



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

Fake news sobre el COVID-19 en las fanpage de noticias de Facebook de la ciudad de
Riobamba, 2021

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Licenciada en Ciencias de
la Comunicación Social

Autor/a:

Cinthya Fernanda Idrovo De La Cruz

Tutor:

Mgs. Julio Bravo Mancero

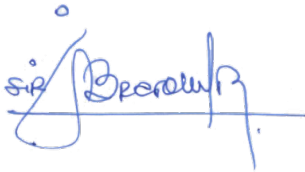
Riobamba – Ecuador. 2022

INFORME DEL TUTOR

Yo, Julio Bravo Mancero, en mi calidad de Tutor del trabajo de investigación titulado “FAKE NEWS SOBRE EL COVID-19 EN LAS FANPAGE DE NOTICIAS DE FACEBOOK DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, 2021”, luego de haber revisado el desarrollo de la investigación elaborado por la señorita Cinthya Fernanda Idrovo De La Cruz, tengo a bien informar que el trabajo indicado cumple con los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la defensa pública y evaluado por el tribunal designado.

Riobamba, 21 de marzo de 2022

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Julio Bravo Mancero', with a horizontal line drawn through the bottom of the signature.

Julio Bravo Mancero

TUTOR

DERECHOS DE AUTOR

Yo, Cinthya Fernanda Idrovo De La Cruz, declaro que soy responsable de los escritos emitidos en el proyecto de investigación titulado: “FAKE NEWS SOBRE EL COVID-19 EN LAS FANPAGE DE NOTICIAS DE FACEBOOK DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, 2021”. Además, afirmo que los textos de otra fuente están debidamente citados y referenciados. Autorizo a la Universidad Nacional de Chimborazo hacer uso de los contenidos para fines académicos.

Riobamba, 21 de marzo de 2022.



Cinthya Fernanda Idrovo De La Cruz

C.I. 060542538-8

Estudiante



DICTAMEN DE CONFORMIDAD DEL PROYECTO ESCRITO DE INVESTIGACIÓN

Facultad: Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas

Carrera: Carrera de Comunicación Social

1. DATOS INFORMATIVOS DOCENTE TUTOR Y MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Tutor: Dr: Julio Bravo Mancero **Cédula:** 0602447005
Miembro tribunal: Mgs: Guillermo Zambrano **Cédula:** 0601989882
Miembro tribunal: Mgs. Maria Belen Avalos **Cédula:** 0604267518

2. DATOS INFORMATIVOS DEL ESTUDIANTE

Apellidos: Idrovo De La Cruz

Nombres: Cinthya Fernanda **C.I / Pasaporte:** 060542538-8

Título del Proyecto de Investigación: "Fake news sobre el COVID-19 en las fanpage de noticias de Facebook de la ciudad de Riobamba, 2021".

Dominio Científico:

DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y EDUCATIVO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA INSTITUCIONALIDAD DEMOCRÁTICA Y CIUDADANA.

Línea de Investigación: Comunicación y Cultura

3. CONFORMIDAD PROYECTO ESCRITO DE INVESTIGACIÓN

Aspectos	Conformidad Si/No	Observaciones
Titulo	SI	
Resumen	SI	
Introducción	SI	
Objetivos: general y específicos	SI	
Estado del arte relacionado a la temática de investigación	SI	
Metodología	SI	
Resultados y discusión	SI	
Conclusiones y recomendaciones	SI	
Referencias bibliográficas	SI	
Apéndice y anexos	SI	

Fundamentado en las observaciones realizadas y el contenido presentado, **SI (X) /NO ()** es favorable el dictamen del Proyecto escrito de Investigación, obteniendo una calificación de **9.50** sobre 10 puntos.



