



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE PERIODISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN PERIODISMO**

TEMA

**PLATAFORMAS TRANSMEDIA ANTE EL DESARROLLO COMUNITARIO
CIUDADANO**

TUTOR

MGTR. ANGEL MORÁN OCHOA

AUTORES

**CUENCA CABRERA MIRIAM CARLA
MECIAS LUCAS WASHINGTON STEVEN**

GUAYAQUIL

2023

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO:

Plataformas transmedia ante el desarrollo comunitario ciudadano.

Publicaciones de Fake News sobre la pandemia COVID-19 a través de redes sociales por habitantes de la parroquia Febres Cordero, barrio "Las Colmenas" (Guayaquil) periodo 2020

AUTOR/ES:

Cuenca Cabrera Miriam Carla
Mecias Lucas Washington
Steven

REVISORES O TUTORES:

Mgtr. Ángel Morán Ochoa

INSTITUCIÓN:

Universidad Laica Vicente
Rocafuerte De Guayaquil

Grado obtenido:

Licenciado en periodismo

FACULTAD:

FACULTAD DE CIENCIAS
SOCIALES Y DERECHO

CARRERA:

PERIODISMO

FECHA DE PUBLICACIÓN:

2023

N. DE PAGS:

94 páginas

ÁREAS TEMÁTICAS: PERIODISMO E INFORMACIÓN

PALABRAS CLAVE:

Plataformas transmedia, Desarrollo comunitario, Fake News, Noticias Falsas, Redes Sociales

RESUMEN:

En época de pandemia, las noticias sobre el COVID-19 no se hicieron esperar, fake news sobre las cifras de muertos, medicina casera, y actividades sin base científicas, eran los bulos que se consumía día a día a través de redes sociales.

El presente proyecto investiga las posibles razones por la cual se difundía, consumía y compartía de forma inmediata las noticias no contrastadas, adicional, si los habitantes del sector "Las Colmenas" saben identificar una noticia falsa de una verdadera, al igual que una cuenta verificada de una no verificada y determinar las redes sociales más utilizadas para consumir información.

N. DE REGISTRO (en base de datos):**N. DE CLASIFICACIÓN:****DIRECCIÓN URL (tesis en la web):****ADJUNTO PDF:****SI****NO****CONTACTO CON AUTOR/ES:**

Cuenca Cabrera Miriam Carla
Mecias Lucas Washington
Steven

Teléfono:**E-mail:**

mcuencac@ulvr.edu.ec
c
wmeciasl@ulvr.edu.ec

CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:

Phd. Adriam Camacho

Teléfono: (04) 2596500 **Ext.** 250

E-mail: acamachod@ulvr.edu.ec

Mgtr. Evelin Cadena Ch.

Teléfono: (04) 2596500 **Ext.** 300

E-mail: ecadenach@ulvr.edu.ec

CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD ACADÉMICA



Validado electrónicamente por:

ÁNGEL GUILLERMOMORAN
MORÁN OCHOA

Mg. Ángel Morán Ochoa


CI: 0921304259

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES


El (Los) estudiante(s) egresado(s) MIRIAM CARLA CUENCA CABRERA Y WASHINGTON STEVEN MECIAS LUCAS, declara (mos) bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, Plataformas transmedia ante el desarrollo comunitario ciudadano, corresponde totalmente a el(los) suscrito(s) y me (nos) responsabilizo (amos) con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo (emos) los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autor(es)

Firma: 
MIRIAM CARLA CUENCA CABRERA

C.I. 0940838451

Firma: 
WASHINGTON STEVEN MECIAS LUCAS

C.I. 0954331773

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación PLATAFORMAS TRANSMEDIA ANTE EL DESARROLLO COMUNITARIO CIUDADANO, designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: PLATAFORMAS TRANSMEDIA ANTE EL DESARROLLO COMUNITARIO CIUDADANO, presentado por los estudiantes MIRIAM CARLA CUENCA CABRERA Y WASHINGTON STEVEN MECIAS LUCAS como requisito previo, para optar al Título de Licenciado en Periodismo, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:



Mgtr. Ángel Guillermo Morán Ochoa

C.C. 0921304259

AGRADECIMIENTO

MIRIAM CARLA CUENCA CABRERA

Sin duda alguna agradezco enormemente a mis padres, quienes son mis pilares fundamentales en mi vida, mis guías y quienes me apoyan en las decisiones que tomo, sin importar los sacrificios que ellos tengan que hacer para cumplir mis sueños, sin duda gracias a ellos estoy donde estoy y cumpliendo esta meta en mi vida, la misma que va a marcar una diferencia en mi recorrido profesional, sin ellos no sería nada tanto personal como profesionalmente.

De igual forma, a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, quienes me abrieron sus puertas para formarme profesionalmente, y asignaron docentes que ayudaron en el proceso de aquello.

AGRADECIMIENTO

WASHINGTON STEVEN MECIAS LUCAS

Gracias a Dios por cuidarme espiritualmente, por brindarme la sabiduría y las fuerzas necesarias para seguir avanzando en mi vida, por mantener a mi familia unida y poder disfrutar su presencia en mi estadía. Gracias a la vida porque cada vez me demuestra lo importante y justa que puede llegar a ser.

DEDICATORIA

MIRIAM CARLA CUENCA CABRERA

Le dedico el esfuerzo de todos estos años y de este trabajo de investigación a mis papás, quienes estuvieron conmigo de inicio a fin creyendo en mi y en mis habilidades, quienes son merecedores de todos los triunfos que yo, como su hija, soy capaz de lograr.

También se lo dedico a mi pequeño bebé, que hasta este momento lo tengo en mi vientre, ya casi por nacer, para aconsejarlo que nadie ni nada nunca será un obstáculo en los sueños y metas que se tiene planteado realizar.

DEDICATORIA

WASHINGTON STEVEN MECIAS LUCAS

En este trabajo de investigación el logro primordial es dirigido a mi madre, quien ha hecho lo posible para darme los beneficios necesarios en la universidad. Una mujer que a pesar de tener complicaciones económicas y por ende de salud, ha combatido sin descanso jornadas complicadas para permitir que siga estudiando, creyó en mí, es mi pilar fundamental y muchos de mis logros se los debo a ella.

También a mis familiares quienes han depositado comentarios positivos y palabras de aliento el cual no me dejaban decaer con mis ideales.

Por último, dedicar esto a las personas que me han apoyado y acompañado en el transcurso estudiantil en la institución. Compañeros y profesores quienes han proyectado sus enseñanzas, correcciones, buenos deseos para mejorar educacional y personalmente en mi vida profesional.

RESUMEN

En época de pandemia, las noticias sobre el COVID-19 no se hicieron esperar, fake news sobre las cifras de muertos, medicina casera, y actividades sin base científicas, eran los bulos que se consumía día a día a través de redes sociales.

El presente proyecto investiga las posibles razones por la cual se difundía, consumía y compartía de forma inmediata las noticias no contrastadas, adicional, si los habitantes del sector "Las Colmenas" saben identificar una noticia falsa de una verdadera, al igual que una cuenta verificada de una no verificada y determinar las redes sociales más utilizadas para consumir información.

Palabras Claves: Plataformas transmedia, Desarrollo comunitario, Fake News, Noticias Falsas, Redes Sociales.

ABSTRACT

In times of pandemic, news about COVID-19 were not long in coming, fake news about the number of deaths, home-made medicine, and activities without scientific basis, were the hoaxes that were consumed day by day through social networks.

The present project investigates the possible reasons for which the unverified news was disseminated, consumed, and shared immediately, in addition, if the inhabitants of the sector "Las Colmenas" know how to identify a fake news from a real one, as well as a verified account from an unverified one and determine the most used social networks to consume information.

Key words: Transmedia platforms, Community development, Fake News, Fake News, Social Networks.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	4
Diseño de la investigación	4
Tema:	4
Planteamiento del Problema:.....	4
Formulación del Problema:.....	6
Objetivo General	6
Objetivos Específicos	6
Idea a Defender (investigaciones cualitativas o mixtas) / Hipótesis (investigaciones cuantitativas)	6
Línea de Investigación Institucional/Facultad.	6
CAPÍTULO II	7
Marco Teórico:	7
Herramientas tecnológicas.	7
Comunicación Tradicional.	8
Comunicación Digital.....	9
Plataformas digitales.	9
Medios de comunicación digitales.	10
Contraste de fuentes.	11
Visualización de usuarios en medios de información.	12
Nativos digitales.	14
Narrativa transmedia.	15
Transición de medios tradicionales a digitales.	16
Redes sociales.....	18
Tecnologías de información y comunicación.	26
Contraste de información.	30
Noticias falsas o fake news.	30
Periodismo digital.	33
Avances tecnológicos en la comunicación.	34
Transformación digital.	36
Marco Legal:	37
Capítulo 1: Artículo 23:.....	37
Capítulo 1: Artículo 24:.....	37
Capítulo 1: Artículo 30:.....	38
CAPÍTULO III	39
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	39

Enfoque de la investigación: (cuantitativo, cualitativo o mixto).....	39
Alcance de la investigación: (Exploratorio, descriptivo o correlacional)	39
Técnica e instrumentos para obtener los datos	39
Población y muestra	40
Presentación y análisis de resultados.....	42
Entrevistas	57
Objetivo de la entrevista.....	57
CONCLUSIONES	60
RECOMENDACIONES.....	61
BIBLIOGRAFÍA.....	62
ANEXOS	67
Anexo 1.....	67
Anexo 2.....	71
CUESTIONARIO PARA ENTREVISTA:	72
ENTREVISTA A MGTR. JOHNNY ALVARADO DOMÍNGUEZ.....	72
ENTREVISTA A SRTA. GABRIELA ESPINOZA NOBOA.....	78

ÍNDICE DE TABLA

TABLA 1 RED SOCIAL MÁS UTILIZADA PARA INFORMARSE.....	42
TABLA 2 USO REDES SOCIALES EN EL 2020 Y HASTA LA ACTUALIDAD	43
TABLA 3 IDENTIFICAR UNA CUENTA VERIFICADA PARA LA DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN	44
TABLA 4 CONSUMO DE INFORMACIÓN ACERCA DEL COVID-19.....	45
TABLA 5 TIPO DE DISPOSITIVO UTILIZADO PARA REVISAR INFORMACIÓN ..	46
TABLA 6 PAGA MEMBRESÍA PARA LEER INFORMACIÓN	47
TABLA 7 SOLO LEE LO QUE VE EN REDES SOCIALES O BUSCA PROFUNDIZAR MÁS LA INFORMACIÓN.....	48
TABLA 8 ETIQUETA DE IDENTIFICACIÓN DE PÁGINA VERIFICADA.....	49
TABLA 9 CONTINUACIÓN DE DIFUSIÓN DE NOTICIAS FALSAS	50
TABLA 10 CREENCIA DE LA POBLACIÓN GENERAL EN NOTICIAS FALSAS ...	51
TABLA 11 GRUPO QUE CONSUMIÓ MÁS NOTICIAS FALSAS.....	52
TABLA 12 CONSUMIDORES ACTUALES DE INFORMACIÓN A TRAVÉS DE REDES SOCIALES.....	53
TABLA 13 FALTA DE CONOCIMIENTO DIGITAL IMPLICÓ EL CONSUMO Y DIVULGACIÓN DE NOTICIAS FALSAS DURANTE LA PANDEMIA	54
TABLA 14 LAS NOTICIAS FALSAS AFECTAN LA CREDIBILIDAD DE LOS MEDIOS	55
TABLA 15 PORCENTAJE DE PERSONAS QUE CONSUMIERON NOTICIAS FALSAS EN "LAS COLMENAS"	56
TABLA 16 PRIMER BLOQUE DE ENTREVISTA.....	57
TABLA 17 SEGUNDO BLOQUE DE ENTREVISTA.....	58

ÍNDICE DE FIGURA

FIGURA 1 <i>BARRIO "LAS COLMENAS"</i>	40
FIGURA 2 <i>ENUMERACIÓN DE LAS MANZANAS PERTENECIENTES AL BARRIO "LAS COLMENAS"</i>	41
FIGURA 3 <i>RED SOCIAL MÁS UTILIZADA PARA INFORMARSE</i>	42
FIGURA 4 <i>USO REDES SOCIALES EN EL 2020 Y HASTA LA ACTUALIDAD</i>	43
FIGURA 5 <i>IDENTIFICAR UNA CUENTA VERIFICADA PARA LA DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN</i>	44
FIGURA 6 <i>CONSUMO DE INFORMACIÓN ACERCA DEL COVID-19</i>	45
FIGURA 7 <i>TIPO DE DISPOSITIVO UTILIZADO PARA REVISAR INFORMACIÓN</i>	46
FIGURA 8 <i>PAGA MEMBRESÍA PARA LEER INFORMACIÓN</i>	47
FIGURA 9 <i>SOLO LEE LO QUE VE EN REDES SOCIALES O BUSCA PROFUNDIZAR MÁS LA INFORMACIÓN</i>	48
FIGURA 10 <i>ETIQUETA DE IDENTIFICACIÓN DE PÁGINA VERIFICADA</i>	49
FIGURA 11 <i>CONTINUACIÓN DE DIFUSIÓN DE NOTICIAS FALSAS</i>	50
FIGURA 12 <i>CREENCIA DE LA POBLACIÓN GENERAL EN NOTICIAS FALSAS</i> .	51
FIGURA 13 <i>GRUPO QUE CONSUMIÓ MÁS NOTICIAS FALSAS</i>	52
FIGURA 14 <i>CONSUMIDORES ACTUALES DE INFORMACIÓN A TRAVÉS DE REDES SOCIALES</i>	53
FIGURA 15 <i>FALTA DE CONOCIMIENTO DIGITAL IMPLICÓ EL CONSUMO Y DIVULGACIÓN DE NOTICIAS FALSAS DURANTE LA PANDEMIA</i>	54
FIGURA 16 <i>LAS NOTICIAS FALSAS AFECTAN LA CREDIBILIDAD DE LOS MEDIOS</i>	55
FIGURA 17 <i>PORCENTAJE DE PERSONAS QUE CONSUMIERON NOTICIAS FALSAS EN "LAS COLMENAS"</i>	56

INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo de investigación presenta la finalidad de conocer cómo los ciudadanos mediante el uso de plataformas transmedia, entre ellas las redes sociales, pueden consumir todo tipo de noticias, pero ahora, pueden identificar si una noticia es verdadera o falsa.

El avance de la tecnología ha permitido que en los diferentes países promuevan el desarrollo de nuevas formas de consumir noticias y ante la inmediatez de esta, cada ciudadano es capaz de recibir y tener en su poder la información de un momento a otro en un abrir y cerrar de ojos.

Por tal motivo, el boom tecnológico ha buscado la manera de combatir las páginas que generan noticias falsas o fake news.

Dentro de las plataformas transmedia, uno de los principales exponentes para desarrollar las noticias falsas son las redes sociales, en las que diariamente se encuentra todo tipo de contenido que los usuarios consumen según sus necesidades.

En cada ciudadano está la posibilidad de desarrollar, comprender e identificar si aquello que están visualizando es una noticia verdadera o falsa.

El poco conocimiento del uso de la tecnología trajo consigo desinformación en la época de la pandemia de COVID-19, debido a que, las noticias falsas acerca de esta nueva enfermedad no se hicieron esperar.

Prácticas medicinales, altercados con los contagiados y mucho más fueron las fake news que más se viralizaron en las distintas redes sociales. Pero ¿Cuál fue el motivo para que esto ocurriera? El hecho de no conocer características de las fuentes verificadas o la mala interpretación de las noticias compartidas son razones por las que se vivió altercados con respecto a la información que se divulgaba y rondaba en internet.

Un caso de bulo que se presentó fue en Madrid-España, que a través de la red social de comunicación WhatsApp se viralizó una cadena de mensajes donde se anunciaba que el Hospital Montepíncipe no estaba atendiendo ciudadanos con COVID-19.

“Si alguno necesita alguna urgencia de otra patología o similar que no sea coronavirus puede asistir al Hospital de Monte príncipe le acaban de retirar todos los enfermos de ese tipo y se declara Hospital zona limpia, la Comunidad de Madrid esta

seleccionando ciertos centros para que atiendan otras urgencias y no mezclar enfermos.”

Aquello fue el mensaje que los ciudadanos de Madrid estuvieron recibiendo, lo que generó pánico y alarma entre ellos, ya que, para algunos, era uno de los hospitales que tenían planificado acudir en caso de que algún familiar se contagiara del virus.

Sin embargo, en cuanto las autoridades se enteraron de lo que estaba sucediendo, el comunicado para aclarar no se hizo esperar. Juan Abarca Cidón, médico, empresario y fundador del grupo HM Hospitales, aclaró que se "está distribuyendo la presión asistencial entre todos los centros del Grupo en Madrid y se atiende, con las mismas garantías de siempre, a todos los pacientes tengan o no sospecha del virus".

Otro caso de noticia falsa es el que se presentó en Argentina, país ubicado en el sur de América. El mismo en el que a través de WhatsApp, Twitter y Facebook se propagó un mensaje donde decía que cinco helicópteros que pertenecían a la Fuerza Aérea Argentina iban a pulverizar desinfectante, el mismo que sería como protocolo y ayudaría a contrarrestar la COVID-19.

“Esta Noche a partir de las 11:00 pm nadie podrá estar en la calle cerrar puertas y ventanas. 5 helicópteros de la Fuerza aérea pulverizarán desinfectante como parte del protocolo para erradicar el Coronavirus, Difundir”.

No obstante, el titular de la cartera de Defensa, Agustín Rossi, emitió un comunicado, en el que dio a conocer que el mensaje que se había viralizado era rotundamente falso y que, para no caer en dichos altercados, la comunidad debe informarse en la única cuenta oficial que es la del Gobierno Nacional.

Sin embargo, esos mensajes generaron miedo, ira, desesperación, angustia y un sin número de sentimientos más en los moradores de Argentina, esto debido a no saber diferenciar entre una noticia y una cuenta real de una falsa.

En Ecuador una de las problemáticas más frecuentes que se dieron en medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales, fueron los casos de desinformación con respecto a la pandemia de COVID-19. Muertes inventadas, cifras

exageradas, imágenes (falseadas / pirateadas/ editadas) mostraron la dificultad por la cual el país atravesaba momentos pesados durante el año 2020.

Un ejemplo claro se dio en diversas cuentas sociales identificadas con grupos políticos en donde publicaban referencias relacionadas con posibles fallecidos por Covid-19, el cual eran totalmente erróneas ya que según la revista Plan V, en colaboración con otras fuentes, distintos centros funerarios en Guayaquil habían dejado de funcionar en el instante que inició el crecimiento de muertos. Es decir, se dispararon fallos en el sistema en donde no funcionaba el conteo exacto y verídico de individuos, sin embargo, estos personajes gubernamentales subían noticias falsas el cual mucha gente creía ya que son exponentes públicos facilitadores de manipulación mediática.

El registro de defunciones en un artículo científico publicado en el 2020, justo en el mes de abril, en seguimiento de pandemia y obtenido por Plan V, menciona que el acontecimiento da una cara más externa, interpretado como una escala a nivel de emergencia. La problemática en ese año pudo haber sido mucho más mortal, por eso es que se desconocía exactamente si las cifras eran o no oficiales, por la irregularidad de información no contrastada y verificada.

Entonces podemos decir que existieron muchos lazos digitales en la época de pandemia por el cual recorrieron noticias falsas para poder inquietar la parte gubernamental, política y social que no lograron inestabilizar la divulgación de desinformación, puesto que con tantas fuentes permitidas es evidente modificar dicha característica noticiosa y convertirla en un camino negativo de desorientación para los medios de comunicación y la colectividad pública.

