bulos, ayudara a combatirlo y por ende hacer más llevadero el trabajo del comunicador puesto que cuando la desinformación se alimenta, el periodismo basado en hechos tiende a tener un impacto marginal.

## V. BIBLIOGRAFÍA

Casero-Ripollés, A. (2020). Impacto del Covid-19 en el sistema de medios. Consecuencias comunicativas y democráticas del consumo de noticias durante el brote. *El profesional de la información (EPI)*, 29(2).

de las Mercedes Fernández Valdés, M. (2020). Comportamiento informacional, infodemia y desinformación durante la pandemia de COVID-19. *Anales de la Academia de Ciencias de Cuba*, 10(2), 882.

Fernández González, L., & Bravo Valenzuela, P. (2020). Expertos y redes sociales: ¿Cómo comunicarnos en tiempos de pandemia? *Revista médica de Chile*, 148, 560-561.

Fernández-García, N. (2017). Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática. *Nueva sociedad*(269).

Gonçalves, W. (3 de Marzo de 2020). *Facebook: ¿todo sobre la red social más usada en el mundo!* Obtenido de rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/facebook/>

Ireton, C., & Posetti, J. (2020). *Periodismo, “noticias falsas” y desinformación: manual de educación y capacitación en periodismo*. Obtenido de [https://en.unesco.org/sites/default/files/journalism\\_fake\\_news\\_disinformation\\_print\\_friendly\\_0\\_0.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/journalism_fake_news_disinformation_print_friendly_0_0.pdf)

OMS. (2019). *Preguntas y respuestas sobre la enfermedad por coronavirus (COVID-19)*. Obtenido de <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses>

ONU. (16 de Abril de 2020). *Noticias falsas y desinformación, otra pandemia del coronavirus*. Obtenido de Noticias ONU: <https://news.un.org/es/story/2020/04/1472922>

Ortiz, T. (29 de Febrero de 2020). La cuarentena a los familiares del caso confirmado solo se aplica desde este sábado. *Diario Expreso*. Obtenido de <https://www.expreso.ec/actualidad/cuarentena-familiares-aplica-sabado-6042.html>

Ramos, J. (2018). *Marketing con whatsApp*. XinXii.

ReasonWhy. (26 de Enero de 2018). *¿Cómo enseñan a contrastar las fuentes en la era de Internet?* Obtenido de <https://www.reasonwhy.es/reportaje/como-ensenan-contrastar-las-fuentes-en-la-era-de-internet>

Rodríguez García , A. (2020). Comunicación en las redes sociales.

Salaverría, R., Buslón, N., López-Pan, F., León, B., López-Goñi, I., & Erviti, M.-C. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19. *El profesional de la información (EPI)*, 29(3).

Wong García, A. (21 de 09 de 2019). *Cómo identificar fake news*. Obtenido de El Universal: <https://www.eluniversal.com.mx/techbit/5-pasos-para-identificar-fake-news>

## VI. ANEXOS

### Anexo 1. Población y Muestra De Investigación

#### Población

En esta investigación se adoptará como elemento la población del cantón Alfredo Baquerizo Moreno, de la provincia del Guayas, de 25 a 49 años posee una cifra de 8.137 pobladores, según el último censo ejecutado en el 2010 por el Instituto nacional de Estadística y Censo (INEC).

#### Muestra

Para realizar el cálculo de la muestra utilizaremos la fórmula de la muestra finita, en dónde se trabajó con un nivel de confianza de 91% y con un error de 9%

$$n = \frac{N * z^2 * p * q}{(n - 1) * E^2 + Z^2 * p * q}$$
$$n = \frac{17985 * 1,70^2 * 0,25}{(8137 - 1) * 0,09^2 + 1,70^2 * 0,25}$$

$$n = \frac{5948,35}{66,63}$$

$$n = 89 \text{ habitantes}$$

#### DONDE:

**N** = Tamaño de población

**Z<sup>2</sup>** = nivel de confianza

**p** = Proporción de la población

**q** = Probabilidad en contra

**e<sup>2</sup>** = nivel de error

**n**= tamaño de la muestra

## Anexo 2. Resultados de las encuestas

### Datos de los encuestados

**Tabla 1.**  
*Género de los encuestados*

Descripción	Número de personas	Porcentaje
Femenino	57	64%
Masculino	32	36%
<b>Total</b>	<b>89</b>	<b>100%</b>

A pie chart illustrating the gender distribution of the surveyed individuals. The chart is divided into two segments: a larger blue segment representing 'Femenino' at 64%, and a smaller orange segment representing 'Masculino' at 36%. A legend to the right of the chart identifies the colors with their respective gender categories.