Firmado electrónicamente por:
JULIO ADOLFO
BRAVO MANCERO

Dr. Julio Adolfo Bravo
DOCENTE TUTOR



Firmado electrónicamente por:
MARIA BELEN
AVALOS TORRES

Mgs. Maria Belen Avalos
MIEMBRO DEL TRIBUNAL



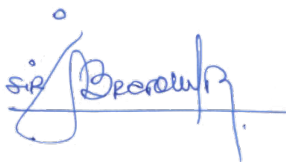
Firmado electrónicamente por:
RAUL GUILLERMO
ZAMBRANO PONTON

Mgs. Guillermo Zambrano
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICACIÓN

Que, **CINTHYA FERNANDA IDROVO DE LA CRUZ** con CC: 0605425388 estudiante de la Carrera de **COMUNICACIÓN SOCIAL**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado “Fake news sobre el COVID-19 en las fanpage de noticias de Facebook de la ciudad de Riobamba, 2021”, que corresponde al dominio científico **DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y EDUCATIVO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA INSTITUCIONALIDAD DEMOCRÁTICA Y CIUDADANA** y alineado a la línea de investigación **COMUNICACIÓN Y CULTURA**, cumple con el **2%**, reportado en el sistema Antiplagio nombre del sistema, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 03 de mayo de 2022



Doctor. Julio Bravo Mancero
DOCENTE

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo va dedicado con todo mi cariño a mis padres JOSÉ IDROVO y NORMA DE LA CRUZ, quienes han sido el motor que me impulsa a seguir adelante, con su infinito amor, comprensión, apoyo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy.

A mis hermanos Gerardo, Miriam, Elizabeth, María José, por estar siempre presentes, acompañándome y por el apoyo moral, que me brindaron a lo largo de esta etapa de mi vida.

A mis queridos sobrinos, Kenneth, Ronny, Thiago, Liam, Aarón, Joseph, quienes han sido mi inspiración a superarme y ser mejor; quiero dedicar este trabajo a ellos, que han impulsado en mi el deseo de dejar una huella en su vida de ejemplo y dedicación.

A todas las personas que me han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que me abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Cinthy F. Idrovo De La Cruz

AGRADECIMIENTO

A Dios principalmente y la Santísima Virgen de Guadalupe, por haberme dado la vida, por ser mi fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad a lo largo de esta trayectoria, gracias por permitirme cumplir con una meta más en mi vida con su bendición.

A la Universidad Nacional de Chimborazo, a las autoridades de la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por abrirme las puertas y permitir formarme como profesional.

A nuestros docentes de la carrera de Comunicación Social, por haber compartido sus conocimientos y experiencias a lo largo de la preparación de nuestra profesión, de manera especial, al doctor Julio Adolfo Bravo Mancero, tutor de mi proyecto de investigación quien supo guiarme, con su colaboración, dirección, rectitud, enseñanza, permitió el desarrollo de este trabajo.

A todos mis amigos, vecinos y futuros colegas que me ayudaron de una manera desinteresada, gracias infinitas por toda su ayuda y buena voluntad.

Finalmente, quiero expresar mi sincero agradecimiento a mis padres por ser los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en mí, por los consejos, valores y principios que me han inculcado. Gracias a ustedes, he llegado a realizar uno de mis anhelos más grandes de mi vida, fruto del inmenso apoyo, amor y confianza que en mi se depositó y con los cuales he logrado terminar mis estudios profesionales que constituyen el legado más grande que pudiera recibir y por lo cual les viviré eternamente agradecido. Con cariño y respeto.

Cinthya F. Idrovo De La Cruz.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	
INFORME DEL TUTOR	
DERECHOS DE AUTOR	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
ÍNDICE GENERAL	
ÍNDICE DE TABLAS	
ÍNDICE DE FIGURAS	
RESUMEN	
INTRODUCCIÓN	16
CAPÍTULO I	17
1 MARCO REFERENCIAL	17
1.1 Planteamiento del problema	17
1.2 Formulación del problema	18
1.3 Objetivos	18
1.3.1 General	18
1.3.2 Específicos	18
CAPÍTULO II	19
2 MARCO TEÓRICO	19