Cabe destacar que también surgió irresponsabilidad social al compartir noticias falsas en medios informativos. Por ello, tomaron parte esencial en esto al no verificar o contrastar de manera exacta dicha información. Cuentas con menos seguidores se orientan de medios grandes para distribuir y divulgar los sucesos ocasionados por Covid-19, en otros términos, las grandes empresas son el ejemplo de muchas redes pequeñas.

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Tema:

Plataformas transmedia ante el desarrollo comunitario ciudadano

Planteamiento del Problema:

En la presente investigación se desea identificar las causas, motivos y problemáticas ocasionadas en el suceso de la pandemia Covid-19 en el Ecuador, enfocado en un barrio delimitado en el Sur de Guayaquil, Mencionar las plataformas transmedia enfocado en las redes sociales y noticias falsas junto a el desarrollo comunitario ciudadano. También exponer mediante pruebas metodológicas las opiniones de los individuos que fueron parte afectada y primordial durante la propagación del virus.

Se indicará y abordará estudios realizados presencialmente con una gran cantidad de información para brindar conocimientos colectivos acerca del mundo digital, abarcar las redes sociales y la cantidad de desinformación generada por medios especializados en brindar noticias a la comunidad ecuatoriana durante la pandemia de Covid-19.

Es fundamental conocer los acontecimientos problemáticos que surgieron, hechos que marcaron un antes y después por la crisis sanitaria.

El proyecto servirá también como guía referencial a futuras tesis como apoyo esencial para abordar el sendero de las fake news y su total desinformación durante la pandemia.

A finales del 2019 se registró el inicio de un nuevo coronavirus cuyo nombre científico es SARS-CoV-2 (Coronavirus Síndrome respiratorio agudo severo dos) o

también conocido como Covid-19, en la ciudad Wuhan perteneciente al país asiático China, el mismo que a través de acercamientos entre individuos se fue prolongando de persona en persona, llegando a nivel mundial.

Durante los últimos años, por el aumento de las herramientas tecnológicas en la comunidad, los medios de comunicación tradicionales (radio, periódico y televisión) quedaron destituidos y se han mantenido al margen de una segunda opción. Las redes sociales pasaron a ser los nuevos canales de difusión de información y la población consume la mayor cantidad de contenidos de manera rápida, produciendo, en algunas instancias, que las fake news ganen espacio dentro del entorno digital y más aún con un tema viral como la pandemia por COVID-19.

La viralización de información falsa influye en el pensamiento colectivo y puede llegar a mantener confundidas a las personas que consumen noticias a través de sus dispositivos inteligentes. Dado al impacto de la problemática en plataformas como: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y entre otras se publican investigaciones y noticias. Es por ello que parte de la población cae con mayor facilidad en las fake news al momento de consumir información.

Los medios de comunicación y líderes de opinión abordan procesos importantes, en muchas ocasiones son los encargados de emitir los inicios de la información sin que se tergiverse, y su impacto se convierte en algo mayor, el cual tendrá gran responsabilidad dentro del campo periodístico y social.

Los habitantes del Barrio Las Colmenas son un claro ejemplo del mal uso que le dieron a las plataformas tecnológicas al momento de que compartieron información en medios de comunicación sobre la pandemia existente en dicho momento.

No saber cómo constatar la información y no saber identificar una fuente de información verificada son unas de las causas, hechos y razones por las cuales los habitantes de uno de los barrios de La parroquia Febres Cordero produjeron dichos acontecimientos.

La investigación que se ejecutará con los habitantes del sur de Guayaquil tiene un tiempo de delimitación de 10 meses.

Formulación del Problema:

¿Cuál fue el impacto de las plataformas transmedia en el desarrollo comunitario ciudadano para la identificación de noticias falsas en las redes sociales en los habitantes de la parroquia Febres Cordero?

Objetivo General

Analizar el impacto de las plataformas transmedia en el desarrollo comunitario ciudadano para la identificación de noticias falsas en las redes sociales en los ciudadanos de la parroquia Febres Cordero.

Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente el impacto de las plataformas transmedia en el desarrollo comunitario ciudadano.
- Identificar si los usuarios pueden reconocer que cuentas son verificadas y cuáles no para compartir información real y contrastada.
- Determinar que redes sociales son las más utilizadas por los habitantes del barrio Las Colmenas al momento de compartir noticias.

Idea a Defender (investigaciones cualitativas o mixtas) / Hipótesis (investigaciones cuantitativas)

El uso de plataformas transmedia en formato de redes sociales influye en el desarrollo comunitario ciudadano mediante el consumo de noticias.

Línea de Investigación Institucional/Facultad.

Líneas de facultad: Gestión de la comunicación, nuevas tecnologías y análisis del discurso.

CAPÍTULO II

Marco Teórico:

En la presente investigación, tomando en cuenta la evolución de las noticias falsas, se proyecta analizar las publicaciones que se transmiten a través de las redes sociales, pero en época de pandemia.

Esto se analiza debido al gran aumento de contagios y previo al pánico causado se divulgó gran parte de información errónea.

A raíz de dicho acto, se tiene como objetivo explicar cuáles son los métodos de propagación que se han venido manejando en todo el transcurso de la pandemia. Así mismo, identificar las edades de personas que han sido partícipes de dicha acción y ciudadanos afectados, debido a que gran parte de la ciudadanía consume noticias día a día.

Del mismo modo, comparar los métodos tradicionales que antes se venían consumiendo con la evolución de adquisición de información por la nueva era digital, que se basa en las redes sociales.

(Pérez-Dasilva, 2020) Expresan que la realidad que se vive hoy en día acerca de las noticias falsas se basa en la preocupación de personas por creer que la noticia sea verdadera, en muchas ocasiones provoca ansiedad y depresión, dando como resultado la muerte. Sin dejar a un lado las enfermedades mentales que dañan la conciencia colectiva de las personas.

Herramientas tecnológicas.

Es el Software o Hardware que tiene como objetivo agilizar las actividades a través de recursos y programas, con la finalidad de encontrar la información buscada correcta, de manera fácil, rápida y efectiva. En las instituciones educativas o laborales existen diversas incógnitas con respecto a un tema, y en dicho momento es cuando las herramientas tecnológicas realizan el trabajo, simplificando las respuestas de manera eficiente y verás que el usuario se encuentra buscando.

En la actualidad, por los distintos motivos que el mundo está viviendo, y el avance tecnológico que aparece día a día, se dejó a un lado la búsqueda de información y palabras no conocidas en textos y diccionarios, esto se sustituyó por el recurso del internet, en el que se indaga a través de Google académicos, trabajos científicos y verificados para una rapidez de respuesta.

Lo mismo pasa con las noticias, antes, las personas compraban todos los días el periódico (uno de los medios tradicionales populares) y se informaban, actualmente, con solo contar con un dispositivo tecnológico, se puede acceder e indagar qué está sucediendo alrededor. Sin embargo, el problema se basa en que cualquier usuario puede publicar información, lo que provoca que no esté todo 100% verificado ni analizado, conduciendo a tergiversar la información.

Comunicación Tradicional.

La forma antigua de comunicación basada de la manera tradicional, mensajes emitidos por medio de radios, periódicos e incluso televisión formaron parte de ello. La manera conservadora de explicar los acontecimientos que se daban, cumplía su función de informar con veracidad, pero tradicionalmente, sin consumir la nueva tecnología.

La sociedad anteriormente consumía información, pero de una manera simple, un claro ejemplo son los periódicos, donde los mensajes se emitían a través de palabras escritas. La hoja y un lápiz eran el truco secreto para redactar frases expuestas por las personas y este tipo de comunicación se manejaba en un método básico dentro del proceso de difusión, por un emisor (medio de comunicación) y un receptor (lector) encargado de difundir la investigación.

Poco a poco se fue dando paso al proceso de evolución en donde se fueron descubriendo nuevas formas de enseñanzas en plataformas y se dio paso a la era digital.

Comunicación Digital.

Es el método que se utiliza para transmitir información dentro de un medio digital utilizando la tecnología como intermediario tomando en cuenta que hay emisor, receptor, canal y mensaje.

El mundo va avanzando tecnológicamente, y los medios de comunicación tienen que irse adaptando a dichos cambios para no quedarse en el olvido, ocupando las actualizaciones del ciber mundo para compartir la información de manera rápida e incluso en el momento que se están realizando los hechos sin tener que esperar hasta el otro día para que los usuarios puedan leer las notas escritas, dejando a un lado, pero sin olvidar, el método tradicional.

Esa es una de las ventajas de la comunicación digital, antes, a pesar de que sucediera un hecho importante e históricos, los medios escritos debían esperar hasta el otro día para que llegue la información completa y verificada al pueblo, sin embargo, los errores podían aparecer (ya sea notas con información falsa o con faltas ortográficas), lo que provocaba que para remendar dicho acto se tenga que esperar otro día más para aclararlo, o incluso dejarlo pasar porque ya habían otras noticias importantes.

Eso es lo que no se vive en la comunicación digital, debido a que, la fácil difusión de información y el poder editar lo ya publicado, ayuda a que se corrija lo que de forma errónea se compartió, e incluso esta nueva modalidad ayuda a que se pueda publicar las notas periodísticas mientras los hechos ocurran, sin necesidad de esperar a que todo suceda para poder escribir la noticia, con la frase “noticia en desarrollo” los usuarios van a saber que la información se irá actualizando a medida que la investigación y los hechos se vayan profundizando.

Plataformas digitales.

(Malo, Miguel Ángel, 2018) La nueva era digital trajo consigo actualizaciones y novedades para las nuevas generaciones, los medios, soportes o plataformas son la combinación para el incremento de empleo, educación, publicidades, entre otras

diversas áreas. Buscan la solución en manejos online a través de diversos lugares en el mundo del Internet. Un claro ejemplo se da en tiempos de pandemia, cuando la población tuvo la necesidad de utilizar a profundidad dichas herramientas para ocupar su jornada laboral, transformando sus recursos en un avance tecnológico.

La reducción de tiempo, los recursos personales y económicos mejoró la productividad de eficiencia en la comunidad. Además de ello, son fáciles de manejar y son más utilizadas por jóvenes y adultos actualmente.

Medios de comunicación digitales.

Plataformas donde se puede compartir información para comunicar a los usuarios de forma fácil y rápida temas de interés público, tomando en cuenta que permiten crear, observar, y compartir información a través de dispositivos móviles y electrónicos.

Las plataformas se van adaptando a las necesidades de los usuarios, realizando que incluso las personas sin ser comunicadores sociales o periodistas compartan información de lo que está sucediendo a sus alrededores, y es ahí cuando los medios de comunicación, verificados, toman la tutela, generando y compartiendo la información en redes sociales y páginas web, para que sus lectores con tan solo un clic ya estén informados de los sucesos del día a día.

(CS Abad,2019) La viralización de noticias empezó antes que aparecieran las redes sociales. La primera comprobación de fake news fue en 1835 con la noticia “La gran mentira de la luna” que se trataba de que un científico de origen británico que a través de su telescopio había visualizado vida inteligente en la luna, captando la atención de los medios estadounidenses y europeos.

A raíz de dicho acto se tomó en cuenta el término Fake news que significaba “Una información falsa y a veces sensacionalista que se presenta como un hecho y que se publica y se extiende por internet” (Quin, 2017)

La diferencia entre lo positivo y negativo, las noticias erróneas y la publicidad es que en ambos casos su poder de convencimiento aumenta o disminuye, dependiendo el grado de convencimiento al momento de ser eficaz para acertar o engañar al individuo.

Con la aparición de las redes sociales surgió de forma más notoria y con más frecuencia las Fake news, progresivamente también la desinformación de noticias, sin embargo, por la eficacia de la tecnología hay maneras de identificar cuando una noticia es falsa o verdadera, sobre todo si la fuente es confiable o no, tomando en consideración de la misma manera que si un medio de comunicación comparte una noticia errónea dan a conocer al instante su equivocación.

Cabe aclarar que las redes sociales son manipuladas por personas naturales y personas capacitadas por las mismas, por lo tanto, cualquier individuo puede subir información sin corroborar los hechos con antelación.

En un artículo publicado con el nombre: Redes sociales y relaciones digitales, una comunicación que supera el cara a cara, se informó, p. 129 que Segura en el 2015 dijo:

“(...) aquella estructura social formada por nodos (habitualmente individuos u organizaciones) que están vinculados por uno o más tipos de interdependencia tales como valores, puntos de vista, ideas...”

Esta cita hace referencia al hecho de que los comunicados que se consumen en redes sociales no son completamente verídicos, y que hay que saber verificar la fuente para considerar creer o no creer lo que se está consumiendo.

Contraste de fuentes.

Es importante recalcar que debe existir la contrastación de información en distintos medios de comunicación, pues es fundamental ya que permite asegurar de manera precisa sus hechos o características surgidas. Es verdad que las fuentes pueden variar en cualquier momento y es que no siempre se puede ocupar a la misma persona para exponer los datos relevantes, eso dañaría y sería un error para las

empresas comunicacionales, ya sean en medios televisivos, radiales, de prensa o en las diversas páginas de las redes sociales.

En la realidad existe un gran abanico de fuentes por consultar, en cualquier trabajo se puede extraer conocimiento de aquello, incluso nos pueden guiar u orientar a más fuentes, de manera que recibiremos apoyo en nuestras investigaciones.

El alcance de aumento accesible a las fuentes debería suponer para los canales de comunicación un alto nivel de imposición al momento de guiar un abanico extenso, variado y desarrollado de fuentes en la creatividad de los textos informativos, es decir, es lo que los individuos como equipo de la comunidad esperan, a los que se dirigen y también a la parte que ellos forman (López y Maciá, 2007: 106).

Ideal es utilizar de manera adecuada las estrategias ordenadas con las fuentes, porque permiten o se pueden llegar a transformar en elementos indispensables junto a herramientas noticiosas a los periodistas y a los medios de comunicación. Priorizan el contraste para reforzar su credibilidad previo a una masa un poco más próxima y para que puedan seguir abordando su valimiento comunicacional (Borrat, 1989: 54).

Cabe recalcar que entre mayores fuentes se tenga, la investigación se profundiza más, pero siempre y cuando, los entrevistados estén ligados a la noticia en desarrollo.

Visualización de usuarios en medios de información.

La lectura del público varía dependiendo a la edad que tengan, si un adulto mayor consume información de cualquier medio y en alguna plataforma deberá ser accesible a comprender los datos que se presenten, también se necesita que esto sea distribuido para que todos puedan comprender el distinto trabajo que se vaya a presentar, no podemos comparar un joven con un anciano, porque cada uno capta indiferentemente los recursos, muy aparte de los problemas y madurez que tengan de conocimiento.

Se sabe que durante la pandemia aparecieron gran parte de noticias falsas, incluso estuvo en el punto más fuerte, esto debido a las anomalías digitales que compartían los usuarios en las plataformas de redes sociales. Personas publicaban en sus cuentas noticias tras noticia sin saber la verdadera realidad, surgió gran visualización de masas y se juntó una campaña en contra de los medios que dañaban la integridad del canal.

Hoy en día tras varios años luego de haber confrontado la pandemia de COVID-19, los medios digitales siguen produciendo noticias de manera natural e incluso hasta los mismos medios tradicionales han hecho a un lado lo que pasó, recalquemos que no se han olvidado de aquello, pero son hechos que pasaron y marcaron malas vibras en los canales de información.

Leer e interpretar en internet no es lo mismo que en una plataforma impresa, ahí surgen varios factores como, por ejemplo, la pantalla o monitor, la capacidad visual para captar las palabras, de la misma manera, la empatía conectada del lector.

Ciertas instituciones han asumido que la lectura en internet era superficial y veloz, pero las investigaciones de EyeTrack, direccionamiento de la vista (ojo), demostraron que los lectores de internet comprenden y leen a fondo las historias que los lectores tradicionales, por ende, se demostró que:

- La comunidad de internet (online) descifran y leen un 77% con la virtud de finalizar la lectura de la historia.
- Los usuarios de la versión tradicional como la impresa leen y comparten con un 62% la lectura.
- Los individuos de los medios de tablas leen un 57% con desarrollo a completar su lectura.

Podemos concluir que actualmente y debido a las existencias tecnológicas existe mayor lectura en las plataformas de internet que en el medio impreso. Para entender hay que saber comprender y leer, cada palabra puede expresar sentimientos o emociones y en un texto informativo es fundamental argumentar correctamente las oraciones para el entendimiento colectivo.

Los recursos avanzados favorecen la existencia de nuevas marcas comunicacionales que incentivan al lector con la información, la finalidad es reproducir

la información por las raíces de los medios y ya luego dependerá de ellos si comparten las noticias que transcurren en el día a día.

Nativos digitales.

El nuevo espacio digital permitió que se realicen publicaciones periodísticas de una manera diferente. Los primeros en aventarse a lo desconocido fueron los medios tradicionales, pero detrás de ellos seguían los que se los conoce como: Los nativos digitales. (Jimena Zuluaga, 2019)

Pero... ¿quiénes son ellos? Ellos son los que se ven frecuentemente en la época de pandemia, son quienes prefieren usar imágenes para ser más gráficos que teóricos y a quienes les gusta tener y difundir la información rápida.

¿Será esto bueno o malo? Como toda actividad hay pros y contras, lastimosamente, en época de pandemia los usuarios no revisaban el contexto de lo que veían, por lo tanto, tergiversaban la información, provocando que se convierta en una red de desinformación, ya que, al ver una imagen (muchas veces solo referencial) y un título llamativo (que no se da la información completa) lo interpretaban a su manera, lo que hacía que le hagan una captura, lo difundieran y se convirtiera en una fake news.

La diferencia entre los seguidores de los nativos digitales con los tradicionales es que los segundos prefieren abrir la nota periodística, leerla de forma lineal, analizarla y comprenderla antes de difundirla e incluso investigaban en diferentes medios para tratar de tener la información completa y más detallada, a comparación de los primeros usuarios, quienes entre menos texto tengan que leer y una mejor imagen encuentren, es mucho mejor, pero muchas veces no lo comprenden de forma correcta.

Sin embargo, una de las ventajas de los nativos digitales es que envían la información rápida, lo mismo que ayudó a que los ciudadanos se enteren con más rapidez lo que estaba sucediendo a su alrededor.

Narrativa transmedia.

El mundo día tras día sigue avanzando digitalmente, por ello, con el pasar de los años han surgido nuevas tendencias virtuales con el objetivo basado en crear relatos fragmentando historias o proporcionando un proceso de expansión a nivel media. Diversos canales digitalizados en la narrativa mediática abordan acontecimientos y hechos que son contados por algún personaje dirigido a usuarios conectados en los nuevos procesos de comunicación.

Henry Jenkins en un artículo publicado en Technology Review durante el 2003, p. 23 afirmaba que:

“Hemos entrado en una nueva era de convergencia de medios que vuelve inevitable el flujo de contenidos a través de múltiples canales”.

Las nuevas tecnologías han contribuido un desarrollo primordial para la comunicación e información en la sociedad, pero al mismo tiempo podemos destacar que ambas cuentan con papeles invertidos. Es decir, existe la duda, el famoso dicho de “dos caras de la moneda” aparece, y es por esto que, puede contribuir para bien o para mal, positiva o negativamente.

En estos nuevos conceptos la narrativa transmedia abunda en los múltiples canales desplegando sucesos, hechos, eventos e historias que pueden modificarse o ajustarse causando diferentes presentaciones colectivas en la mente del receptor. La facilidad de divulgar un relato en plataformas digitales es tan fácil, ya que gracias a la ayuda de internet basta con seleccionar y hacer clic aquello para exponerlo.

Esto hace que la corriente de los canales traspase su información por varias personas interactuando contenidos y asumiendo las expectativas transmedia en los lectores.

La educación se ha envuelto y por consistente apegado a la era del intercambio de información. Los estudiantes actualmente cuentan con diversos dispositivos tecnológicos como el celular, las computadoras, tablets, relojes inteligentes y mucho más, con la posibilidad de conectarse en las redes comunicacionales y en la parte digital.