**Tabla 2.**  
*Edad de los encuestados*

Descripción	Número de personas	Porcentaje
25-35	46	52%
36- 40	32	36%
41- 50	11	12%
<b>Total</b>	<b>89</b>	<b>100%</b>

A pie chart showing the age distribution of the respondents. The chart is divided into three segments: a blue segment for '25-35' (52%), an orange segment for '36-40' (36%), and a grey segment for '41-50' (12%). A legend below the chart maps the colors to the age groups.

**Tabla 3.**  
*Sector de residencia de los encuestados*

Descripción	Número de personas	Porcentaje
Norte	23	26%
Centro	21	24%
Sur	45	51%
<b>Total</b>	<b>89</b>	<b>100%</b>

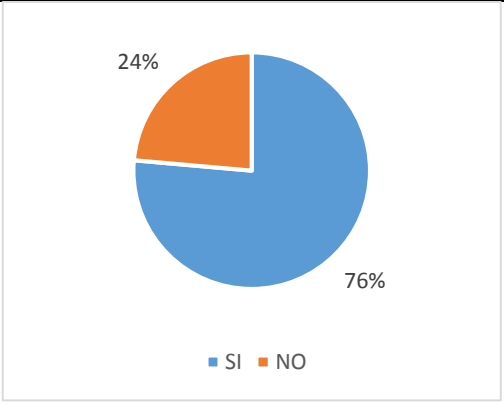
A pie chart depicting the residential sector distribution of the surveyed individuals. The chart is divided into three segments: a grey segment for 'Sur' (51%), a blue segment for 'Norte' (26%), and an orange segment for 'Centro' (24%). A legend to the right of the chart identifies the colors with the residential sectors.

## Resultados de la encuesta

1. Ha detectado noticias falsas o “fake news” en las plataformas virtuales

**Tabla 4.**  
*Recepción de noticias falsas*

Descripción	Número de personas	Porcentaje
SI	68	76%
NO	21	24%
<b>Total</b>	<b>89</b>	<b>100%</b>



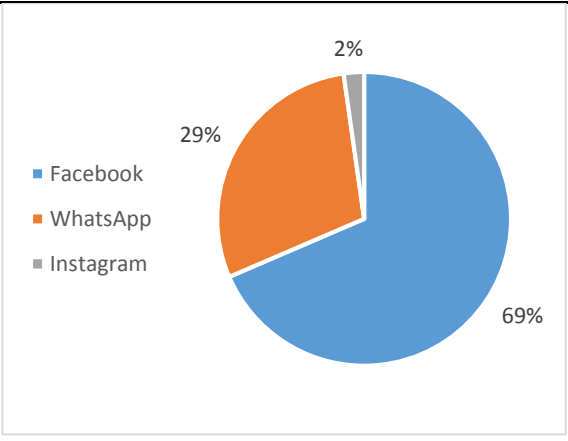
A pie chart illustrating the distribution of responses to the question 'Ha detectado noticias falsas o "fake news" en las plataformas virtuales'. The chart is divided into two segments: a large blue segment representing 'SI' (Yes) at 76%, and a smaller orange segment representing 'NO' (No) at 24%. A legend below the chart identifies the colors: blue for 'SI' and orange for 'NO'.

Elaborado por Irma Aguirre  
Fuente: Encuesta de campo

2. ¿En cuál de estas plataformas ha recibido mayor número de información no verificada sobre la pandemia?

**Tabla 5.**  
*Plataforma de recepción de noticias falsas*

Descripción	Número de personas	Porcentaje
Facebook	61	69%
WhatsApp	26	29%
Instagram	2	2%
<b>Total</b>	<b>89</b>	<b>100%</b>