2.1	Estado del arte	19
2.2	La comunicación	20
2.2.1	Teorías de la comunicación	21
2.2.2	Modelos de comunicación	23
2.2.3	Periodismo	25
2.2.4	Fake news	28
2.3	Redes sociales	28
2.3.1	Fanpage	29
CAPÍTULO III.....		31
3	METODOLOGÍA.....	31
3.1	Método de investigación	31
3.2	Tipo de investigación	31
3.3	Diseño de la investigación	32
3.4	Población y muestra	32
3.4.1	Población	32
3.4.2	Muestra	33
3.5	Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	33
3.5.1	Técnicas de investigación	33
3.5.2	Instrumentos de investigación	35
CAPÍTULO IV		36
4	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	36

4.1	Resultados	36
a)	Análisis de contenido.....	36
4.2	Resultados de la entrevista.....	47
CAPÍTULO V.....		55
5	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	55
5.1	Conclusiones	55
5.2	Recomendaciones.....	55
CAPITULO VI		57
6	MARCO PROPOSITIVO.....	57
6.1	Manual de buenas prácticas para las fanpage	57
6.1.1	Justificación	57
6.1.2	Objetivo general.....	57
6.1.3	Objetivos específicos	57
6.1.4	Estrategias	58
6.1.5	Buenas prácticas de comunicación en las fanpage	58
REFERENCIAS		60
ANEXOS		60

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Resumen de contenido falso en el medio digital El Boletín de Riobamba.....	36
Tabla 2: Resumen de contenido falso en el medio digital Radio Bonita 89.3 FM.....	37
Tabla 3: Resumen de contenido falso en el medio digital Riobamba Digital (a).....	37
Tabla 4: Resumen de contenido falso en el medio digital Riobamba Digital (b).....	37
Tabla 5: Resumen de contenido falso en el medio digital Ahora Riobamba (a)	38
Tabla 6: Resumen de contenido falso en el medio digital Ahora Riobamba (b).....	38
Tabla 7: Resumen de contenido falso en el medio digital Ahora Riobamba (c)	39
Tabla 8: Resumen de contenido falso en el medio digital Ahora Riobamba (d).....	40
Tabla 9: Resumen de contenido falso en el medio digital el Diario de Riobamba (a) ...	41
Tabla 10: Resumen de contenido falso en el medio digital El Diario de Riobamba (b)	41
Tabla 11: Resumen de contenido falso en el medio digital Elespecial-noticias (a)	42
Tabla 12: Resumen de contenido falso en el medio digital Elespecial-noticias (b)	43
Tabla 13: Resumen de contenido falso en el medio digital Elespecial-noticias (c)	43
Tabla 14: Resumen de contenido falso en el medio digital Elespecial-noticias (d)	44
Tabla 15: Resumen de contenido falso en el medio digital Elespecial-noticias (e)	44
Tabla 16: Resumen de contenidos falsos en el medio digital Noticias de Riobamba (a)	45
Tabla 17: Resumen de contenidos falsos en el medio digital Noticias de Riobamba (b)	45
Tabla 18: Resumen de contenidos falsos en el medio digital Noticias de Riobamba (c)	46
Tabla 19: Resumen de contenido falso en el medio digital Noticias de Riobamba (d)..	46

Tabla 20: Resumen de contenido falso en el medio digital La Prensa de Riobamba.....	47
Tabla 21. Entrevista a Christian Espinoza.....	48
Tabla 22. Entrevista a Jorge Cruz.....	48
Tabla 23. Matriz de coincidencias de las entrevistas.....	49

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Modelos teóricos de la comunicación.....	23
Figura 2: Modelo matemático de Shanon y Weaver.....	25
Figura 3: Flujo de actividades de análisis de contenido	33
Figura 4: Proceso de realización de entrevistas	34