El proceso de digitalización ha conllevado a que las instituciones, tanto públicas como privadas se adapten al sistema y a que la parte educativa pueda replantear sus tácticas y estrategias al momento de compartir las enseñanzas con los estudiantes.

Aproximadamente hace 40 años, varios estudios guiados en el marco educativo apuntan la falta de interés o de atención de estudiantes respecto al tema de aprendizaje. Tras la crisis sanitaria causada por el Virus COVID-19, la pandemia aportó de forma global procesos interactivos modificando las dinámicas en la adquisición de enseñanzas tradicionales.

Estudiantes de la universidad Internacional del Ecuador publicaron en la revista “Enfoques De La Comunicación”, en el 2018, p. 133 menciona que Scolari:

“Debemos tener en cuenta que también existen otros principios, básicos para la enseñanza/aprendizaje transmedia, que no serán explorados si simplemente tratamos de adoptar para este espacio lo que ya sabemos sobre el entretenimiento transmedia”.

La educación se conecta digitalmente con los eventos que trascienden en el mundo de internet. Por ello, es importante recalcar que hay más técnicas por implementar en la parte educacional que abarca el mundo transmedia. Nuevas formas estratégicas preservan en la colectividad social para incentivar y mejorar la comunicación a través de redes.

Por ende, no solo basta con conformarse en lo que tenemos, sino en desbloquear rutas alternas y aún más si es en este nuevo mundo de la digitalización.

Transición de medios tradicionales a digitales.

La tecnología va avanzando a medida que pasa el tiempo, y una manera de no quedar en el olvido es adaptarse a ellas. Por tal motivo, los medios de comunicación tuvieron que migrar o ajustarse a la nueva era, la digitalización. La misma que ha sido un reto y aprendizaje constante para los medios que transmiten la información.

Las nuevas costumbres con respecto a la forma de informarse también se adecuaron. Tal como lo dijo Del Barrio en el artículo publicado con el tema: El efecto Péndulo de la Transición digital, p. 624: “Leer en una pantalla”.

El autor de dicha cita hace hincapié a las nuevas actividades y costumbres que se acogieron al leer las noticias en dicho formato: la digital.

Por otro lado, la transición ha ayudado en otros factores también, y uno de ellos es la rápida difusión y lectura que comparten los medios de comunicación con respecto a los acontecimientos que suceden diariamente.

Por tal motivo, Carr, en el año 2011, p. 625 dijo que: "suministrar información en más de un formato simultáneamente no siempre le cobra un tributo al entendimiento"

Por lo tanto, el hecho de que se tenga con más rapidez la información no significa que se la consuma 100% verificada y contrastada, ya que, actualmente hay páginas en las redes sociales que se hacen pasar por medios de comunicación.

Por eso, no es lo mismo la inmediatez con la calidad, ya que, ahora cualquier persona puede grabar algún acontecimiento y subirlo a su perfil social, pero dicho usuario no va a profundizar la información para verificar todos los datos necesarios para publicar una noticia.

Veiga, en el año 2014, p. 629, dijo: "se convierte en un fenómeno tan efímero que probablemente carece de valor para las audiencias y sea incluso de difícil valoración por parte de los profesionales"

Actualmente, los medios ya no se están centrando en la inmediatez al compartir la información, sino más bien en la calidad de la misma para que los lectores, oyentes y visualizadores de la información tenga una noticia detallada y completa de la misma.

La era digital ha aportado un desarrollo equitativo a la sociedad en general. Abarcando la parte digital se puede mencionar que las personas se han acoplado a estos nuevos métodos digitalizables en la comunicación. Las grandes empresas encargadas de brindar información o bien mencionados como los canales de

televisión, el periódico y la radio son el fruto esencial para repartir los acontecimientos del día a día.

En Ecuador, los medios de comunicación, desde hace 23 años, han mejorado sus reparticiones y métodos para ejercer la influencia informativa, esto tomando como protagonismo sin discriminar a ningún canal, sea pequeño o grande. La convergencia de la era digital ha tenido que evolucionar las redes y traspasar las barreras tradicionales a las digitales optando por la transición de información en los canales de comunicación.

Martha Susana Vivero Maya en un proyecto de investigación elaborado en el 2017, p. 14 menciona que la BBC en el 2015 aseguró:

“Los jóvenes, que son la mayoría de la audiencia de los medios de comunicación, ya no ven televisión. Todo se enteran por las redes sociales y por la web”

Un criterio acertado por parte del medio, esto tomando en cuenta que el internet ha cambiado gran parte de interés en los adolescentes y gracias al celular o cualquier dispositivo electrónico en general, es más común consumir información de cualquier método de difusión en las diversas plataformas digitales.

Aun así, no se puede negar por un lado que de igual manera existen otros tipos de individuos que siguen consumiendo ambas formas de contenido. Es decir, siguen observando programas de televisión como los noticieros en las distintas jornadas cotidianas y de igual forma la parte digital por las plataformas digitalizables, a fin al cabo, estamos en una sociedad globalizada en donde el internet se ha apoderado de los medios de comunicación tradicionales transformando y guiando la comunicación en las áreas tecnológicas.

Redes sociales.

Gracias al desarrollo comunicacional y de la digitalización, en el internet han surgido varias aristas que han ido pactando sucesiones a lo largo de los tiempos, una de las creaciones más conocidas o mencionadas son las famosas “redes sociales”, implementadas de forma creativa, interactiva y novedosa por los usuarios.

Esto desde cualquier parte de donde se encuentre, no importa si se ubica lejos o cerca, la nueva herramienta tecnológica permite compartir información por aquellas vías, en distintos sitios y sea en cualquier dispositivo tecnológico.

La propagación de información en las redes sociales ha contribuido a la facilidad por repartir los eventos o sucesos que acontecen contemporáneamente. Los medios de comunicación tradicionales han tenido que transformar parte de sus labores a lo digital, nos referimos a que la sociedad está replegada en los hechos tecnológicos y por ello, estos medios crean redes para adaptarse a los cambios, a fin de seguir ocupando y protagonizando las noticias sin perder audiencia o popularidad, las visualizaciones de lectores son el pago fructífero para los medios de comunicación y más aún si cuentan con varias plataformas de información.

En una revista de comunicación elaborada por especialistas en la información durante el 2014 se toma en consideración la teoría del autor del libro "Seis grados: la ciencia de una edad conectada" y profesor de sociología en la Universidad de Columbian, Duncan J. Watts, en el 2011 al 2015, p. 24 el comentario de:

"La ciencia de las redes es la ciencia del mundo real que permite entender la era de la conectividad... (a través de) representaciones extremadamente sencillas de fenómenos extremadamente complejos".

Las redes sociales son la influencia de la comunicación, cada vez más las masas se conectan en el mundo digital y aborda gran parte de eventos que transcurren en situaciones muy complejas. Una red es una ciencia, porque es estudiada debido a las distintas percepciones, apariciones y teorías que se tienden de ella, esto nos permite unir conexiones semánticas que pueden ser puestas en desarrollo al compartir información de forma adecuada.

La influencia de las redes sociales mezcla la parte comunicativa y el aprendizaje colaborativo. Esto, se refiere a que debido al surgimiento de los canales digitales la educación ha potenciado su comunicación bajo la modalidad presencial y por supuesto, la más importante, la virtualidad o también conocida como digital.

El internet representa un mecanismo fundamental para la base colaborativa, abordando la educación los estudiantes cuentan con la potencialidad de mejorar y crear trabajos con base tecnológica, aumentando las probabilidades de atención estudiantil para la adquisición de conocimientos.

Es un proceso de aprendizaje en donde ocupan cada vez más las diversas herramientas en plataformas educativas, un sistema digital por el cual los alumnos se distraen y al mismo tiempo aprenden a interactuar de forma ordenada y fomentando la participación colectiva o grupal a través de las redes sociales.

Irene Garrigós, José Norberto Mazón, Estela Saquete, Marcel Puchol Paloma Moreda en un proyecto de investigación titulado “La influencia de las redes sociales en el aprendizaje colaborativo”, p. 532 mencionan que:

Las redes sociales, como parte de la Web 2.0, han ganado popularidad en los últimos años. Esto es debido a que se trata de una estructura que facilita las relaciones entre personas, evitando todo tipo de barreras tanto culturales como físicas, y permite la comunicación a nivel global y de manera inmediata, permitiendo al individuo sentirse parte de una comunidad.

Gracias al posicionamiento de las redes sociales y a la expansión digital la comunicación a nivel mundial, local, personal y colectiva ha protagonizado un rol popular, puesto que actualmente el individuo puede tener la necesidad de sentirse parte de una masa informativa de tal trato transparente. Es decir, se puede brindar investigaciones, aportes sin contacto físico, sin discriminar el ámbito cultural o étnico, fluyendo la participación unida y dando ventajas a los alumnos posibilitando la fomentación del aprendizaje educomunicacional en las diversas vías de los miembros de redes sociales.

La juventud ha venido acompañada de guías comunicacionales y tecnológicas en donde las redes sociales cumplen un rol fundamental facilitando los procesos de información por múltiples plataformas digitales. Por ello, las instituciones de educación han implementado sumas de artefactos técnicos a fin de prestar el servicio a los estudiantes, en estos casos, a los privilegiados universitarios.

Las redes sociales parten de logaritmos muy diversos, técnicas y códigos creados por profesionales que lograron despertar el interés colectivo a través de plataformas de entretenimiento. Debido a las grandes influencias que se han manejado a lo largo de los años, estos canales han variado en su propagación informativa, nos referimos a cambios moderados y comunes en la digitalización.

Los estudiantes en particular, cuentan con los accesos comunicacionales y tecnológicos para repartir información, pero se puede percibir que hay desigualdades de pensamiento al difundir casos en las redes sociales, dudas por descubrir si lo que

se dice es correcto, manipulación de contenido, bulos que pueden afectar la integridad de alguna persona o atentar mayormente la marca como tal.

En un proyecto organizado por varios estudiantes de la Universidad Técnica De Cotopaxi, Latacunga, Ecuador en el 2017, p. 5 mencionan que Jabalera en el 2012 afirmó “Las Redes Sociales Influyen en el Comportamiento de los Universitarios”.

Las redes sociales a diario conducen comportamientos psicológicos, los estudiantes toman la potestad de abusar o de apoyar de forma positiva esta herramienta digital para compartir experiencias cotidianas. También pueden incentivar el ámbito educativo con las demás audiencias, nos referimos a colegas o compañeros que cursan los mismos años, menores y mayores en proceso de conocimientos institucionalizados.

Abordando la parte de difusión de información, las redes sociales han mezclado la veracidad o también la falsedad al momento de compartir dichos eventos, se consta que la sociedad al día utiliza la digitalización sin exclusión de edades, esto puede provocar que surja eventos que quebranten los conocimientos de las personas de mayores años, peso o alcance, y que sigan moldeando lo que reciben, dando cadenas de noticias falsas o al mismo tiempo optando por la veracidad noticiosa.

Es común observar que el trayecto de información varía con el pasar de los tiempos, las personas controlan los medios digitales a su favor sin dañar su propia integridad. La difusión a través de redes como Facebook, Instagram, Twitter, entre otras, son expuestas aun así cuando no existe verificación como tal del medio o de las noticias.

La sociedad puede compartir conocimientos sin tener un estudio realizado, por eso el internet se conecta con el mundo a cualquier parte, ya que los individuos son los mismos responsables de la conectividad de información, las redes sociales son una herramienta poderosa en donde son fáciles de manipular en las manos equivocadas.

Sánchez, Marisa Analía; Schmidt, María Alicia; Zuntini, Juana Inés; Obiol, Lucrecia, estudiantes de la universidad Nacional del Sur en la Revista Ibero Americana de Estrategia, p. 71, mencionan que:

“Las redes sociales ofrecen un medio económico, ubicuo y masivo, y han generado muchas expectativas debido al potencial para dar apoyo a diferentes funciones de una organización”.

Los medios digitales están presentes en todas partes al mismo tiempo, por eso se le dice “ubicuo”, ya que se pueden utilizar e incluso sin importar el momento o donde estés ubicado. Esto ha dado la contribución para generar beneficios, ya sean económicos como empresariales, educativos y personales, aportando ingresos comunes de los ciudadanos. Es por ello que, gracias a las redes sociales se ha desarrollado gran parte potencial en la digitalización y difusión de información.

Las organizaciones tradicionales han crecido debido a la conexión digital con el ser humano. Esto, ha acoplado recursos y ha ido intercambiando un “feed back”, es decir, retroalimentando los conocimientos que no se tenían con un traspaso digital sutilmente previo sin tanto preámbulo.

Sean empresas pequeñas o grandes, si cuentan con medios tecnológicos podrán tener la posibilidad de emprender en las redes para generar información, solo se debe saber contrastar, repartir y generar hechos a fin de ganar mejores expectativas para el medio o mayores cambios relativos e impulsando la marca organizacional.

No existen preferencias para utilizar las redes sociales en cualquier momento, las personas abordan estos campos para entretener sus pensamientos y al mismo tiempo conocer nuevas tendencias de forma digital. Las tecnologías de la información hacen mención al evento progresivo creado a partir de la necesidad de acceder a la comunicación de la era moderna,

Actualmente los individuos consumen internet sin importar la edad, los menores mantienen sus vistas en programas o aplicaciones de entretenimiento y en algunos casos también consumen las redes sociales, pero esto bajo la supervisión de los adultos, precautelando la seguridad integral de los niños.

Las redes mediante el servicio de internet, brindan un servicio de interés social, de manera profesional y académica, ocasionando éxitos en la parte educacional, bajo estos términos se hallan logros y profundizaciones que son empleadas en la parte digital a los estudiantes.

Miembros de la universidad de Murcia, especializados en la parte de las tecnologías de la información en la revista de Educación a Distancia, p. 24 comentan que:

“Existe un hecho evidente, y es que las tecnologías han acelerado el ritmo de avance en todos los aspectos de nuestras vidas”.

Gracias a la ayuda de la transformación tecnológica el ser humano ha ido mejorando las percepciones digitales indagando en un mundo transmedia y comunicando rápidamente historias que para bien o para mal, ocurren cotidianamente. Ha progresado la sociedad, dando un giro de 360 grados a la educación, transformando nuevos métodos en nuestras vidas y evitando lo tradicional para acceder a nuevas herramientas en la era de la tecnología.

En un mundo globalizado, la era digital tiene protagonismo en las plataformas de comunicación al momento de repartir la información. Los medios pueden estar encargados de verificar los pasos de confirmación sobre las noticias, sin embargo, como el internet es tan amplio, es posible que exista una modificación de la investigación y, por ende, se genere pánico social al manipular lo expuesto a través de las redes sociales.

Se debe considerar verificar y sustentar las teorías de la información antes de publicar o divulgar lo dicho, cada empresa de comunicación cuenta con pasos de veracidad antes de acceder a lo pertinente, es claro que sin eso la sociedad estuviera en un paisaje tornado oscuro lleno de preámbulos y noticias erróneas.

Datos, noticias, sucesos, eventos, catástrofes y más, forman parte de la alimentación de la organización, porque gracias a ello, todo lo que ocurre es fuente vital para mantener la atracción y las visualizaciones en los medios de comunicación, alimentando el contenido y no dejando a un lado la responsabilidad por identificar las investigaciones al compartir a la audiencia.

Chartier en un proyecto de investigación elaborado por Cecilia Castillo Valenzuela, Leticia Cruces Hernández y De los Ángeles Guerra Goglios de la Universidad Metropolitana de Ciencias de la Educación, p. 32, afirma que:

“El mundo de la comunicación electrónica es un mundo de sobreabundancia textual, cuya oferta desborda la capacidad de apropiación de los lectores”.

La propagación de información es tan amplia que al día se añade más contenido digital en las plataformas sociales, existen investigaciones que son monitoreadas por los lectores a fin de utilizar dichas teorías para su uso en particular, sean educativos o de interés público.

La capacidad por adquirir información es dependiendo a la persona, se puede tener interés por saber algo y al mismo tiempo buscar aquello para despejar las incógnitas o bien dejar en bajo la investigación abandonando los campos de conocimientos, que en el transcurso de la vida puede aportar positivamente al plan comunicacional y también informativo mediante las redes sociales.

Los espacios en internet han tenido peso en las múltiples aristas como en las plataformas digitales, redes sociales, el uso de aplicaciones para compartir información y demás. Por esto, los alcances de datos van surgiendo en procesos que contribuyen a las diferentes organizaciones, funciones educativas, ámbito político y democrático, movimientos sociales, culturales, entre otros. Todo ello, genera conocimientos a través de las famosas plataformas tecnológicas prosperando las funciones de comunicación entre locutor y emisor.

La utilidad de las tecnologías de la información se puede apreciar en espacios conectados bajo el mando del internet y aquello, sobresalta los procesos democráticos o bien conceptualizados bajo el término “ciber democracia”. Una palabra profunda para los ciudadanos que comprenden el mundo político bajo los dominios de los derechos participativos.

Luis Cebrián en un artículo elaborado por Ramón Sánchez Carballido, titulado “Perspectivas de la información en Internet” en octubre de 2007, p. 74, afirmaba que: “Es obvio que el futuro pasa por Internet”.

La sociedad vive intercalando información en las plataformas digitales gracias al Internet, si existe una ocurrencia, esto traspasa por los enlaces tecnológicos ocasionando conocimiento de aquello y generando público proporcional.

La era de la digitalización amplió modelos de conexión donde las personas se sienten identificadas con las redes porque sienten que ya forman parte de lo cotidiano. Se vendrán nuevos descubrimientos que sigan generando beneficios en el entorno, un futuro lleno de tecnología ocupada para los usos importantes y probabilidades de hallazgos de personal científico que quedarán plasmados en la sociedad civil.

En redes sociales se encuentran diferentes tipos de noticias, las mismas que cada usuario puede elegir y consumir según sus intereses.

Para consumir información en redes sociales se debe saber discernir entre las verdades y las falsas, para que luego no se propaguen con más facilidad e inmediatez las fake news.

No obstante, se necesita de los medios sociales para que esto sea posible, ya que, es el instrumento para poder visualizar.

En un artículo publicado por la Revista Internacional de Pedagogía e Innovación educativa se informó, p. 130 que Kaplan en el 2010 dijo:

“El conjunto de aplicaciones y programas informáticos construidos a partir de los principios ideológicos y tecnológicos de la Web 2.0, que permiten la creación e intercambio de contenido generado por el usuario”

La tecnología es un constante avance, pero también un arma de doble filo, la misma que, si no se la sabe usar de forma correcta, puede provocar consecuencias graves. Sin embargo, cabe aclarar que, este medio es el que permite a que se acceda de forma inmediata, sin importar la hora, lugar, fecha o cantidad de información.

Actualmente, las redes sociales son una necesidad para el ser humano, mismo hecho que hace que constantemente se las revise para estar informado de lo que sucede no solo alrededor del usuario sino en el mundo en general, ya que, ahora con tan solo un clic ya se tiene la información.

En la información publicado como Las Redes Sociales On-line: Espacios de Socialización y definición de identidad, p. 4 se publicó que Díaz Gandazegui en el 2011 expresó:

“En el mundo de las comunicaciones en que vivimos, el que no está conectado prácticamente no está en la sociedad”

Esto hace referencia a que actualmente las redes sociales ya no solo son usadas y vistas para comunicarse, como solo se las usaba al inicio, sino que, también son un medio de información.

Tecnologías de información y comunicación.

En los últimos 16 años consecutivos desde que arrancó el siglo XXI, la sociedad en general, ha evolucionado los conceptos digitales trayendo consigo espacios intercomunicativos a través de plataformas maquinarias. La ciencia sigue realizando preparaciones de base profesional sobre las TIC (tecnologías de información y comunicación) para adaptar componentes sociales en las redes de investigación.