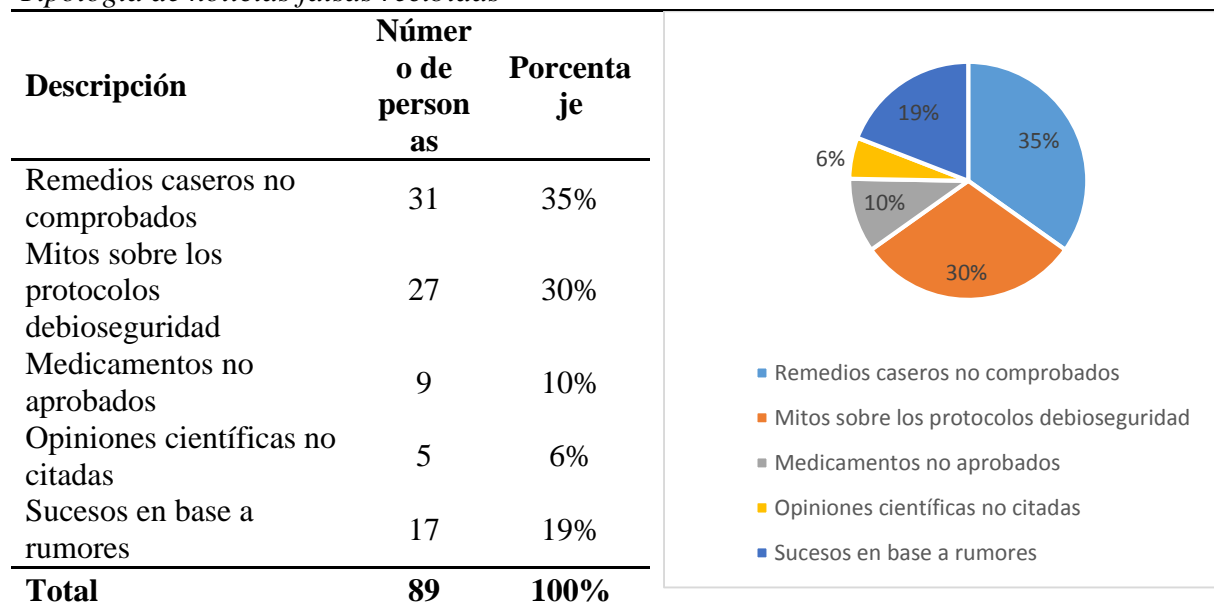
A pie chart illustrating the distribution of platforms where unverified information was received. The chart is divided into three segments: a large blue segment for Facebook at 69%, an orange segment for WhatsApp at 29%, and a very small grey segment for Instagram at 2%. A legend to the left of the chart identifies the colors: blue for Facebook, orange for WhatsApp, and grey for Instagram.

Elaborado por Irma Aguirre  
Fuente: Encuesta de campo

3. Enumere en escala del 1 al 5, ¿cuál es la tipología de las noticias falsas que recibe con mayor frecuencia en la red social WhatsApp durante la pandemia?

**Tabla 6.**

*Tipología de noticias falsas recibidas*



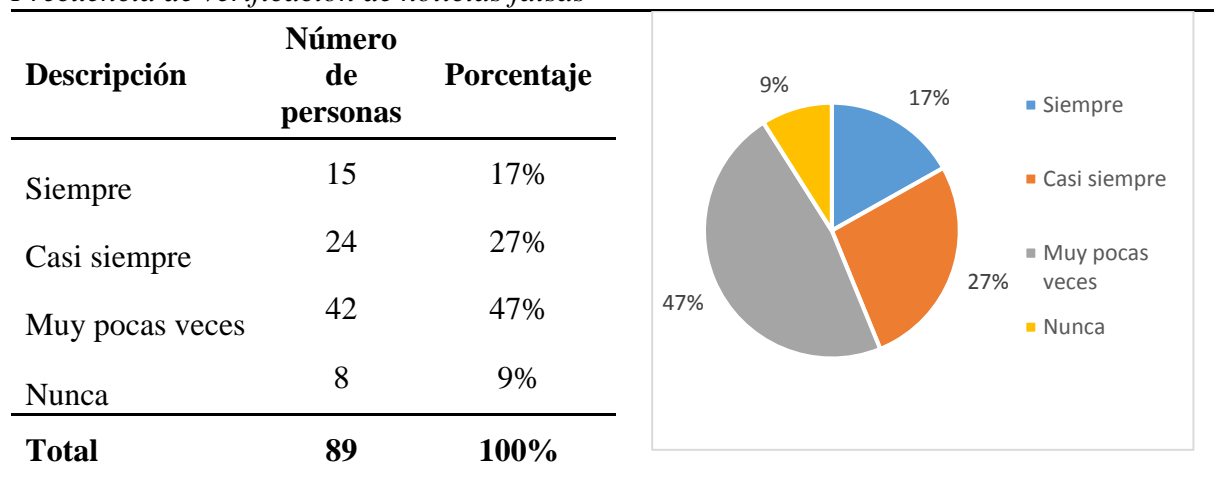
Elaborado por Irma Aguirre

Fuente: Encuesta de campo

4. Luego de recibir una noticia en la plataforma WhatsApp y Facebook, ¿usted verifica o contrasta si la información es real?