RESUMEN

La investigación se planteó como objetivo identificar las fake news sobre el COVID-19 en las fanpage de noticias de Facebook de la ciudad de Riobamba durante el año 2021, para lo cual se aplicó los métodos científico, deductivo y analítico; el estudio fue bibliográfico-documental, descriptivo y cualitativo, y su diseño no experimental. El desarrollo del trabajo se realizó con la selección aleatoria de 20 noticias publicadas en 12 fanpage, utilizando como técnicas de investigación el análisis de contenido y la entrevista aplicada a dos profesionales de la comunicación social. Los resultados de la investigación indican que las fake news identificadas se caracterizan por no incluir titulares que anticipen el contenido, la información varía dentro de un mismo contexto o está fuera de él, se omite la citación de fuentes, además que la redacción muestra una clara intención de influir en sus seguidores solo por aumentar el ranking. Ante esta situación los expertos coinciden en que las fake news buscan principalmente desinformar situación que desvirtúa la profesión del periodista y afecta la veracidad de los medios de comunicación. Esto se confirma con la recurrencia de publicaciones que no cumplen con los estándares en cuanto a su contenido y que permiten que estas se compartan indiscriminadamente. Como aporte del trabajo realizado se elaboró un manual de buenas prácticas de comunicación para que sea aplicada en las fanpage.

Palabras clave: fake news, COVID-19, fanpage, desinformación, influencia, lectores.

ABSTRACT

The goal of this research was to identify the fake news about COVID-19 in Facebook news fan page of the city of Riobamba during the year 2021, for which the scientific, deductive and analytical methods were applied; the study was bibliographic-documentary, descriptive and qualitative, and its design was non-experimental. The development of the work was carried out with the random selection of 20 news items published in 12 fan pages, using content analysis and the interview applied to two social communication professionals as research techniques. The results of the investigation indicate that the fake news identified are characterized by not including headlines that anticipate the content, the information varies within the same context or is outside of it, the citation of sources is omitted, in addition to the fact that the wording shows a clear intention to influence their followers just to increase the ranking. Given this situation, experts agree that fake news mainly seeks to misinform a situation that distorts the journalist's profession and affects the veracity of the media. This is confirmed by the recurrence of posts that do not meet standards in terms of content and that allow them to be shared indiscriminately. As a contribution to the work carried out, a manual of good communication practices was prepared to be applied in the fan pages.

Keywords: fake news, COVID-19, fan page, disinformation, influence, readers.



Firmado electrónicamente por:

**HUGO ALONSO
SOLIS**

Reviewed by:
Mgs. Hugo Solis Viteri
**ENGLISH
PROFESSOR**

C.C. 0603450438

INTRODUCCIÓN

La evolución de la tecnología ha permitido la creación de formas de comunicación diferentes a las tradicionales, especialmente con la Internet, a través de la cual las redes sociales se han convertido en el modo de acceder a la información de manera más rápida. Facebook es una de estas redes sociales que se utilizan para la trasmisión de noticias que no siempre corresponden a la verdad, ya que los intereses personales de quienes las transmiten han dado origen a las fake news (noticias falsas) que diariamente aparecen en las conocidas fanpage, causando desinformación a quienes siguen estas páginas y malestar a quienes cumplen la labor correcta de informar según fuentes oficiales.

El propósito de la investigación es identificar y analizar las fake news relacionadas con el COVID-19 que se encuentran disponibles en las fanpage de noticias de Facebook de la ciudad de Riobamba durante el año 2021, ya que es importante investigar la repercusión que tienen las noticias falsas en la opinión de las personas y la rapidez como estas se propagan.

El desarrollo de la investigación se presenta en cuatro capítulos. El primero, corresponde al marco referencial en el cual se incluyen aspectos generales sobre el problema de estudio dentro de un espacio y tiempo específicos; además, se definen los objetivos que se desean alcanzar.

El segundo capítulo contiene el estado de arte sobre las fake news y las fanpage, información que se tomó de libros, textos, artículos científicos, documentos electrónicos, entre otros. El tercer capítulo se refiere a la metodología utilizada, es decir al método, tipo y diseño de la investigación; además determina la población objeto de estudio y los instrumentos utilizados para la recolección de información.