Las TIC representan logaritmos de conocimientos, procesos, avances, descubrimientos y poderes en las áreas de comunicación. Las grandes empresas necesitan de ello, puesto que el habla ya sea en forma física o electrónica, es necesaria para entender al ser humano y más aún si se aborda un medio investigativo.

Gerhard Heinze Martin, Víctor Hugo Olmedo Canchola, Jéssica Valeria Andoney Mayén en un ensayo elaborado en el 2017 y titulado "Uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) en las residencias médicas en México", p. 150, mencionan que:

"Las tecnologías de la información y comunicación, conocidas por su abreviatura como TIC, son un conjunto de tecnologías requeridas para el almacenamiento, recuperación, proceso y comunicación de la información".

Las TIC indagan en las herramientas tecnológicas como los teléfonos de casa, celulares, correos electrónicos, computadoras, tablets, relojes inteligentes, entre otros. El desarrollo de aquello, genera un impacto a escala global causando intercambios de información y percepción en las sociedades, el cual remiten datos desde cualquier parte del mundo, con libertad de acceso y pensamientos.

Los canales de comunicación brindan el apoyo o soporte existencial para transmitir la información, esto gracias a la ayuda de la tecnología, el cual los usuarios sobreponen y modifican los procesos de investigación al momento de concebir la recepción de informes explicativos.

La comunicación ha pasado por un proceso largo debido a la convergencia digital. Es decir, antes se interpretaba y exponía de forma oral los discursos a los destinatarios, actualmente la figura ha cambiado, ocupando lo escrito en las plataformas del internet, esto permite duplicar y extender las cifras de receptores sin límites de audiencia.

Las TIC desarrollan financiamientos de sostenibilidad para las empresas, un ejemplo claro, es el marketing. A diario expertos crean muchas piezas publicitarias para plasmarlas a la sociedad, pero esto va de la mano con las tecnologías de la información, ya que alimentan las organizaciones y suben el nivel de audiencia haciendo viral los productos técnicos o bien elaborados en el área comunicacional.

Briggs, afirma en una revista científica elaborada por María Teresa Jorda, titulada: “La importancia de la tecnología para el ámbito de la comunicación, p. 484, que “la tecnología cambia tan rápidamente y su presencia es tan penetrante que la historia más amplia queda olvidada y, cuando se la examina, no todo converge”.

En cada momento la tecnología transcurre, nuevos descubrimientos aparecen y al mismo tiempo, se irán olvidando las costumbres tradicionales, apartando las historias comunicativas y dando un nuevo sendero digital mediante convergencias que no coincidan con las mismas teorías.

Se sabe que es fácil manipular las TIC y las plataformas digitales, cualquiera persona sin ser especialista lo puede hacer, no obstante, se debe evitar dejar los medios que han marcado trayectos en la vida, como son la radio, la televisión y el periódico.

Un requisito primordial es más bien, prolongar la sustentación de las herramientas, adaptarnos a utilizar aquello para difundir las teorías históricas que transcurrieron sin alterar el orden informativo y apoyando los eventos antiguos para generar conocimientos a las personas.

La evolución de la comunicación se ha dado tras varios procesos digitales, esto abarcando el tema conectado al mundo del famoso “internet”. Por otro lado, detrás de cada divulgación de investigaciones existen incógnitas acerca de cómo se han venido manejando las TIC en función de concepto y características de desarrollo.

La instantaneidad de la información convoca similitudes y semejanzas en las distribuciones de comunicación, es mucho más factible reproducir las investigaciones por vías alternas, nos referimos a las redes sociales de manera tradicional, ya que las personas están más interesadas en el internet, esto, por una parte. Por otra, se menciona que los profesionales, sobre todo los que están apegados a la ciencia comunicativa, manejan mayormente los procesos de distribución con más facilidad, son los encargados de mantener, consumir, exportar y compartir el orden las sucesiones informativas a nivel jerárquico.

Mario Grande, Ruth Cañón e Isabel Cantón del Departamento de Didáctica General en una revista internacional e innovación educativa comentan que:

En cuanto a la Interactividad, entendida como ilimitada (Adell, 1998), las TIC permiten al usuario una interacción total ya que, no sólo permiten elaborar mensajes, sino también decidir la secuencia de información a seguir, establecer el ritmo, cantidad y complejidad de la información que se desea y elegir el tipo de código con el que quiere establecer relaciones con la información.

En la digitalización el problema por utilizar las redes se presenta en las diversas generaciones de edad, si bien es cierto, el público generalmente maneja estos medios sin tantas complicaciones, pero, si abordamos a los adultos mayores, optan porque les enseñen o expliquen con grados de facilidad la tecnología para que puedan utilizarlos. Las TIC proyectan logaritmos de información en donde permiten interacción a escoger, es decir, seleccionar el tipo de investigación que desea compartir de forma ilimitada.

La educación siempre ha sido importante en la sociedad, por eso se han creado las instituciones de enseñanza, para que los alumnos puedan ejercer y adquirir conocimientos previos a las informaciones que los profesionales del área profesional le otorguen.

Si el alumnado no comprende lo que le explican los expertos y si desea despejar las dudas, puede recurrir a los medios tecnológicos. El internet es muy amplio, existe gran expansión investigativa para que adquieran las conceptualizaciones muy definidas dentro del marco digital.

La enseñanza promueve juicios de valores que son comentados y criticados con expresiones constructivas o destructivas. Se usan ambos términos porque se promueve la educación o bien se incitan las malas acciones manejadas por los estudiantes.

Un filo de lanza en donde ambas puntas bordan peso en la cotidianidad, por eso hay que recordar que vivimos en un mundo globalizado donde cada acción en las redes trae consecuencias y si mezclamos las tecnologías de la información solo promovemos lo que ya se sabe, la temperatura en un termostato para exigir formalidad al momento de expresar nuestros procesos en la comunicación de la era tecnológica.

Linn, Marcia C, en una investigación didáctica, titulada “Promover la educación científica a través de las tecnologías de la información y comunicación” en el 2020, p. 348, afirman que:

La disparidad en el acceso ha llevado a aquéllos que deciden a preocuparse acerca de la división digital. La división digital se relaciona principalmente con el nivel económico y la edad. Quienes tienen menos recursos económicos logran, en general, un menor acceso a la tecnología. Además, los individuos mayores, cuyas experiencias educativas incluían poca o ninguna exposición a la tecnología, enfrentan mayores obstáculos para iniciarse y tienen menos acceso a ella.

No todos cuentan con los recursos necesarios para tener medios tecnológicos, existen desniveles de presupuestos en donde la gente adopta a su manera el aprendizaje y lo convierte en una principal fuente de poder para adquirir investigaciones. Claro que no aprenden tanto como el que cuenta con los medios posibles, pero en general, no abandonan las esperanzas por mejorar educativamente, no hay barreras para el que intenta, aprender es primordial y si estamos en la era digital aún más.

Las organizaciones del siglo XXI están actualizando sus recursos incursionando la parte digital con el compartimiento de la información y con el pasar de los tiempos, está a su vez será mucho más remodelada hasta que vivamos en un futuro modernizado informativamente. Nos referimos a la eliminación total de los medios tradicionales por los digitales, una era sin papel ni tinta, solo con dispositivos electrónicos para investigaciones de uso común y de interés colectivo.

Koontz y Weihricj dentro del artículo elaborado por Naya De Vita Montiel, estudiante del Instituto Universitario de Tecnología de Maracaibo, centro de investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales, p. 78, afirma que:

La tecnología se ha convertido en un factor dominante tanto de las organizaciones como en la vida personal, es la suma total de conocimientos sobre la forma de hacer las cosas, incluyendo inventos, técnicas y el vasto acervo de conocimientos organizados.

Las empresas acceden a las tecnologías de la información ya que es un apoyo utilizado para repartir informes en una transformación digital, también internamente la sociedad agrega las investigaciones indagadas, esto gracias al internet ya que todo suma, aún más si son por conocimientos con digitalización.

Contraste de información.

La información va apegada a los procesos de veracidad, al momento de brindar una noticia, esta necesita pasar por capas de investigación para indagar si lo que se publicará será real o no. Las fuentes de las organizaciones de comunicación diariamente comparten eventos cotidianos a través de las plataformas tradicionales o ya sea virtuales. Sin embargo, a veces no todo lo que se proyecta es real, el público que presencié algún acontecimiento en ese momento sabe lo que pasó, mientras que para el investigador o periodista es ideal averiguar el hecho a través de sus fuentes y a su vez confirmar con más de un caso si lo que se transmite es sinónimo de semejanza, de tal modo que, todo coincida en la sustentación de información.

La profesora Herrera Damas en su artículo de análisis titulado “La Pervivencia de las Reglas Éticas Tradicionales en el Contraste de Información”, apunta la idea de:

"Las políticas analizadas recuerdan que muchas de las reglas del quehacer periodístico tradicional continúan vigentes, sobre todo las que tienen que ver con la necesidad de tener espíritu crítico, verificar las fuentes o abstenerse de expresar la propia opinión".

La transformación digital ha dado frutos en los procesos de comunicación. Las empresas mueven su posicionamiento laboral gracias a la ayuda de las nuevas tecnologías. Sin embargo, las áreas tradicionales siguen ocupando su rincón periodístico, compitiendo en un mundo globalizado, no dejando atrás su información en una lucha por divulgar las investigaciones a la sociedad y verificando físicamente lo que se comenta, en otros términos, se describe como “darle frente al internet”, de modo que afrente los servicios de la conectividad, siga manejando sus administraciones tradicionales con espíritu de lucha y sin quebrantar la marca como tal.

Noticias falsas o fake news.

Por décadas han surgido las noticias en distintos formatos, técnicas y estrategias. Por ello, ha sido y es vital para mantener informados a la comunidad en general, sin importar al público destinado ya que, francamente en la actualidad cualquier persona consume información por la accesibilidad que permiten los

dispositivos electrónicos, es más fácil buscar una noticia en el internet que esperar horas para que aparezca en un programa de televisión.

Dentro del margen comunicacional las noticias han tenido peso en los medios laborales, las empresas que elaboran investigaciones incentivan a la sociedad a mantenerse informados, por esto los expertos certificados periódicamente realizan sus proyectos jugándose la vida por las calles del mundo.

Las noticias están en todos lados del planeta, no podemos negar que un lugar o ciudad sin noticia es perfeccionista, ya que a diario se causan sucesos de distintos modelos, sean: sociales, políticos, ambientales, personales y entre muchos otros. Entonces las personas viven involucrándose en actos que quizá no quieran cometer pero que a final de cuentas terminan en la problemática.

Las redes digitales han permitido que la comunicación adopte nuevas transformaciones que transcurren en las principales cadenas de la era tecnológica. Por cada fenómeno, surgen las convergencias que distorsionan el paso de información, esto debido a la poca credibilidad de los individuos para expresar lo sucedido, reflejando las sucesiones de información y marchando la falta de interés colectivo en una sociedad que vive de las investigaciones o de lo que se dice, es decir, la comunidad es amante de las teorías inciertas, noticias que no son contrastadas, creadas por cuentas anónimas que incentivan la desinformación.

Un punto existencial que habita en los procesos de información son las famosas “fake news” o también conocidas como noticias falsas. Muy común para las fuentes de distorsión, y aquellas que aparecen cuando surge una calamidad social que afecta gravemente la formalidad de los medios, claramente nos referimos a tradicionales o digitales. Por otro lado, se perciben más sucesos para que estas aparezcan, el cual los países deben tener planes estratégicos para que sus principales organizaciones no decaigan ni afecten la credibilidad del medio.

Cuando los bulos se originan, por lo general, la comunidad estima que estos medios sean los encargados de gestionar la información errónea pero dentro de los laborales del canal, saben que la comunidad que desea atentar contra ellos, son los que incentivan afectar su reputación, personas que quizá hayan sido desempleados, gente con trayectos el cual no pudieron dominar o que simplemente no les atraiga la información que compartan por sus vías comunicacionales.

Son varios factores que parten por una comunicación de investigación, pasos que con el tiempo marcan un antes y un después. Sin duda las noticias falsas van y seguirán existiendo a futuro, no se puede erradicar algo que las personas creen porque el pensamiento varía dependiendo las conceptualizaciones psicológicas de los individuos, si antes no se pudo evitar los bulos, ahora con las redes digitales tampoco se podrá. El mundo tecnológico cambia constantemente y las informaciones van a seguir siendo modificadas, teorías que prueban la falsedad de las investigaciones o altercados que cautivan las grandes masas colectivas.

Para que las fake news aparezcan basta que las informaciones que se presenten pasen por varios campos individuales que modifiquen las teorías, también otro punto clave es la cantidad de testigos que puedan priorizar lo dicho, ya que las noticias son expuestas a nivel global por medios de comunicación, y ellas toman en consideración la cantidad de viralización a los estimados, si damos paso a un poder mínimo para generar información no se aplazarán los argumentos suficientes para que nazcan los bulos.

Un periodista siempre querrá brindar los conocimientos de lo investigado a la sociedad, pero a veces, al traspasar las barreras de la comunicación, estas modifican la información generando lados opuestos, el cual se puede comparar un perfil profesional a uno simple de los ciudadanos.

Una persona que genere información no puede considerarse periodista ya que no están capacitados para transmitir investigaciones y mucho menos contar con un título especializado en él área informativa. Lamentablemente vivimos en un mundo con fraude existencial, donde es tan fácil creerse profesional gracias a la ayuda del internet. Un simple individuo puede generar lo que sea con tal de contar con las herramientas necesarias para liberar el llamado periodístico.

El especializado pasa por varios pasos educativos, laborando su carrera de manera formal y profesional, es una amplitud muy contrastada a comparación de un ciudadano normal que actúa por impulsión solo para generar noticias. El preparador utiliza enseñanzas que son dadas por profesionales con amplia trayectoria noticiosa, mientras que el personaje común usa técnicas no expertas para compartir aquello.

El contraste colectivo en los medios, por el cual orienta a supervisar la información antes de proyectarla. Un medio de comunicación sin investigación no es un medio, por eso la comunicación es ideal para todo, más aún si se utiliza el habla

humana para todo, las masas nacemos comunicando, de diferentes formas como por la palabra, los gestos, las expresiones o movimientos corporales.

En un trabajo de investigación realizado por Eugenia García Gómez y Javier Antonio Zepeda Orozco, titulado “El tratamiento periodístico de la información vs. la infodemia en tiempos pandémicos”, Wolton, p. 140, menciona que: “los periodistas construyen información, pero los receptores se imponen”.

La cotidianidad asemeja los valores que tienen las personas al comportarse, los especialistas dan apoyo a la información para que consuma la masa los hechos ocurridos, por otro lado, los que reciben la información convierten las investigaciones en casos diferentes, presentando una barrera el cual no traspasa la veracidad de las noticias.

Medios de comunicación cuentan con alianzas organizacionales para dar espacios a las pequeñas y medianas áreas a fin de apoyar la ciencia de la divulgación, pero todo esto no esconde la frustración de las noticias falsas, un término muy visto durante los últimos años en países que presentan fenómenos de estatus caóticos.

Periodismo digital.

La convergencia digital permitió lapsos llamativos que han evolucionado a medida de los años con el traspaso de la información, El área de la comunicación ha plasmado sus investigaciones a través de reproducciones por medios electrónicos progresando las visualizaciones constantes y rápidas en organizaciones informativas destinadas al público en general.

Dentro del margen institucional y profesional, los periodistas manejan sus herramientas digitales para llegar a profundidad con las personas, Es decir, utilizan nuevos proyectos estratégicos para incentivar la mente del lector, así dando la perspectiva de llegar acumular información sin evitar las aristas comunicacionales.

El uso de las redes digitales facilita a que el periodista pueda expresar sus trabajos por medio alternos, en una era globalizada por el “internet”, las personas se benefician de los artefactos o dispositivos tecnológicos, independientemente si

accedan a información o no, ellos cuentan con las posibilidades para adquirir las investigaciones.

La información aparece conforme se vayan plasmando los acontecimientos cotidianos, entonces para que se den las intercomunicaciones se tiene que considerar a optar porque aparezca u ocurra un hecho y luego de aquello, se podrán compartir las múltiples narraciones por las vías digitales. Los medios de comunicación se encargarán de acceder a los campos noticiosos, de tal manera que la información llegue al destinatario sin transformar las teorías para que no surjan las noticias erróneas o en otros términos, los “bulos”:

En una noticia, las investigaciones tienen que ser contrastadas, verificadas e investigadas por un periodista, Cuando se aborda un periodismo digital no es fácil manejar las líneas informativas, ya que la misma comunicación puede alterar el orden informativo que está dirigida a la sociedad.

Salaverría, en un artículo de revisión, titulado “Periodismo digital: 25 años de investigación”, 2018, p. 3, afirma que:

“La especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos”.

En un contexto digital, las tecnologías emplean un universo de posibilidades para compartir información. El término “periodismo digital”, es tan amplio y contundente que marca relevancia en las expresiones de comunicación, es decir, ejerce el fruto por la particularidad de recurrir a las nuevas tecnologías con el afán de difundir las reflexiones interactivas dirigidas a la sociedad y respaldadas por investigaciones complejas.

Avances tecnológicos en la comunicación.

El cambio constante de la variedad de acontecimientos que va abarcando el paso de los años se presenta debido a los cambios en la industria tecnológica. Se han presenciado las mutaciones realizadas en las plataformas WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter y más medios de comunicación en las que los ciudadanos se pueden informar.

En un artículo publicado por la Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Información se colocó 478 lo que dijo Castells en el año 2002:

“Al hablar de sociedad del conocimiento nos estamos refiriendo a un nuevo paradigma tecnológico que tiene dos expresiones fundamentales: una es Internet y la otra la capacidad de recodificar los códigos de la materia viva”

Al considerar lo que dijo Castells, hay que notar que viene la parte moral de cada usuario que consume información, ya que, deben de analizar la forma ética, social y política de la misma.

Por tal motivo es necesario que las personas tengan conocimiento de los cambios constantes que se hacen en la tecnología, la misma que abarca a la comunicación, para así no ser influenciados por noticias falsas que se puedan presentar en alguna red social.

El hecho de que el periodismo y comunicación se hayan adaptado a los cambios tecnológicos, permitió que exploren espacios que antes no lo habían hecho. Uno de esos casos es, por ejemplo, el hecho de poder rectificar de forma inmediata algún error cometido. O a su vez, la actividad de transmitir en vivo las noticias a través de redes sociales, con entrevistados incluidos, sin importar desde que parte del mundo se encuentre el periodista y el profesional del tema.

En la tesis, con título: Periodismo digital y alta tecnología: De la Consolidación a los Renovados Desafíos, p. 131, se mencionó que Salavarría en el año 2008 dijo:

“El acontecimiento más importante que les ha ocurrido a los medios de comunicación entre 1995 y 2005 ha sido el nacimiento de un nuevo y de una nueva forma de hacer periodismo.”

Este suceso ayudó a que el periodismo sumerja con nuevas especialidades comunicativas, adaptándose a los cambios positivos que generan los avances tecnológicos en la comunicación y saber cómo afrontar los cambios negativos.

Transformación digital.

La humanidad, naturalmente está capacitada para adaptarse a cualquier tipo de cambio, sea positivo o negativo para ellos. Ambientarse a la transformación digital no fue la excepción.

Por lo tanto, en un artículo publicado en una Revista Cubana de Transformación digital con tema: Taxonomía de Transformación digital, p. 11 se mencionó a Bockschecker, Hackstein & Baumöl que expresaron en el 2018 lo siguiente:

“Proceso de cambio de una organización o la sociedad habilitado por innovaciones y desarrollos de las tecnologías de información y comunicaciones. Incluye la habilidad de adoptar tecnologías rápidamente e incidir en elementos sociales y técnicos de los modelos de negocio, procesos, productos y estructura organizacional”.

Los autores de dicha cita, hacen hincapié a la evolución de la era digital y a los usuarios para adaptarse a los nuevos cambios que se presentan día tras día sin importar los problemas mundiales que se presenten.