**Tabla 7.**

*Frecuencia de verificación de noticias falsas*



Elaborado por Irma Aguirre

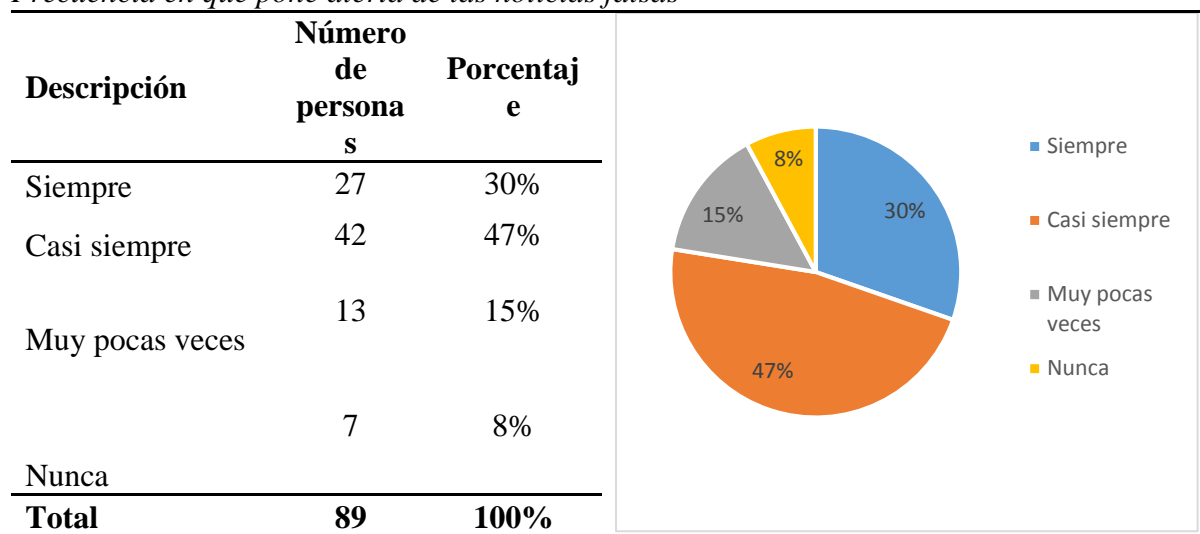
Fuente: Encuesta de campo



5. ¿Usted al reconocer las noticias falsas, pone en alerta a sus allegados?

**Tabla 8.**

*Frecuencia en que pone alerta de las noticias falsas*



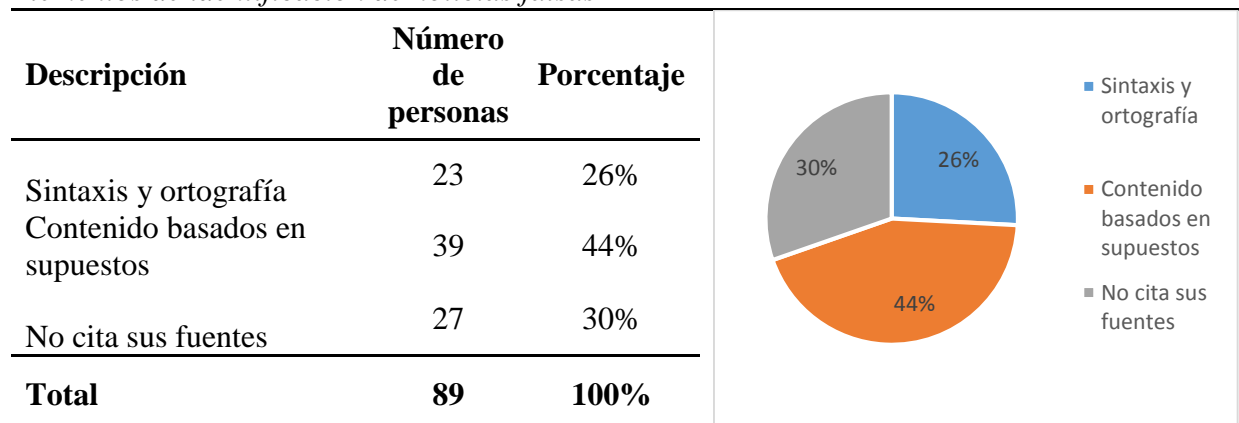
Elaborado por Irma Aguirre

Fuente: Encuesta de campo

6. ¿Cómo diferencia el contenido de un “fake news” sobre el de una noticia real?

**Tabla 9.**

*Elementos de identificación de noticias falsas*



Elaborado por Irma Aguirre

Fuente: Encuesta de campo