En el cuarto capítulo se exponen los resultados obtenidos con la aplicación de los instrumentos, los que se han analizado e interpretado. Como aporte al manejo correcto de la información se elaboró un manual de buenas prácticas para las fanpage de noticias. Finalmente, en el capítulo cinco, y con base en los resultados, se dan las conclusiones que responden a los objetivos planteados, para finalmente expresar las recomendaciones correspondientes.

CAPÍTULO I

1 MARCO REFERENCIAL

1.1 Planteamiento del problema

La comunicación es importante en todos los ámbitos y para todas las personas, al ser la forma de conocer qué sucede en la sociedad. Aún cuando siempre ha existido información falsa, las redes sociales han provocado que mayor número de personas tengan acceso a ella y que su propagación ocasione preocupación, especialmente en este tiempo de pandemia, donde las restricciones para salir y relacionarse incrementó el uso de estas redes de comunicación.

En la actualidad la internet es una fuente de información, estos datos no están regulados y su veracidad es cuestionable, para la mayoría de los usuarios es difícil juzgar la fiabilidad de los datos sobre salud que proviene de internet. Esta información puede influir en los usuarios, sin embargo, muchas veces carece de sustento científico ya que cualquiera puede cargar contenido. Las noticias falsas sobre COVID-19 en redes sociales representan un riesgo para la salud pública ya que puede disminuir la eficacia de las campañas dirigidas a la salud, la conciencia y el bienestar de los ciudadanos.

Las noticias erróneas a menudo están narradas en un carácter personal o de opinión y la mayoría de las veces inducen miedo y ansiedad. En la actualidad estas noticias son un problema ya que a menudo los usuarios no tienden a evaluar la información que leen, y muchas veces son causa de las compras de pánico o el consumo de medicamentos sin receta médica. A pesar que en las redes sociales se está tratando de regular la información, no se ha podido detener las teorías conspirativas, estafas y engaños a través de internet.

Al igual que en otras partes del mundo, los habitantes de la ciudad de Riobamba tienen acceso a la información falsa que se difunde rápidamente a través de las interacción en las redes sociales, especialmente por las fanpages de Facebook. Noticias como el incremento de los contagios, hospitales sin espacio disponibles, muertes atribuidas al COVID-19 a pesar de no tener ninguna relación, remedios caseros o medicamentos que personas contagiadas tomaron y supuestamente se recuperaron, son ejemplos de desinformación que una y otra vez es reenviada. Incluso han llegado a presentar

estadísticas de contagios, muertes y recuperación que no provienen de ninguna fuente oficial.

1.2 Formulación del problema

¿De qué manera incidió las fake news sobre el COVID-19 en las fanpage de noticias de Facebook de la ciudad de Riobamba?

1.3 Objetivos

1.3.1 General

Identificar las fake news sobre el COVID-19 en las fanpage de noticias de Facebook de la ciudad de Riobamba, 2021.

1.3.2 Específicos

- Determinar los elementos que contienen las fake news.
- Establecer la recurrencia del uso de las fake news en las fanpage de noticias de Facebook de la ciudad de Riobamba, 2021.
- Elaborar un manual de buenas prácticas para las fanpage.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Estado del arte

Para identificar los antecedentes investigativos que tienen relación con las variables de estudio se acudió a los repositorios digitales de las universidades ecuatorianas y a internet para acceder a los artículos científicos. De esta revisión se presentan a continuación un resumen de estos trabajos de investigación.

Apolo, Tusa, y Román (2021), en el artículo titulado “Fake news e incremento desinformativo durante el estado de excepción 2020: Caso el Mercico, Ecuador”, manifiestan que se analizó cómo el ecosistema mediático favorece la creación y proliferación de fake news teniendo como resultado que los temas más propensos a ser foco de noticias falsas son los de carácter político y de salud, ya que justamente durante el período de análisis de la página estudiada, ocurrió la crisis sanitaria por la COVID-19 y se originaron casos de corrupción, relacionados con insumos médicos, en hospitales públicos del país.