Quedarse atrás no es una opción en estos tiempos, por lo tanto, transformar los equipos que se tienen para no quedar obsoletos es una responsabilidad de cada medio de comunicación.

Con el tema: Transformación digital en América Latina, en la Revista Venezolana de Gerencia, p. 1529 que Heredia en el 2020 expresó:

“La reciente revolución tecnológica está impulsando un cambio profundo de los procesos productivos y presenta una oportunidad para avanzar en el cambio tecnológico y la creación de nuevas cadenas de valor”

Por lo tanto, los medios de comunicación deben aprovechar los cambios que está generando la globalización a favor del periodismo, ya que ayuda a que se digitalice de forma rápida la información.

Marco Legal:

A pesar de que las redes sociales están abiertas a cualquier persona desde cualquier parte del mundo, hay que tener en cuenta que existe la Ley Orgánica de Comunicación generada en el 2013 y actualizada en el año 2019.

Capítulo 1: Artículo 23:

Derecho a la rectificación: Las personas tienen derecho a que los medios de comunicación rectifiquen la información que han difundido sobre ellas, o sobre asuntos a su cargo por informaciones inexactas o agraviantes emitidas en su perjuicio a través de medios de comunicación legalmente reglamentados y que se dirijan al público en general.

En el pico de la pandemia (año 2020) los medios de comunicación erraron con varias de las informaciones que publicaban en sus redes sociales, tales como que alguien tenía Covid-19 o que habían dicho algo sobre algún nuevo reglamento cuando no era así, y es ahí cuando el derecho a la rectificación actúa, provocando que se desmienta dicha información para no causar pánico en los ciudadanos.

Capítulo 1: Artículo 24:

Derecho a la réplica o respuesta: Toda persona que haya sido directamente aludida a través de un medio de comunicación, de forma que afecte sus derechos a la dignidad, honra o reputación, tiene derecho a que ese medio publique o brinde

acceso para que se realice su réplica o respuesta de forma gratuita, con las mismas características, dimensiones, página o sección en medios escritos, o en el mismo programa, espacio y horario en medios audiovisuales, en el término de 72 horas o en las próximas 3 programaciones, a partir de la solicitud escrita planteada por la persona afectada.

La comunidad que se vio afectada en tiempo de pandemia por las transmisiones directas a través de un medio de comunicación tiene el derecho a reutilizar la respuesta de forma ventajosa en los medios de prensa escritos con una aceptación formulada por la persona que fue perjudicada.

Capítulo 1: Artículo 30:

Información de circulación restringida: No podrá circular libremente a través de los medios de comunicación información que esté protegida expresamente en la ley.

En este artículo existe una protección de información por parte de la ley hacia un medio de comunicación, de tal modo que se limite hasta que las autoridades hablen sobre aquello o difundan información respecto a lo que esté sucediendo.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Conociendo que este capítulo abarca los métodos, técnicas e instrumentos que ayudarán al desarrollo de la investigación, se establecerá esta sección para la metodología de la investigación.

Enfoque de la investigación: (cuantitativo, cualitativo o mixto)

Esta investigación está basada en el enfoque cualitativo, la misma que se desarrolla a través de una encuesta a los habitantes de la parroquia Febres Cordero, específicamente barrio Las Colmenas, la misma, que luego será trasladada a gráficos para ver y analizar los resultados y su vida empleada en los medios de comunicación. También se empleará la entrevista, mismo método, ya que ayudará a analizar la problemática desde el punto de vista de un profesional y un morador del sector.

Alcance de la investigación: (Exploratorio, descriptivo o correlacional)

El tipo de alcance de la investigación a usar es el descriptivo, debido a que se busca identificar el hecho en un grupo humano, en esta ocasión a través de los habitantes de la parroquia Febres Cordero, barrio “Las Colmenas”, sur de Guayaquil. De la misma manera, es para, de forma específica, analizar la problemática antes descrita.

Técnica e instrumentos para obtener los datos

Las técnicas utilizadas en la investigación fueron la observación, la misma que se la realizó a través de visualizaciones de proyectos trabajados anteriormente, la encuesta aplicada a los moradores de la parroquia Febres Cordero, barrio “Las

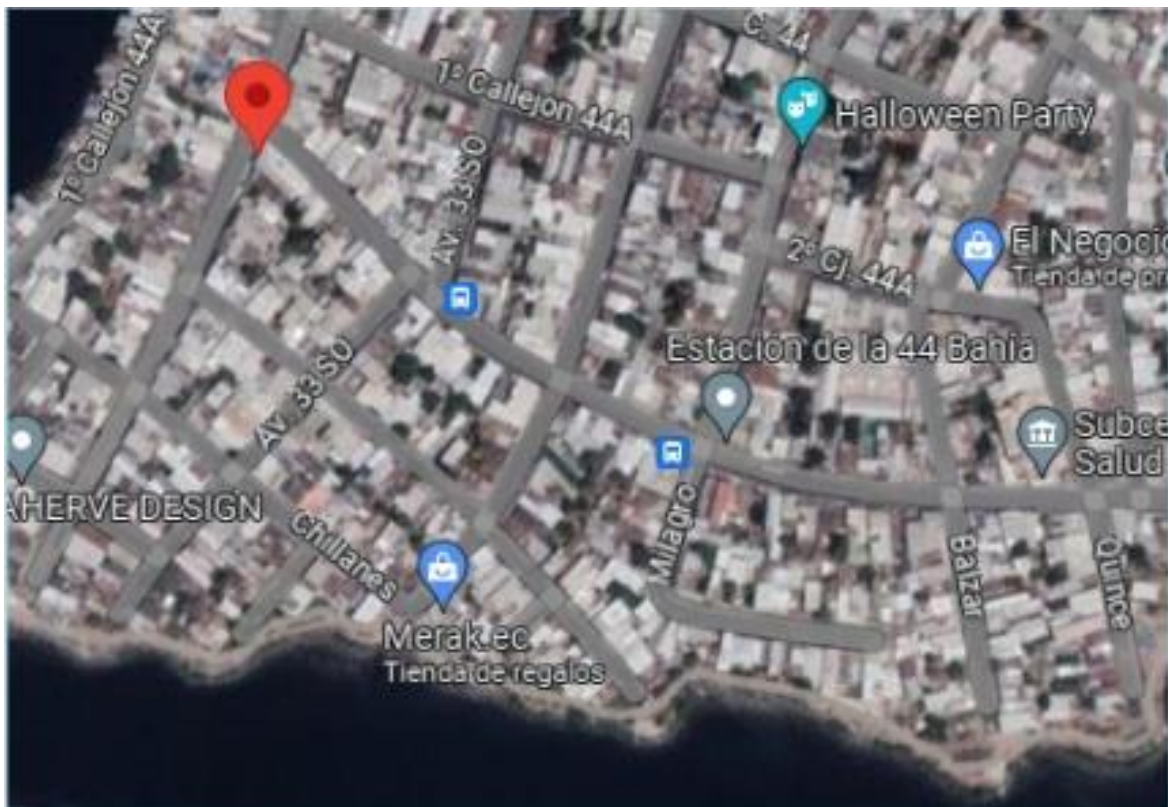
Colmenas”, técnica que apoyó para saber las actividades con respecto a las fake news del covid-19, y las entrevistas, que ayudaron a profundizar el tema desde los puntos de vista de expertos e involucrados.

Población y muestra

En la investigación se consideró a la Parroquia Febres Cordero, sur de Guayaquil, específicamente en el barrio “Las Colmenas”, la misma que cuenta con 11 manzanas y un total de 279 casas. Es una muestra no probabilística por conveniencia con un resultado de 124 personas.

Figura 1

Barrio "Las Colmenas"

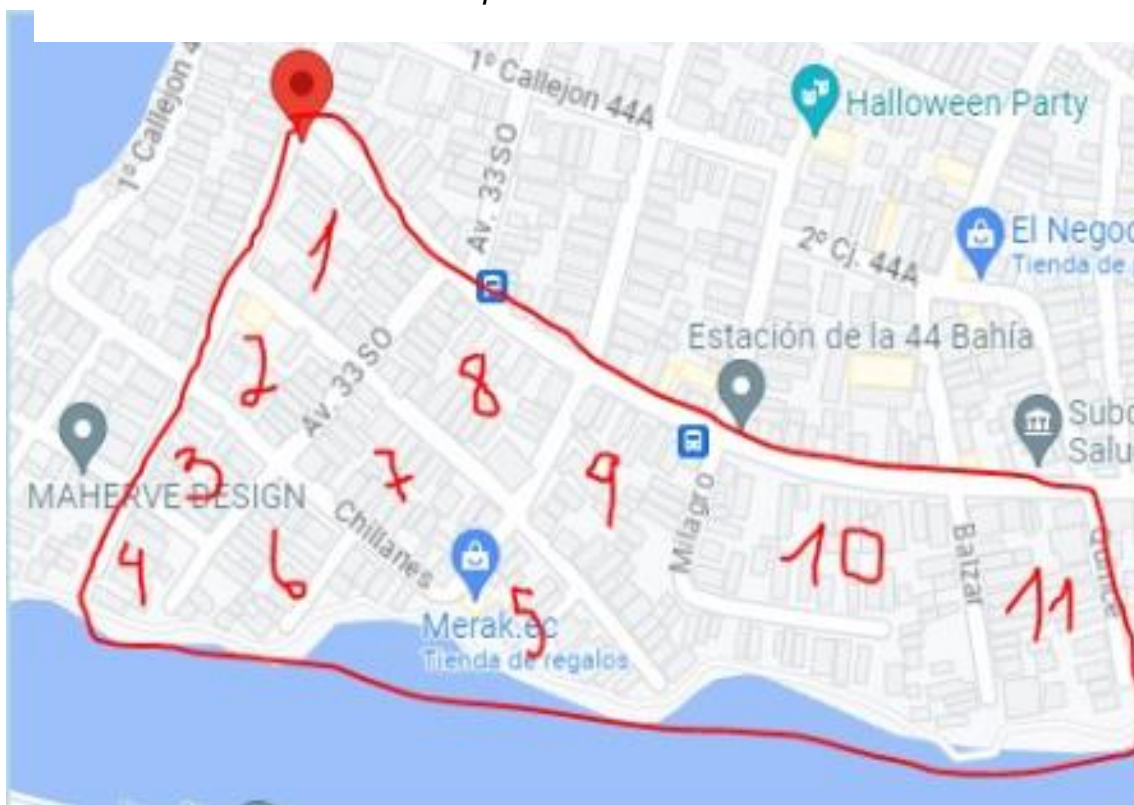


Nota. Esta figura muestra de forma general el barrio “Las Colmenas”.

Fuente: Google Maps (2023)

Figura 2

Enumeración de las manzanas pertenecientes al barrio "Las Colmenas"



Nota. Esta figura muestra de forma específica la cantidad de manzanas con las que cuenta el barrio "Las Colmenas".

Fuente: Google Maps (2023)

Presentación y análisis de resultados

Tabla 1

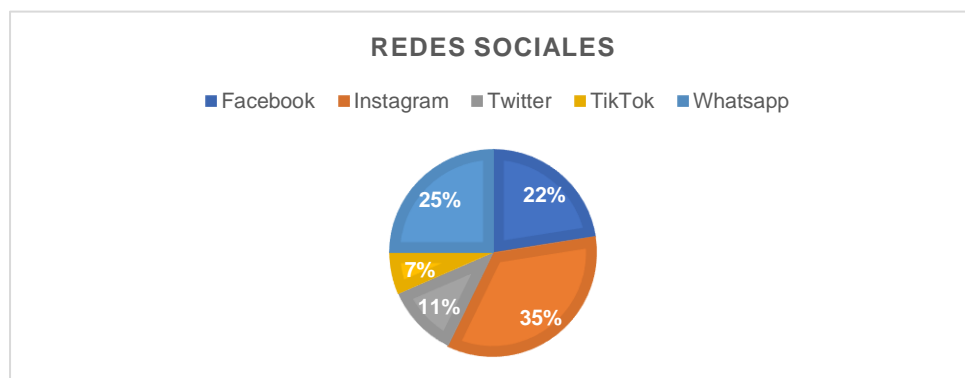
Red social más utilizada para informarse

Red Social	Cantidad	Porcentaje
Facebook	28	22%
Instagram	43	35%
Twitter	14	11%
TikTok	8	7%
WhatsApp	31	25%
Total	124	100%

Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

Figura 3

Red social más utilizada para informarse



Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

La empresa Meta es la pionera y más utilizada para informarse por los habitantes del barrio Las Colmenas con un total del 82% de encuestados, distribuyéndose entre la más usada que es Instagram con un 35%, seguida por WhatsApp con 25% y terminando con Facebook (22%).

Tabla 2

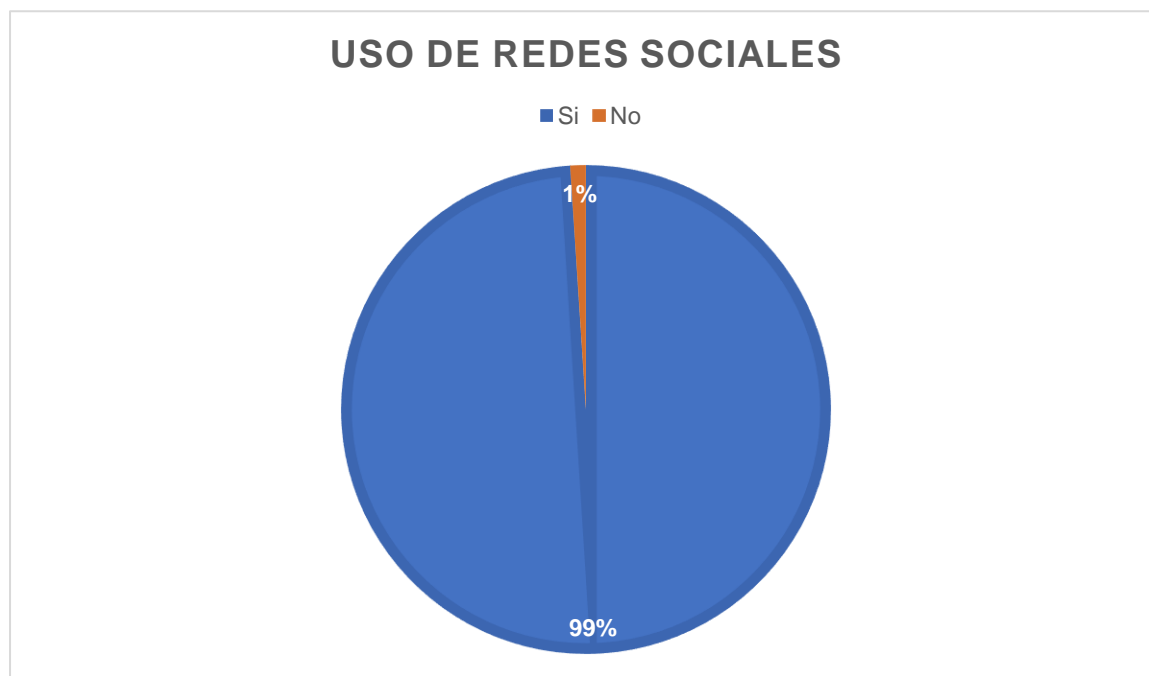
Uso redes sociales en el 2020 y hasta la actualidad

Uso de redes sociales	Cantidad	Porcentaje
Si	123	99%
No	1	1%
Total	124	100%

Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

Figura 4

Uso redes sociales en el 2020 y hasta la actualidad



Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

123 habitantes del barrio “Las Colmenas” han usado redes sociales desde el 2020 hasta la actualidad, y solo 1 habitante ingresó al mundo de redes sociales en el transcurso del año posterior.

Tabla 3

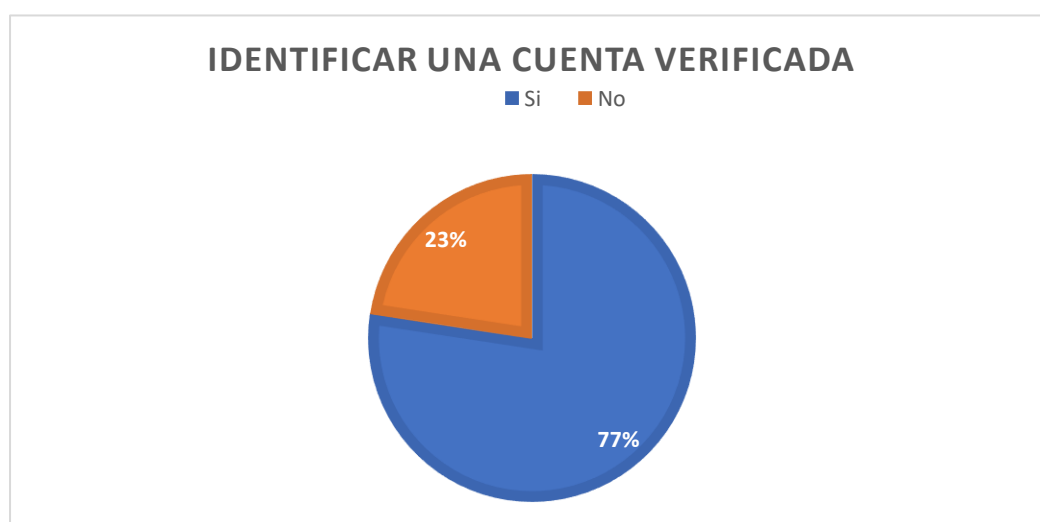
Identificar una cuenta verificada para la difusión de información

Identificar una cuenta verificada	Cantidad	Porcentaje
Si	96	77%
No	28	23%
Total	124	100%

Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

Figura 5

Identificar una cuenta verificada para la difusión de información



Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

El 77% de encuestados saben identificar una cuenta de medio de comunicación verificada, pero el 23% no sabe cual es una con información corroborada y cual no.

Tabla 4

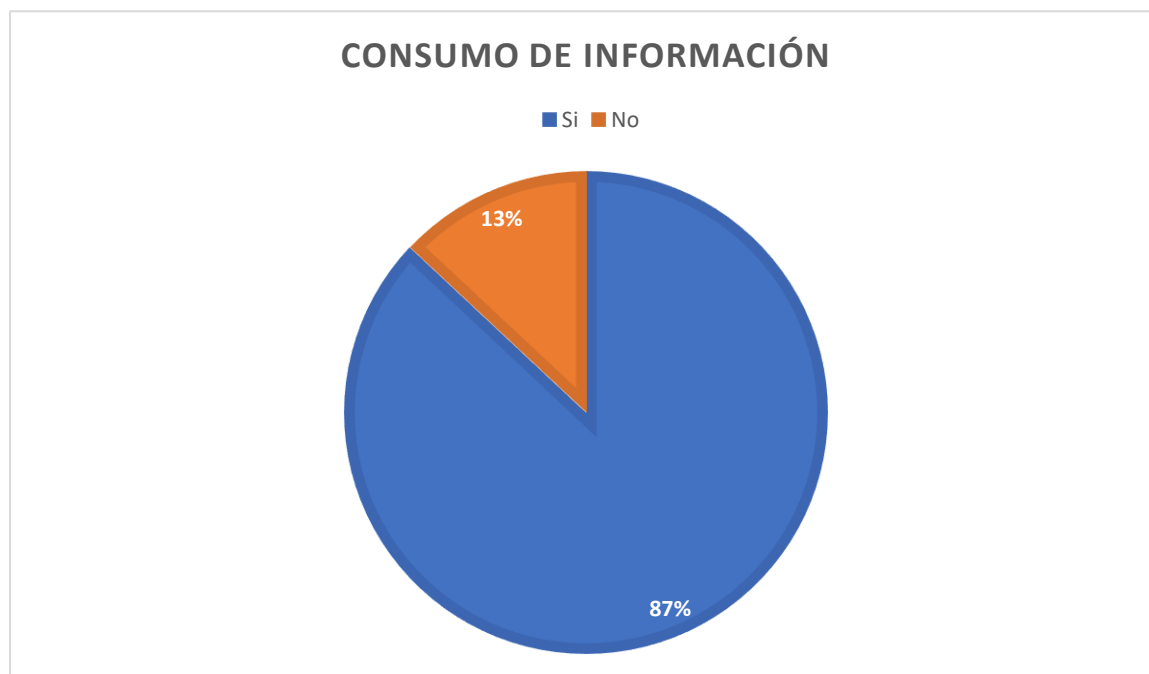
Consumo de información acerca del COVID-19

Consumo de información	Cantidad	Porcentaje
Si	108	87%
No	16	13%
Total	124	100%

Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

Figura 6

Consumo de información acerca del COVID-19



Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

108 habitantes del barrio "Las Colmenas" consumían información respecto a la pandemia del Covid-19, mientras que 16 personas preferían evitar hacerlo.

Tabla 5

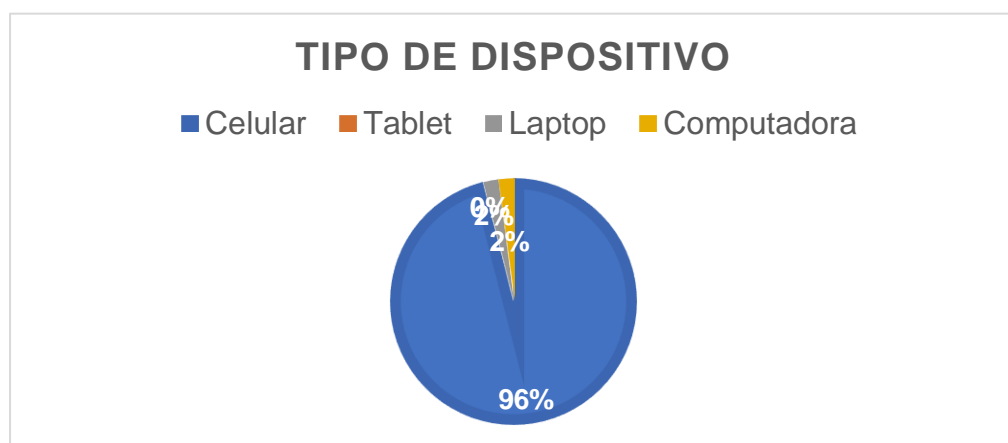
Tipo de dispositivo utilizado para revisar información

Tipo de dispositivo	Cantidad	Porcentaje
Celular	118	96%
Tablet	0	0%
Laptop	3	2%
Computadora	3	2%
Total	124	100%

Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

Figura 7

Tipo de dispositivo utilizado para revisar información



Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

El 96% de encuestados utilizó el celular como dispositivo para revisar la información con respecto al COVID-19, sin embargo, entre la laptop y la computadora la misma cantidad de personas utilizaron (3 en cada una). No obstante, la Tablet es el dispositivo no usado por los habitantes del barrio “Las Colmenas”.

Tabla 6

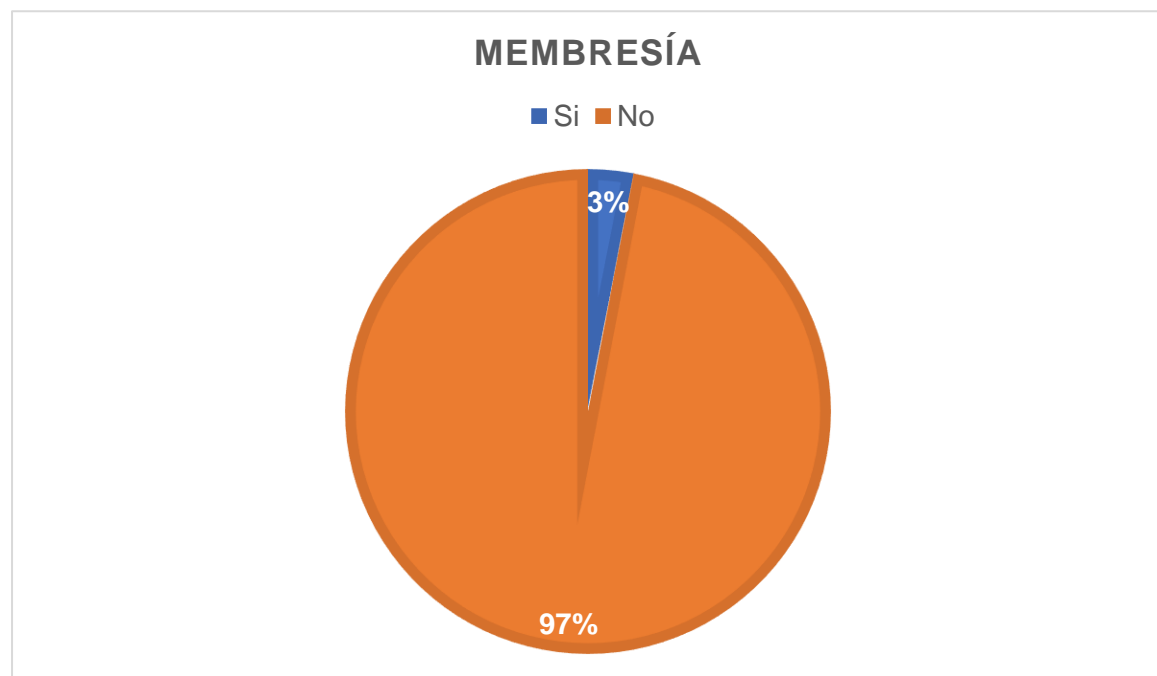
Paga membresía para leer información

Membresía	Cantidad	Porcentaje
Si	4	3%
No	120	97%
Total	124	100%

Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

Figura 8

Paga membresía para leer información



Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

El 97% de encuestados no paga membresía para consumir información exclusiva, pero existe el 3% que si lo realiza.

Tabla 7

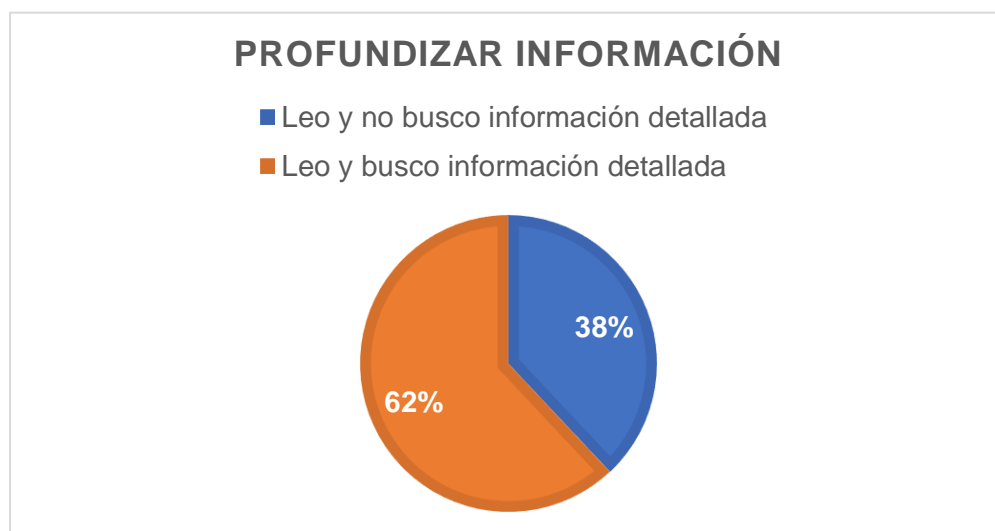
Solo lee lo que ve en redes sociales o busca profundizar más la información

Profundizar información	Cantidad	Porcentaje
Leo y no busco información detallada	47	38%
Leo y busco información detallada	77	62%
Total	124	100%

Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

Figura 9

Solo lee lo que ve en redes sociales o busca profundizar más la información



Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

77 habitantes del barrio “Las Colmenas” buscan más información para profundizar la que leyeron, mientras que 47 encuestados solo se quedan con la primera información adquirida.

Tabla 8

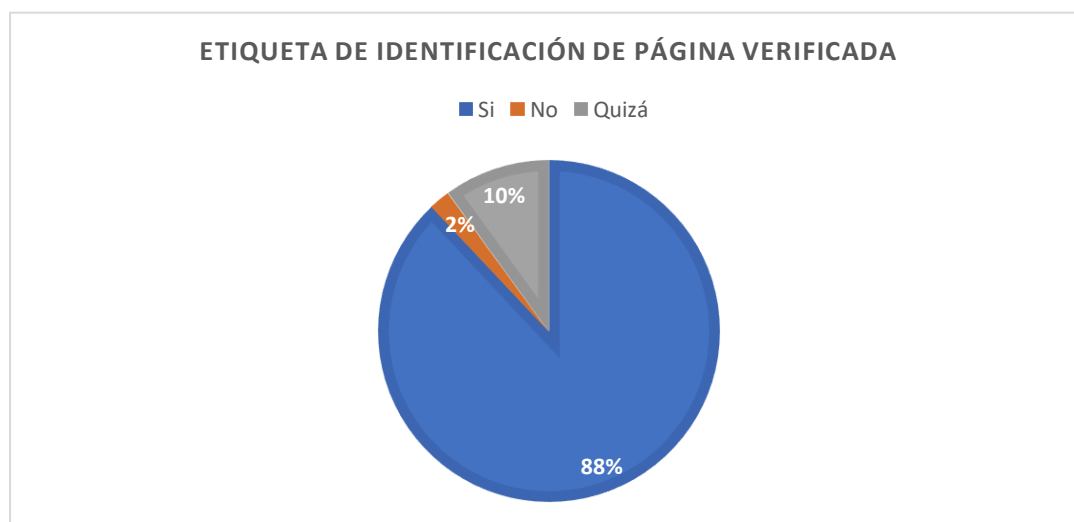
Etiqueta de identificación de página verificada

Etiqueta de página verificada	Cantidad	Porcentaje
Si	109	88%
No	2	2%
Quizá	13	10%
Total	124	100%

Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

Figura 10

Etiqueta de identificación de página verificada



Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

El 88% de encuestados considera necesario que las redes sociales coloquen una etiqueta de verificación a los medios de comunicación registrados para poder identificarlos, mientras que el 2% lo considera innecesario.

Tabla 9

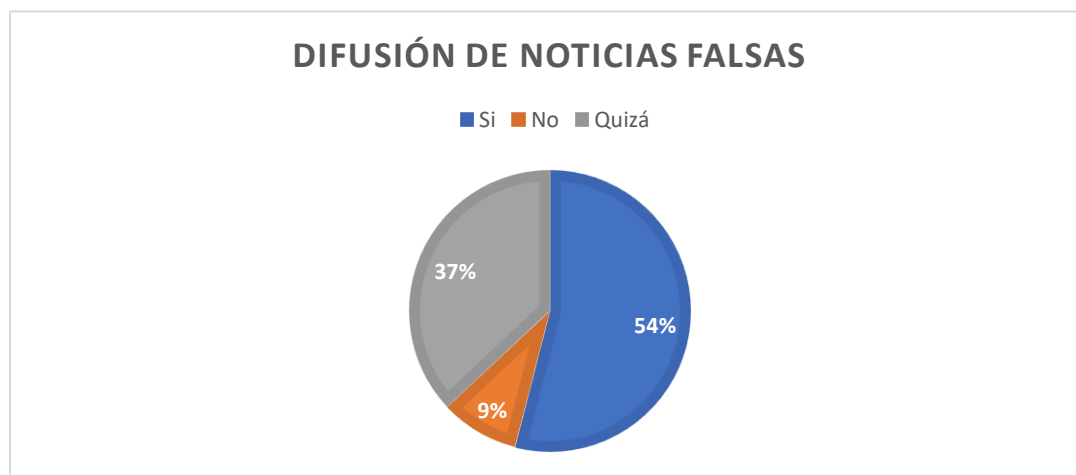
Continuación de difusión de noticias falsas

Difusión de noticias falsas	Cantidad	Porcentaje
Si	67	54%
No	11	9%
Quizá	46	37%
Totales	124	100%

Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

Figura 11

Continuación de difusión de noticias falsas



Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

El 54% de encuestados considera que aún existe la difusión de noticias falsas en redes sociales, mientras que el 9% dice que dejó de suceder y el 37% están indecisos entre si sigue o ya no.

Tabla 10

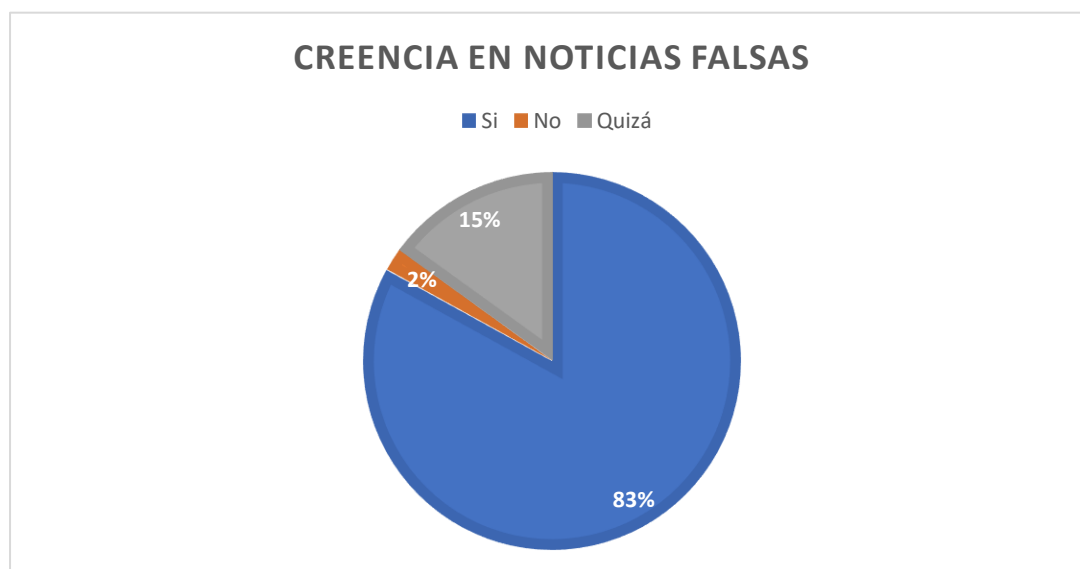
Creencia de la población general en noticias falsas

Creencia en noticias falsas	Cantidad	Porcentaje
Si	103	83%
No	2	2%
Quizá	19	15%
Total	124	100%

Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

Figura 12

Creencia de la población general en noticias falsas



Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

103 habitantes del barrio "Las Colmenas" considera que todos, sin excepción, creyeron en la divulgación errónea de noticias falsas, mientras que 2 habitantes consideran que no todos creyeron en la misma.

Tabla 11

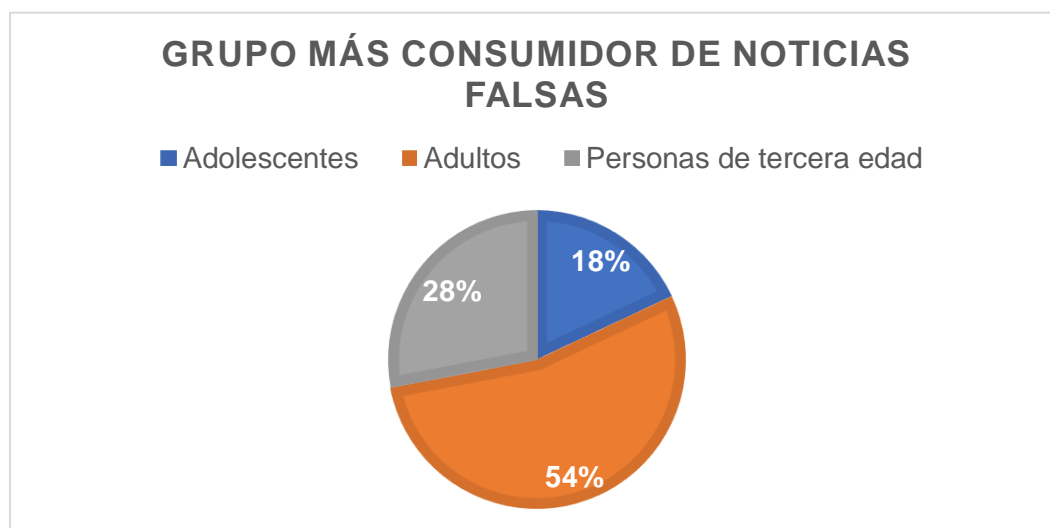
Grupo que consumió más noticias falsas

Grupo más consumidor de noticias falsas	Cantidad	Porcentaje
Adolescentes	22	18%
Adultos	67	54%
Personas de tercera edad	35	28%
Total	124	100%

Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

Figura 13

Grupo que consumió más noticias falsas



Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

El 28% de encuestados considera que las personas de tercera edad fue el grupo más consumidor de noticias falsas, sin embargo, el 57% considera que fueron los adultos, lo que deja a los adolescentes como los menos consumidores de noticias falsas.

Tabla 12

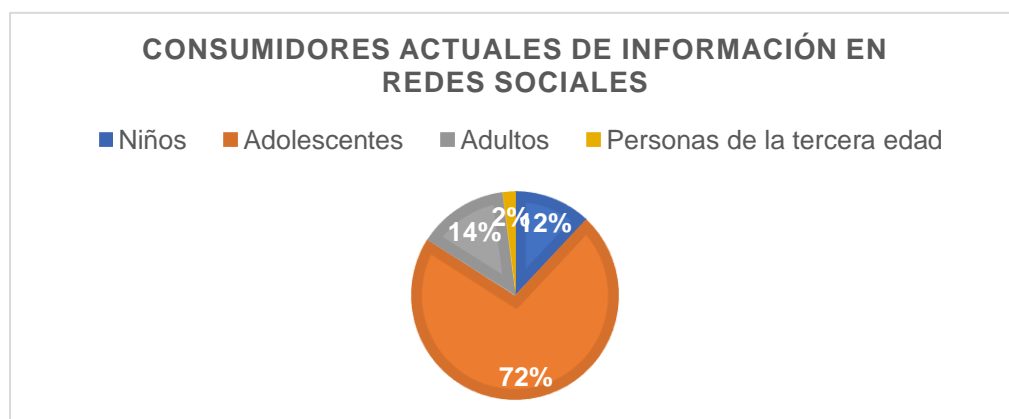
Consumidores actuales de información a través de redes sociales

Consumidores actuales de información en redes sociales	Cantidad	Porcentaje
Niños	15	12%
Adolescentes	89	72%
Adultos	18	14%
Personas de la tercera edad	2	2%
Total	124	100%

Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

Figura 14

Consumidores actuales de información a través de redes sociales



Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

89 personas del barrio “Las Colmenas” considera que actualmente los que consumen más información en redes sociales son los adolescentes, mientras que, los menos consumidores son las personas de tercera edad.