Gutiérrez-Coba, Coba-Gutiérrez y Gómez-Díaz (2020) en el artículo “Noticias falsas y desinformación sobre el COVID-19: análisis comparativo de seis países iberoamericanos”, indican:

Los productores de desinformación y noticias falsas encuentran en el temor, la incertidumbre en tiempos de pandemia y las redes sociales virtuales facilitadores para su difusión, haciendo más difícil su detección para expertos y legos en el tema. Las tipologías diseñadas para la identificación y clasificación de bulos permiten su análisis desde perspectivas teóricas como las cámaras de eco, las burbujas de filtro, la manipulación de la información y la disonancia cognitiva. La intención de bulo más común fue de carácter ideológico, asociada con temas como los falsos anuncios de gobiernos, organizaciones o personajes públicos, así como con la técnica de contexto falso para su elaboración. Una cuarta parte de los bulos analizados se repitieron en varios países, promoviendo principalmente falsas curas con contenidos fabricados como técnica de engaño. Desinformar es un fenómeno de manipulación y filtraje basado en la coincidencia ideológica y

emocional que comparten quienes circulan bulos. La (des)información que converge con los intereses de sus usuarios, hace que su difusión se haga de manera indiscriminada y facilite su transnacionalidad, con leves modificaciones, sin que esto afecte su aceptación y su recirculación.

Aguirre (2020), en el trabajo de investigación titulado “Fake news en redes sociales durante la pandemia: análisis Comparativo Facebook Whatsapp, cantón Alfredo Baquerizo Moreno”, concluye:

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

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

Estos trabajos evidencian que las redes sociales se han convertido en un medio de comunicación que más rápido divulga información, sea esta verdadera o falsa. En lo que respecta a las noticias falsas, estas se difunden con tanta rapidez porque los adeptos a estas páginas no verifican la calidad de las noticias, reenviándola o compartiéndola inmediatamente la reciben.

2.2 La comunicación

Comunicar es la acción de compartir algo, como ya lo indicaron Ruesch y Bateson (1965) al decir que la comunicación enlaza los procesos mediante los cuales las personas se influyen bilateralmente. La comunicación surge de la necesidad de mantener relaciones con los demás a través del intercambio de ideas, las cuales cambian y evolucionan constantemente de acuerdo al entorno en el cual los seres humanos viven

y se desarrollan. Al ser un proceso que conecta al emisor y al receptor, necesita de un espacio y tiempo determinados para que la información que se trasmite y/o intercambia sea comprendida e interpretada según su propósito original.

2.2.1 Teorías de la comunicación

Con posterioridad a la Segunda Guerra Mundial la comunicación de masas y sus investigaciones tuvieron un gran auge, especialmente en los Estados Unidos, donde “se formaron importantes centros de investigación que ayudaron a comprender los efectos de los mensajes transmitidos por los medios de comunicación masivos” (Santos, 2012, p. 34), es decir cómo se persuadía a los individuos ante tal o cual información. El dinamismo constante de la comunicación ha dado origen a varias teorías de cómo se logra la interacción para transmitir los mensajes a la sociedad y cómo estos son acogidos e interpretados, especialmente cuando se trata de la comunicación a las grandes masas; entre ellas se encuentran tres teorías: funcionalismo, estructuralismo y crítica.

Funcionalismo

Algunos de las primeras investigaciones multidisciplinarias en materia de comunicación de masas se realizaron en los Estados Unidos, donde consideran a Paul Lazarsfeld, Kurt Lewin, Harold Lasswell y Carl Hovland, como los fundadores de la comunicación moderna. Los funcionalistas dirigieron sus estudios a la conducta buscando “determinar por qué los humanos se comportan en la forma que lo hacen y las funciones de los medios en la cotidianidad de los individuos” (Santos, 2012, p. 48); estableciendo que la intención continua de los medios de comunicación es generar un efecto sobre quienes reciben la información, mientras que a su vez estos satisfacen las necesidades del emisor.

En 1948, Lasswell, estructura el proceso comunicativo con cinco elementos que responden a cinco cuestiones: quién da el mensaje, cuál es el contenido que se transmite, a quién va dirigido el mensaje, cuál es el canal que se utiliza; y, cuál es su efecto. Además, identificó como funciones sociales de los medios de comunicación a tres aspectos: (1) la supervisión del entorno; (2) la relación de los componentes de la sociedad para producir una respuesta al entorno; y, (3) la transmisión de cultura.

La conceptualización de las relaciones existentes entre los medios de comunicación y la sociedad, la publicó Charles Wright en el ensayo “Análisis funcional y comunicación masiva” en 1960, en él menciona que el objetivo de esta relación es “articular las funciones y las disfunciones latentes y manifiestas de las transmisiones periodísticas informativas, culturales, de entretenimiento, respecto a la sociedad, los grupos, el individuo, el sistema cultural” (Comunicólogos.com, 2022). Esta teoría centra sus esfuerzos en analizar las funciones desempeñadas por los medios de comunicación de masas en la sociedad, entendiendo que la comunicación asume el rol que contribuye a la construcción de relaciones dentro del sistema social.

Estructuralismo

Esta teoría nació en el siglo XX, enfocándose en las ciencias humanas y sociales, al tener como eje de su análisis el pensamiento y el comportamiento humano en una realidad presente.

Intelectuales como Roland Barthes, Algirdas Julien Greimas, Christian Metz, entre muchos otros, se enfocaron en la semiótica, destacando la necesidad de mantener un estudio cuidadoso tanto del lenguaje como de las imágenes y toda suerte de productos culturales para que sea posible descifrar o reconstruir los significados que éstos signos transmiten, de acuerdo con la cultura en la que son producidos y el contexto en el son interpretados (Santos, 2012, p. 52).

El estructuralismo se constituye como una vía para comprender “cómo se crean, se construyen, se actualizan y se reproducen los significados en los individuos” (Santos, 2012, p. 55). Las estructuras se originan dentro de una ideología en la que están inmersos los individuos, esta ideología guía las relaciones de poder que son asumidas, reproducidas y llevadas a la práctica cotidiana por los sujetos independientemente de si ellos las perciban o no.

Crítica

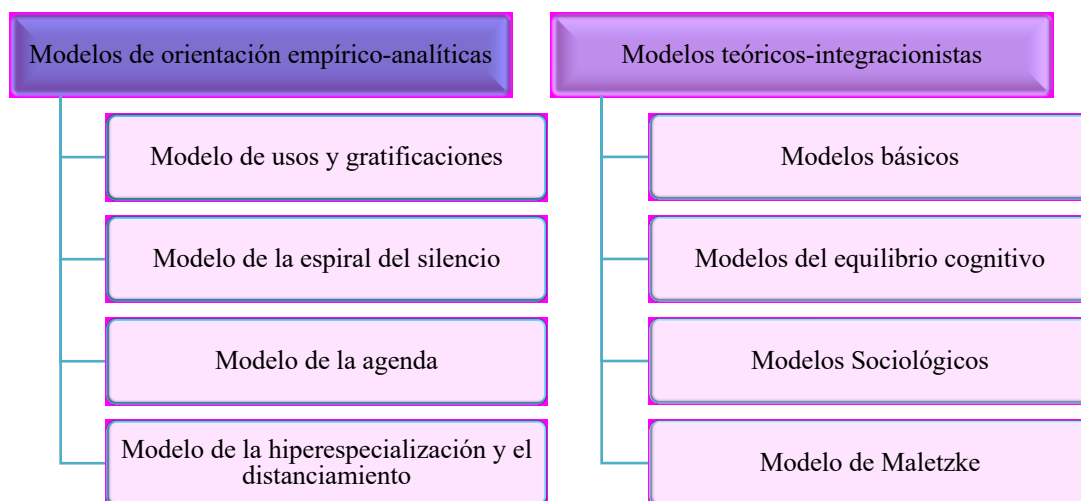
Cuando se habla de la teoría crítica se hace referencia a la Escuela de Frankfurt cuyos fundamentos son la crítica a la producción masiva. Los estudios de Adorno, Horkheimer, Marcuse, entre otros, son los más representativos de esta escuela. En sus trabajos se expone como problemática central el aparente fracaso de las predicciones de