Tabla 13

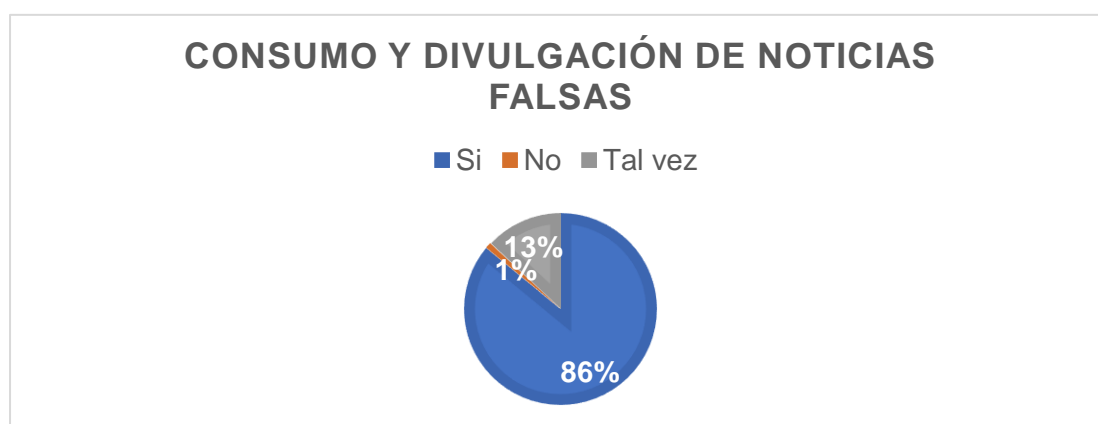
Falta de conocimiento digital implicó el consumo y divulgación de noticias falsas durante la pandemia

Consumo y divulgación de noticias falsas	Cantidad	Porcentaje
Si	106	86%
No	1	1%
Tal vez	17	13%
Total	124	100%

Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

Figura 15

Falta de conocimiento digital implicó el consumo y divulgación de noticias falsas durante la pandemia



Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

El 86% de personas encuestadas (106 personas) considera que la falta de conocimiento digital fue la causa del consumo y divulgación de noticias falsas durante la pandemia, mientras que, el 13% (17) lo consideran una posibilidad.

Tabla 14

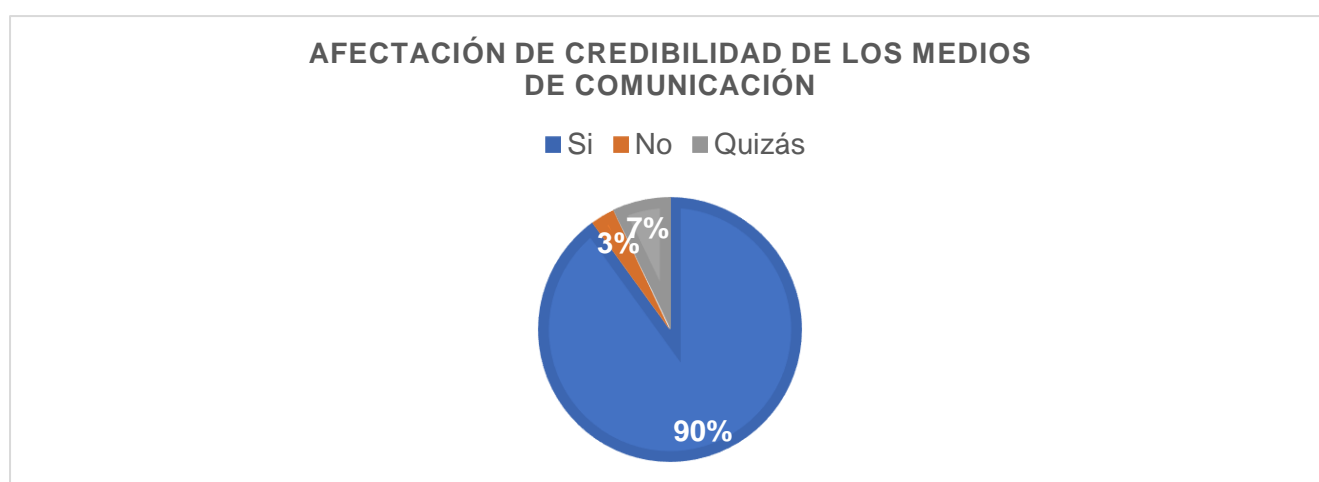
Las noticias falsas afectan la credibilidad de los medios

Afectación de credibilidad de los medios de comunicación.	Cantidad	Porcentaje
Si	111	90%
No	4	3%
Quizás	9	7%
Total	124	100%

Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

Figura 16

Las noticias falsas afectan la credibilidad de los medios



Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

El 90% del grupo encuestado considera que las noticias falsas afectan la credibilidad de los medios de comunicación verificados, mientras que el 3% responde que no afecta en nada.

Tabla 15

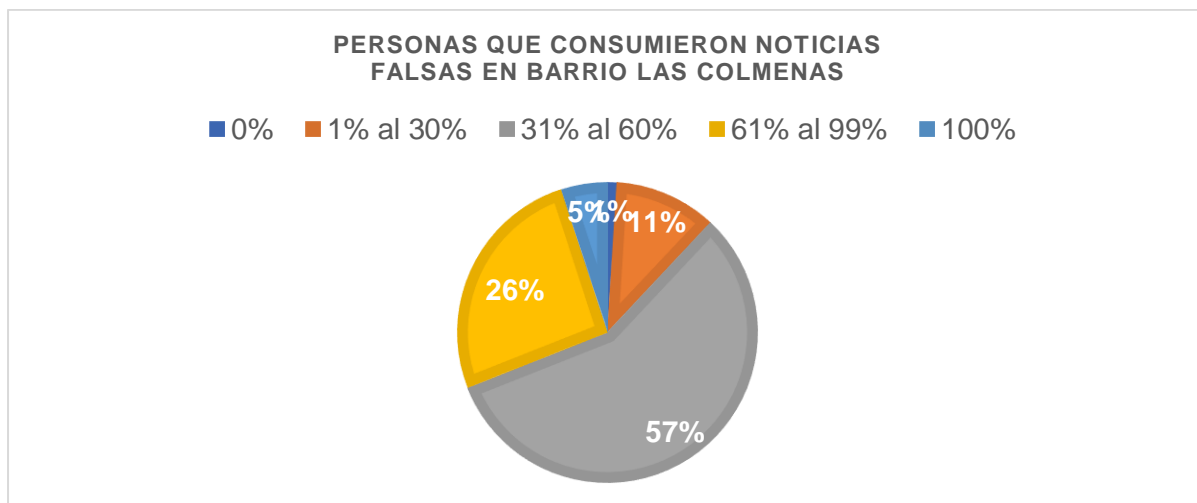
Porcentaje de personas que consumieron noticias falsas en "Las Colmenas"

Personas que consumieron noticias falsas en barrio Las Colmenas	Cantidad	Porcentaje
0%	1	1%
1% al 30%	14	11%
31% al 60%	71	57%
61% al 99%	32	26%
100%	6	5%
Total	124	100%

Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

Figura 17

Porcentaje de personas que consumieron noticias falsas en "Las Colmenas"



Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

71 encuestados respondieron que del 31% al 60% es el porcentaje que consumieron noticias falsas en el barrio investigado, sin embargo, 6 personas contestaron que el 100% llegó a consumir noticias falsas en "Las Colmenas".

Entrevistas

Se realizaron entrevistas a través de la red social WhatsApp. El primer entrevistado es un periodista con trayectoria y el segundo entrevistado es una moradora del sector “Las Colmenas”.

Objetivo de la entrevista

Esta entrevista tiene como objetivo analizar desde dos puntos de vista las publicaciones de Fake news que existieron durante la pandemia de Covid-19.

Uno de los puntos de vista es a través del Mgr. Johnny Alvarado Domínguez, periodista con trayectoria en medios de comunicación como El Telégrafo y formador de futuros periodistas y comunicadores en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

El segundo punto de vista es a través de una habitante de la parroquia Febres Cordero, especialmente el sector a investigar que es el barrio “Las Colmenas”, quien ayudará a ampliar con los conocimientos que ella tiene sobre las noticias falsas.

Tabla 16

Primer bloque de entrevista

Entrevistado/a	1. Identificar una noticia	2. Afectación de las noticias falsas	3. Causas de la propagación inmediata de noticias falsas
Mgr. Johnny Alvarado Domínguez	Tomar como referencia, en primer lugar, la procedencia de la plataforma.	Recuperar la credibilidad entre 15 a 20 años.	Por dar una noticia o por querer sembrar el pánico.

Srta. Gabriela Espinoza Noboa	Dependiendo de la fuente de la que proviene.	Desinformación en la comunidad.	La desinformación sobre una nueva enfermedad.
--------------------------------------	--	---------------------------------	---

Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

En el primer bloque de las entrevistas ambos entrevistados tienen respuestas comunes, es decir, tanto el Sr. Alvarado como la Srta. Espinoza que para identificar una noticia hay que conocer la fuente que proviene y su procedencia, también el Mgtr. Informa que en el ámbito periodístico, una noticia errónea o falsa, puede provocar que la fuente demore años en recuperar su credibilidad, no obstante Gabriela Espinoza resalta que la desinformación en la comunidad es una actividad que genera las noticias falsas.

Y por último, ambos coincidieron en que generar desinformación es una de las causas de la propagación inmediata de noticias falsas, agregándole que es para sembrar pánico en la población.

Tabla 17

Segundo bloque de entrevista

Entrevistado/a	4. Anécdota con noticias falsas	5. Manejo de desinformación
Mgtr. Johnny Alvarado Domínguez	Vi (...) remedios caseros que curaban y después los médicos desmentían.	Ir a los canales de información básica.
Srta. Gabriela Espinoza Noboa	Haber preparado una de las tantas recetas caseras que se difundieron para la prevención de dicha enfermedad.	Informándome por fuentes confiables que lograban tener un argumento sólido.

Elaborado por: Cuenca y Mecias (2023).

En este segundo bloque de las entrevistas se conoce que tanto el periodista como la moradora recibieron y leyeron información falsa entre ellas, la de los remedios caseros para prevenir el COVID-19, sin embargo, el profesional mencionó que el corroborada con información de profesionales en el área de salud, en este caso, los médicos, los mismos que desmentían dicho hecho.

En la última pregunta, los dos entrevistados coinciden que una manera de manejar la desinformación es buscar en canales y fuentes confiables y verificados, los mismos que ayudan a corroborar la información que se está consumiendo.

CONCLUSIONES

La información durante la pandemia del Covid-19 trajo consigo información alterada a la realidad que afectaron la credibilidad a los medios de comunicación al momento de difundir noticias, la cual presentó un desafío a las cuentas verificadas la aceptación de información por parte de los usuarios.

En la investigación se ha concluido que la empresa “Meta” con sus principales redes sociales, que son Facebook, Instagram y WhatsApp, son las plataformas que la comunidad del barrio “Las Colmenas” utilizaron para informarse acorde a los acontecimientos que sucedieron en la pandemia del Covid-19, e incluso actualmente.

Los moradores del barrio “Las Colmenas” a través de la encuesta aseguran que saben diferenciar una cuenta verificada y por ende, esto consolida que la información que comparten es verdadera.

Gran parte de los encuestados confirman que profundizan la información y no solamente se quedan con el lead que aparece en la red social, sino, que se toman el tiempo de abrir los links para indagar la noticia compartida.

RECOMENDACIONES

Se recomienda que las empresas y sus colaboradores compartan información en redes sociales verificadas, la misma que ayudaría a tener más alcance y difusión de las noticias contrastadas.

A pesar de que los moradores aseguran que la información que comparten es de una cuenta verificada, se recomienda contrastar la información por el motivo de que actualmente las redes sociales están vendiendo la etiqueta o logo de verificación, por lo que cualquier persona tiene acceso a esto y no significaría que está compartiendo información real.

Se recomienda a los usuarios complementar la lectura en diferentes medios de comunicación, debido a que, no todos los canales digitales de propagación de información cuentan con la noticia completa o actualizada.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcívar Montalvan, L. E. (2022). *Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/4129>
- Alex Mullo López, P. d. (2021 de marzo de 2021). *SciELO, Revista de Comunicación*. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1684-09332021000100008&script=sci_arttext
- Alvarado, J. (2022). *Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/5256>
- Álvarez-Berastegi, A. G. (2019). *El efecto péndulo de la transición digital. Un estudio cualitativo sobre medios en euskera y en catalán*. Obtenido de <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.64791>
- Andrea Estefanía Apolo Ramírez, F. E. (24 de septiembre de 24). *SciELO*. Obtenido de <https://preprints.scielo.org/index.php/scielo/preprint/view/2993>
- Asanza Ochoa, M. G. (agosto de 2022). *Universidad Católica Santiago de Guayaquil*. Obtenido de <http://201.159.223.180/handle/3317/15070>
- Ayvar, R. (6 de octubre de 2020). *Portal jurídico interdisciplinario*. Obtenido de Oxígeno medicinal: más concentrado que nunca: <https://www.polemos.pe/oxigeno-medicinal-mas-concentrado-que-nunca/>
- Caiche, L. D. (29 de julio de 2021). *UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL*. Obtenido de <http://201.159.223.180/bitstream/3317/16876/1/T-UCSG-POS-MPGC-23.pdf>
- Carballido, J. R. (31 de octubre de 2011). *Portal de revistas científicas*. Obtenido de <https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/3574>
- Chavelo, P. (abril de 2021). *dialnet*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8374402>
- conocimiento, j. I. (15 de 3 de 2013). *LA EDUCACIÓN CENTRADA EN EL APRENDIZ*. Obtenido de *LA EDUCACIÓN CENTRADA EN EL APRENDIZ. CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR*. (25 de enero de 2021). Obtenido de https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- Contreras Ramos, F. J. (2 de junio de 2021). *Registro Nacional de trabajos en el Ecuador*. Obtenido de Propuesta económica y medioambiental para el autoabastecimiento de oxígeno medicinal y gestión logística inversa en empresas prestadoras de salud de la ciudad de Arequipa: <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2862571>

- Del Prete, A. R. (2020). *Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad*. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue1-fulltext-1834>
- Delgado Fernández, T. (2021). *Taxonomía de Transformación Digital*. *Revista Cubana De Transformación Digital*. Obtenido de <https://rctd.uic.cu/rctd/article/view/62>
- Dominguez Ortega, C. J. (2020). *Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/4129>
- Domínguez, D. L. (diciembre de 2013). *SciELO*. Obtenido de https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2013000200014&script=sci_arttext&tlng=pt
- El Periódico. (13 de marzo de 2020). *Los helicópteros no fumigarán ciudades españolas contra el coronavirus*. Obtenido de <https://www.elperiodico.com/es/sociedad/20200316/helicoptero-fumigar-coronavirus-bulo-7892408>
- Felipe García, J. P. (2008). *Universidad de País Vasco*. Obtenido de <http://ftp.informatik.rwth-aachen.de/Publications/CEUR-WS/Vol-318/Garcia.pdf>
- Fernando Irigaray, D. C. (2010). *Periodismo digital en un paradigma de transición*. Obtenido de <http://rehip.unr.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/2133/2030/978-987-1315-93-2.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Figari, Gómez y Zuñiga. (2005). *Oxígeno medicinal: más concentrado que nunca*.
- Freire, F. C. (diciembre de 2013). *Revista latina de comunicación social*. Obtenido de <http://www.cuadernosartesanos.org/cac50.pdf#page=7>
- Galo Alfredo Flores Lagla, J. C. (14 de abril de 2017). *Dialnet*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6119348>
- Gamir-Ríos, J. &. (2022). *Características de la desinformación en redes sociales*. Obtenido de <https://doi.org/10.26439/contratexto2022.n037.5343>
- García-Marín, D. &-O. (2022). *Desinformación anticientífica sobre la COVID-19 difundida en Twitter en Hispanoamérica*. Obtenido de <https://doi.org/10.7764/cdi.52.42795>
- Garrigós, I. M. (7 de julio de 2010). *Universidad Politécnica de Catalunya Barcelona*. Obtenido de <https://upcommons.upc.edu/handle/2099/11859>
- Guido Trujillo Valdiviezo, L. R.-d.-P. (2022). *ransformación digital en América Latina: una revisión sistemática*. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(100), 1519-1536. Obtenido de <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.100.15>
- Intriago Córdova, D. J. (julio de 2022). *Flacso Andes*. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/18698>

- Jordá, M. T. (octubre de 2013). *Portal de Revistas Científicas Complutenses*.
Obtenido de <https://core.ac.uk/reader/38816580>
- Julio Cabrero Almenara, B. O. (11 de noviembre de 2016). *Revista de Educación a Distancia (RED)*. Obtenido de <https://revistas.um.es/red/article/view/275131>
- Katty Paucar Carrión, G. C. (2019). *Laboratorios: un recurso para la innovación*.
Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Katty-Carrion/publication/348350032_Laboratorios_un_recurso_para_la_innovacion_periodistica/links/5ff928eb45851553a02e8342/Laboratorios-un-recurso-para-la-innovacion-periodistica.pdf
- Labarthe, S. (abril de 2020). *Nueva sociedad*. Obtenido de <https://www.nuso.org/articulo/que-pasa-en-ecuador/>
- Ley orgánica de comunicación*. (19 de febrero de 2019). Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
- LEY ORGÁNICA REFORMATORIA A LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN**.
(11 de noviembre de 2019). Obtenido de <https://www.consejodecomunicacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/11/lotaip/LEY%20ORG%C3%81NICA%20REFORMATORIA%20A%20LA%20LEY%20ORG%C3%81NICA%20DE%20COMUNICACI%C3%93N.pdf>
- Linn, M. C. (2002). *University of California, Berkeley. Graduate School of Education*.
Obtenido de file:///C:/Users/Wacho/Downloads/21820-Texto%20del%20art%C3%ADculo-21744-1-10-20060309.pdf
- loei. (2011). **LEY ORGANICA DE EDUCACION INTERCULTURAL. LEY ORGANICA DE EDUCACION INTERCULTURAL, 72.**
- López Núñez, L. F. (2022). *Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil*.
Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/5493>
- López, Ó. (13 de marzo de 2020). *Coronavirus: Desmentido que Montepíncipe no reciba pacientes con Covid-19*. Obtenido de <https://www.redaccionmedica.com/autonomias/madrid/coronavirus-desmentido-que-montepincipe-no-reciba-pacientes-con-covid-19-3588>
- MALDITA.ES. (14 de marzo de 2020). *No, la Comunidad de Madrid no está declarando hospitales como el Montepíncipe "zona limpia" de casos de coronavirus para no mezclar enfermos*. Obtenido de <https://maldita.es/malditobulo/20200314/hospital-montepincipe-atiende-casos-coronavirus/>
- María Cecilia Castillo Valenzuela, L. C. (2016). *Dialnet, Revista Educación y Tecnología*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6148884>

- Mario Grande, R. C. (9 de mayo de 2016). *Revista internacional de investigación e innovación educativa*. Obtenido de <https://www.upo.es/revistas/index.php/IJERI/article/view/1703>
- Martínez, L. (18 de marzo de 2020). *Es falso que helicópteros de la Fuerza Aérea Argentina van a pulverizar desinfectante contra el coronavirus*. Obtenido de <https://chequeado.com/verificacionfb/es-falso-que-helicopteros-de-la-fuerza-aerea-argentina-van-a-pulverizar-desinfectante-contra-el-coronavirus/>
- Mireya Barón Pulido, Á. D. (2020). *Redes sociales y relaciones digitales, una comunicación que supera el cara a cara*. Obtenido de <https://doi.org/10.51660/ripie.v1i1.29>
- Montiel, N. D. (1 de enero de 2000). *Universidad privada Dr. Rafael Belloso*. Obtenido de <http://ojs.urbe.edu/index.php/cicag/article/view/453>
- Nicolás Castro, P. H. (5 de abril de 2021). *Revista consejo de comunicación*. Obtenido de <https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/article/view/26/73>
- Ortiz, M. S. (2016). Alimentación del mango. *Yogurt de manfo*, 60.
- Ossorio Vega, M. Á. (23 de mayo de 2018). *Universidad Complutense de Madrid*. Obtenido de <https://docta.ucm.es/entities/publication/26fb9c76-e9ee-4a2e-af16-0e5aa7d2898d>
- Palmira Chavero, D. I. (abril de 2021). *Dialnet*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8374402>
- Palmira Chavero, D. I. (2021). *Dialnet*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8374402>
- pedagogicos, m. (s.f.). modelos pedagogicos . *modelos pedagogicos* , 10.
- Pérez-Seijo, S., Gutiérrez-Caneda, B., & López-García, X. (2020). *Periodismo digital y alta tecnología: de la consolidación a los renovados desafíos*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10115/17289>
- Piscitelli, A. (20 de septiembre de 2007). *ResearchGate*. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Alejandro-Piscitelli/publication/321354353_Nativos_digitales/links/63e3af97e2e1515b6b7e8414/Nativos-digitales.pdf
- Rachel Schraer, E. L. (06 de abril de 2020). *Coronavirus: las teorías conspirativas sobre el 5G y el covid-19 que llevaron a la quema de mástiles de telefonía celular en Reino Unido*. Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-52182841>
- Ramírez, K. B. (30 de septiembre de 2021). *revista de comunicación y cultura*. Obtenido de <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/uru/article/view/3002>

- Rosa Eugenia García Gómez, J. A.-O. (30 de abril de 2021). *Universidad de Palermo*. Obtenido de <https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/jcs/article/view/4441>
- Salaverría, R. (2019). *Periodismo digital: 25 años de investigación*. Obtenido de <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/69729>
- Salaverría, R., Buslón, N., López-Pan, F., León, B., López-Goñi, I., & Erviti, M.-r.-C. (2020). "Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19". Obtenido de <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>
- Sánchez, M. A. (2017). *Repositorio Digital Institucional de la Universidad Nacional del Sur*. Obtenido de <https://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/4238>
- Scolar, C. A. (31 de julio de 2014). *SpheraPublica*. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/38304747/Gomez_Company-libre.pdf?1437995924=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DResena_Narrativas_Transmedia_Cuando_todo.pdf&Expires=1690828768&Signature=WX4ZbeA1JjcrymRQAuDZYbBqToOuGti79MADyT8H0ycJapXC
- Sesme, B. (2022). *ULVR*. Obtenido de Plan de negocios para la distribución de cilindros de oxígeno : <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/5025>
- Terán, D. M. (22 de septiembre de 2022). *consejo de comunicación*. Obtenido de https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO_REP/2645/1/Entre%20la%20Interpretaci%c3%b3n%20y%20la%20Realidad.pdf
- Vivero Maya, M. S. (20 de diciembre de 2017). *Colegio de comunicación y artes contemporáneas* . Obtenido de <https://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/7081>

ANEXOS

ANEXO 1



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE PERIODISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN PERIODISMO**

ACTIVIDAD

**ENCUESTA A MORADORES DEL BARRIO “LAS COLMENAS” SOBRE LAS FAKE
NEWS Y SUS DERIVACIONES**

ENCUESTADORES

**CUENCA CABRERA MIRIAM CARLA
MECIAS LUCAS WASHINGTON STEVEN**

GUAYAQUIL

2023

1. ¿Qué red social utiliza más para informarse?
 - a. Facebook
 - b. Instagram
 - c. Twitter
 - d. TikTok
 - e. WhatsApp
2. ¿Usted ha utilizado redes sociales en el 2020 y hasta la actualidad?
 - a. Si
 - b. No
3. ¿Usted sabe identificar una cuenta verificada para la difusión de información?
 - a. Si
 - b. No
4. ¿En la pandemia usted consumía información acerca del COVID-19?
 - a. Si
 - b. No
5. ¿Qué tipo de dispositivo usted utiliza para revisar información en redes sociales?
 - a. Celular
 - b. Tablet
 - c. Laptop
 - d. Computadora
6. ¿Paga membresía para leer información de lo que está sucediendo respecto al COVID-19?
 - a. Si
 - b. No
7. ¿Usted solo lee lo que ve en redes sociales o busca profundizar más en la información que consume?
 - a. Leo y no busco información detallada
 - b. Leo y busco información detallada
8. ¿Cree que las redes sociales deberían poner una etiqueta que diga que la página está verificada para difundir información, lo mismo que ayudaría a no caer en noticias falsas?

- a. Si
 - b. No
 - c. Quizá
9. ¿Cree que actualmente se siguen difundiendo noticias falsas respecto al COVID-19 en las redes sociales?
- a. Si
 - b. No
 - c. Quizá
10. ¿Considera que la población en general, sin importar la edad, creyó en la divulgación errónea de las noticias falsas?
- a. Sí
 - b. No
 - c. Quizá
11. ¿Quién cree que consumió más noticias falsas a través de redes sociales en el pico de la pandemia?
- a. Adolescentes
 - b. Adultos
 - c. Personas de la tercera edad
12. ¿Actualmente quién cree que consume más información a través de redes sociales?
- a. Niños
 - b. Adolescentes
 - c. Adultos
 - d. Personas de la tercera edad
13. ¿Cree que la falta de conocimiento digital implicó el consumo y divulgación de noticias falsas durante la pandemia?
- a. Si
 - b. No
 - c. Tal vez
14. ¿Considera usted que las noticias falsas afectan la credibilidad de los medios de comunicación verificados en redes sociales?
- a. Si
 - b. No

c. Quizás

15. ¿Qué porcentaje de personas considera usted que consumieron noticias falsas en pandemia en el barrio Las Colmenas, Sur de Guayaquil?

a. 0%

b. 1% al 30%

c. 31% al 60%

d. 61% al 99%

e. 100%

ANEXO 2



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE PERIODISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN PERIODISMO**

ACTIVIDAD

**ENTREVISTA A PROFESIONAL PERIODISTICA Y A HABITANTE DEL BARRIO “LAS
COLMENAS”**

ENTREVISTADORES

**CUENCA CABRERA MIRIAM CARLA
MECIAS LUCAS WASHINGTON STEVEN**

GUAYAQUIL

2023

CUESTIONARIO PARA ENTREVISTA:

- ¿De qué manera cree usted que se puede identificar una noticia falsa de una verdadera?
- ¿Cómo ha afectado el compartir noticias falsas a la credibilidad de información publicada?
- ¿Cuál cree usted que fue o fueron las causas de que las noticias falsas en pandemia del covid-19 se hayan generado y propagado de forma inmediata y masiva?
- ¿Qué anécdota ha vivido usted con respecto a las noticias falsas sobre la pandemia Covid-19?
- ¿Cómo logró manejar la desinformación que se generó en el pico de la pandemia del Covid-19?

ENTREVISTA A MGTR. JOHNNY ALVARADO DOMÍNGUEZ.

P1.- ¿De qué manera cree usted que se puede identificar una noticia falsa de una verdadera?

R1.- Para el ciudadano común, para el ciudadano que anda en la calle, es fácil identificar una noticia falsa de una verdadera, porque va a tomar como referencia, en primer lugar, la procedencia de la plataforma que es lo importante. Si yo veo que es la Revista Vistazo, el Diario Expreso, El Universo o El Comercio, diarios o medios de comunicación como Ecuavisa o Teleamazonas, no quiero desgredar al resto porque también tienen su prestigio, yo puedo fácilmente darme cuenta que ellos por iniciativa periodística deben de haber contrastado la información, contextualizado la información y verificado, esos son los pasos más básicos, inclusive que la prensa requiere, para tener la veracidad en sus noticias, eso es al ciudadano común.

Al periodista como tal, de hecho, ese es el trabajo del periodista, ahora con las noticias falsas, corroborar que la noticia sea verdadera, ser llamada la fuente, cerciorarse hasta el cansancio. La mejor noticia no es la que se da primero, a veces

los periódicos o los medios de comunicación, cometemos el error de publicar primero o por dar a conocer primero, publicar la información y después que llegue al desmentido que es muy triste para un medio de comunicación, entonces justamente ayer veía una foto en donde está el candidato Villavicencio aparentemente tomado con el Nayib Bukele, que supuestamente le había hecho una visita oficial, y se vio después que la foto era trucada.

Poca gente puede anticipar en realidad cuando una foto es trucada o no, regularmente los editores fotográficos con mucho más aplomo, con mucha más experiencia y sapiencia pueden lograr determinar esto, pero el deber del periodista como tal es no caer en noticias falsas, es complicado, es complicado porque recordemos que estamos en una guerra mediática en que la gente quiere informar mejor, quiere informar rápido, quiere esa inmediatez, quiere levantarse con la primicia, muchísimas veces por la primicia perdemos seguidores, perdemos lectores, perdemos televidentes, radio escucha, dependiendo del medio de comunicación pero verificar para el periodista ese es el trabajo, no caer en la noticia falsa, revisar bien, tener mucha retentiva, tener mucha sagacidad para saber de dónde proviene la información, quién la dio, tratar de buscar el contacto para que lo corrobore o movilizarse hasta ese lugar.

Vivimos en una época en donde los periodistas quieren hacer todo desde su puesto y ese no es el periodismo verdadero. El periodista debe de encontrar mucho argumento cuando la noticia es falsa o verdadera y en el caso de lector, recurrir a las páginas, ya debidamente a las plataformas digitales que dan información de los medios de comunicación, ahí es un poco más fácil que para el periodista.

P2.- ¿Cómo ha afectado el compartir noticias falsas a la credibilidad de información publicada?

R2.- En esta pregunta de cómo ha afectado compartir noticias falsas de la credibilidad de la información pública, mira, en 1998, estamos hablando de hace 25 años, el Diario Expreso que acabó de cumplir 50, claro yo estuve ahí cuando tenía los 25, publica una noticia de un buen periodista, sobre que en la comisión de tránsito, en ese tiempo del Guayas, ahora del Ecuador, habían incautado tres toneladas de drogas, pero resulta que el periodista se equivoca en la interpretación del dato y eran

300 gramos, que era una tarrina de margarina, claro, tres toneladas entra en $\frac{1}{4}$ y nos generó problemas eso, no solo legales si no que, el periódico pierde credibilidad.

Tardó como veinte años en recuperarnos y ustedes que son periodistas jóvenes, sean cautos, sean pacientes. Si no han comprobado hasta el cansancio que lo que ustedes van a darle a su público, recuerden que su público es su lector, su cliente, y su lector no le perdona que le mientan, entonces tómense un poco más de tiempo y busquen información verdadera. Si tienen la mínima duda, pero así, la mínima duda que los van a desmentir, es mejor que no lo publiquen, no lo publiquen porque, publicar un texto falso le toma un medio de comunicación comprobado por media acción por una consultora española que le hace la medición de circulación a casi todos los medios de América Latina, recuperar la credibilidad tarda entre 15 y 20 años para un medio de comunicación.

Hay medios que se cercioran hasta el cansancio, contrastan, contextualizan, comprueban y verifican una y las veces que sean necesarias para salir con la información real, porque al comprometer la credibilidad, estás comprometiendo tu vida profesional. Cuando un periodista pierde la credibilidad, pierde todo.

Yo tuve un periodista que en el Diario Extra, publicó mal una noticia, le había comentado inclusive que esa no era la placa de un patrullero e insistió y la publicó a cuenta de riesgo de él, entonces terminó liquidado con su profesión, nunca más volvió a ejercer el periodismo, nunca más y ese es el gran problema de los periodistas jóvenes, cuando usted pierde credibilidad, usted prácticamente castra su desarrollo profesional, de ahí la importancia de tener buen ojo para saber que es verdadero y falso, de ahí la importancia de tomarse el tiempo de contactar, verificar y contextualizar cualquier información que le llegue a su mano, mucho más si es una denuncia o algo más álgido eso, pero perder la credibilidad en el periodismo es perderlo todo.

P3.- ¿Cuál cree usted que fue o fueron las causas de que las noticias falsas en pandemia del covid-19 se hayan generado y propagado de forma inmediata y masiva?

R3.- Bueno, en la pandemia hay que tomar y tener en cuenta algunas atenuantes, la pandemia primero que nos llega de golpe, aunque habían ciertos resquicios ya desde noviembre del 2019 que venía una pandemia, la gente más vieja,

y ahí me incluyo que teníamos muy al oído, muy a la retina lo que pasó en el años 2008, cuando vino la H1N1 que hasta ciertos puntos, medio cautivó Guayaquil pero después quedó como una gripecita sin sentido, entonces mucha gente pensaba que era algo similar pero que hasta cierto punto, se quedaron tranquilos.

Cuando ya viene la avalancha, se apodera el pánico, algo que nunca lo hemos vivido en el mundo, por los menos la gente que lo recuerda no, porque recuerden que una pandemia viene cada 100 años, en el 2012 hasta el 2020 tuvimos la gripe española y casi 90 - 95 años después, viene el COVID-19, era medio complicado el asunto, entonces era presa fácil porque el ser humano expresa fácil el pánico.

Hay gente que medio escucha algo por ahí y por dar una noticia o por querer sembrar el pánico, porque también hay mucha gente que le gusta sembrar el pánico, mandan información falsa, que si se curaba con tal cosa, que se habían 4 muertos, si habían 10, si habían 50, cuando en realidad era ahí en ese tiempo, ya que era hasta medio complicado contrastar, porque recuerde que la gente pasó encerrada, entonces los únicos que salíamos éramos los periodistas a verificar, a corroborar qué era lo que realmente estaba pasando en la sociedad.

Entonces en una pandemia como el COVID, es muy proclive que la gente comience a sacar conjeturas, que la gente empiece a inventarse cosas por lo mismo de, aumentar el pánico en la sociedad. Entonces lo que la pandemia generó es, esa información falsa, inmediata y cuando ustedes la leían se daban cuenta.

Ustedes como periodistas se pueden percatar cuando un texto carece de fuente, cuando un texto carece de estudio, si no es el médico, no dice el estudio de tal o cual universidad de tal o cual hospital, si no lo dice la gente, entonces cuando carece de fuentes, carece de fuentes que creíbles, fuentes oficiales, fuentes extraoficiales o fuentes oficiosas como dice el manual del periodista, eso no tiene sentido, entonces uno como periodista se puede dar cuenta con facilidad, la gente regularmente lo propaga sin darse cuenta que eso es mentira.

P4.- ¿Qué anécdota ha vivido usted con respecto a las noticias falsas sobre la pandemia Covid-19?

R4.- Anécdotas en si como tal, vi algunas, precisamente más, no me gusta apropiarme de anécdotas ajenas. No, no viví anécdotas complicadas, solo la única y

que no tanto es una anécdota, sino real y es que mi abuela muere el día, pero no de COVID, porque ya muere 95 años con Alzheimer.

Muere el día que Guayaquil registra una cifra histórica de 704 cadáveres y vaya que ese día fue duro, el 5 de abril del 2020 una caja me costó, regularmente que vale 450\$, tuve que comprar en 3.300\$ por la premura, y pues otra anécdota que me parece dolorosa, aparte que lo de mi abuela es a un gran amigo mío, periodista mío, ex estudiante de la Universidad Laica quien tuve el gusto de llevar a el diario El Telégrafo a trabajar y con quién coincidí el sábado 29 de febrero del 2020, cuando dan la rueda de prensa informando que había llegado el COVID-19 al Ecuador, yo llegaba al periódico como editor, siempre fui editor del periódico y esa semana estaba como editor de turno y me informan que van a dar la rueda de prensa.

Yo llegué a las 7 de la mañana el sábado y el único periodista que estaba ahí era Augusto Iturburú, era periodista de deportes, entonces le pedí de favor que haga la cobertura de un tema, no le competía, pero le pedí de favor que lo haga y como periodista lo hizo muy bien, de regreso ese mismo día a casa que vivía cerca, fuimos conversando e incluso lo llevé hasta la casa de él y me preguntó si yo pensaba que eso iba a pasar a mayores, lo del COVID. Le dije que no, mira que mañana es primero de marzo, seguramente alguien lo enviará una semana o dos semanas y se pondrá otra vez en tranquilidad o paz.

Sin embargo, eso al mes y medio generó que Augusto, un gran amigo y gran colega, falleciera con el COVID, entonces vi mucha gente morir, muchos amigos, muchos compañeros, muchos vecinos y fueron épocas muy duras. Vi noticias falsas, remedios caseros que se curaban y después los médicos desmentían. Yo por eso insisto y les pido a los nuevos estudiantes, a los nuevos periodistas que aquí laten mucho la información que le dan a su público, sabemos que el oficio del periodista es complicado y les recuerdo señores que, si ustedes pierden la credibilidad, lo pierden todo.

P5.- ¿Cómo logró manejar la desinformación que se generó en el pico de la pandemia del Covid-19?

R5.- Una de las formas de manejar la desinformación que existe en todo tipo de conmoción, sea nacional y social, como la que estamos viviendo ahora como la delincuencia, es ir a los canales de información básica, pero acá hay otro problema

grave que lo estamos notando, por ejemplo, si vamos al ECU 911 nos van a decir que todo está bien.

Porque es una campaña gubernamental de no exacerbar los ánimos que pasan, que ocurren en el Ecuador con la delincuencia y con el terrorismo, pero si ustedes son aplomados en el oficio, ahí viene la parte dura que es contrastar lo que me están diciendo, es decir, la fuente oficial con lo real.

Yo vi el informe de Guillermo Lasso el 25 de Julio que hablaba de una inversión fabulosa y uno se queda escuchando todo lo que dice el informe, pero realmente en las calles usted no ve eso, entonces hay que tener mucho sentido común.

Bueno en el caso del COVID, fácilmente uno se percataba de que los medios oficiales solapaban cierta información porque ya una cosa era lo que ellos nos decían, el número de contagiados, el número de fallecidos, y otra cosa lo que realmente se percibía en la sociedad.

Entonces hasta que en un momento, tanto fue la presión mediática, es decir, del medio de información de los periodistas, que ellos ya comenzaron a segmentar diciendo, “estos son los contagiados, estos son los fallecidos confirmados y proyectados”, como para decir que no están verificados pero que más o menos se proyecta que este número de fallecidos tenemos, entonces ahí podemos percatar con facilidad que hay un sub registro que es con lo que, muchas veces se lucha fuertemente, porque si por un lado el Estado te pide que seas oficialistas, con la información que tienen ellos, que es la única oficial que existe.

Pero, por otro lado, la sensación del conglomerado es distinta. Guillermo Lazo habla de inversión social y seguridad, pero en la calle la gente está, exacerbada, habla del toque de queda y resulta que en Guayaquil no es que te matan a la hora que no puedes salir, sino que te matan a cualquier hora, entonces en eso hay que tener muchísimo cuidado.

ENTREVISTA A SRTA. GABRIELA ESPINOZA NOBOA.

P1. ¿De qué manera cree usted que se puede identificar una noticia falsa de una verdadera?

R1.- Se puede identificar una noticia falsa de una verdadera dependiendo de la fuente de la que proviene ya que hay varios medios de comunicación el cual se propagan noticias sin respaldo de una fuente confiable y sin un argumento lógico sólido, también distinguir si los sucesos acontecieron recientemente.

P2.- ¿Cómo ha afectado el compartir noticias falsas a la credibilidad de información publicada?

R2.- Ha afectado el nivel de desinformación en la comunidad ya que muchos medios se encargan de compartir información sin veracidad y la confiabilidad de un comunicador queda en tela de duda hacia el receptor.

P3.- ¿Cuál cree usted que fue o fueron las causas de que las noticias falsas en pandemia del covid-19 se hayan generado y propagado de forma inmediata y masiva?

R3.- La desinformación sobre una nueva enfermedad fue la principal causa para generar noticias sin argumentos y el mal uso de estas en varios medios digitales, en los cuales te ofrecían hasta remedios caseros de algo que no estaba diagnosticado.

P4.- ¿Qué anécdota ha vivido usted con respecto a las noticias falsas sobre la pandemia Covid-19?

R4.- Una de mis anécdotas que recuerdo durante la pandemia es haber preparado una de las tantas recetas caseras que se difundieron para la prevención de dicha enfermedad que al pasar de los días eran desmentidas por fuentes fidedignas de salud que en su momento aseguraban que no había vacuna ni tratamiento para tal padecimiento.

P5.- ¿Cómo logró manejar la desinformación que se generó en el pico de la pandemia del Covid-19?

R5.- Informándome por fuentes confiables que lograban tener un argumento sólido en su información con respecto a la propagación y la prevención del virus Covid-19, también es fundamental repasar los datos presentados en el artículo de la misma manera se debe tener especial cuidado con los mensajes que afirman ser de profesionales médicos.