Marx, donde la capacidad de la superestructura, a través de los medios de comunicación masivos, manipula el proceso histórico de cambio económico. En otras palabras, la ideología de la clase dominante, habría llegado a condicionar la base económica a través de la clase obrera. Para Horkheimer y Adorno (1998) “la cultura de masas dentro del monopolio no es más que círculo de manipulación y de necesidad que la refuerza donde la unidad del sistema se afianza más cada vez” (p. 166), dentro de una democracia que no era más que una farsa y, en la que los medios de comunicación, como parte de una industria cultural, se habían constituido en un mecanismo que supuestamente buscaba el cambio.

2.2.2 Modelos de comunicación

Los modelos de comunicación se refieren a aquellos esquemas teóricos del proceso de la comunicación, que se han elaborado para facilitar el análisis y comprensión de la información. Existen dos tendencias generales de estudio de la comunicación, una tendencia estructural que agrupa los modelos de orientación empírico-analítica y otra funcional a la que pertenecen los modelos teóricos –integracionistas.

Figura 1: Modelos teóricos de la comunicación.



Fuente: Elaborado a partir de Modelos de la teoría de la comunicación, Fernández y Hernández, 2013.

Los modelos de orientación empírico-analítica dan explicaciones causales e inflexibles, mientras que los modelos teóricos-integracionistas, desarrollan análisis funcionales y tienen una mayor aproximación a la realidad.

Como se observa en la figura 1, hay cuatro modelos teóricos-integracionistas, entre ellos los modelos básicos, dentro de los cuales se encuentran los siguientes:

- Modelos derivados de la formulación de Lasswell (1948).
- Modelo matemático de la teoría de la información (Shanon y Weaver, 1949).
- Modelo de Fleur (1966), modelo circular (Osgood y Schramm, 1957), modelo de la espiral (Dance, 1967).
- Modelo general de la comunicación (Gerbner, 1972).

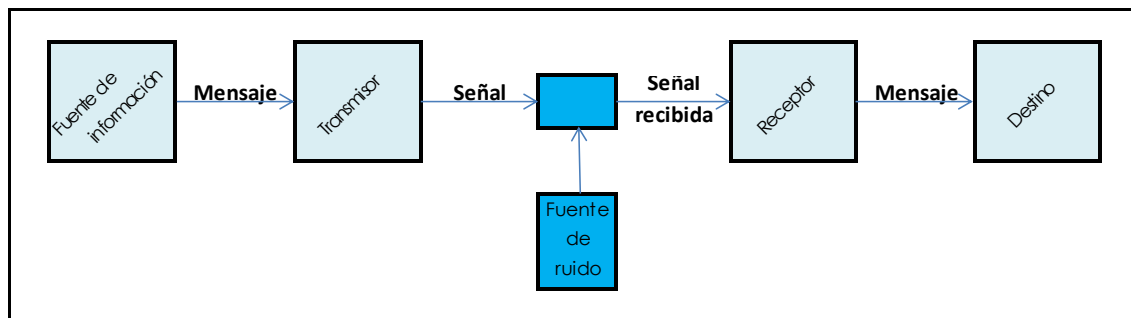
Modelo matemático de Shanon

El modelo de Shanon nace para satisfacer la necesidad de mejorar las telecomunicaciones. En este modelo se entiende la comunicación como un “proceso de transferencia de información lineal y unidireccional, donde la información es una unidad cuantificable que no tiene en cuenta el contenido del mensaje, por tanto se aplica a cualquier mensaje, independientemente de su significación” (Fernández & Hernández, 2013); es decir que enfatiza el aspecto físico como soporte técnico de la comunicación, más allá del contenido del mensaje en sí, de lo que se esté diciendo en cuanto a significado.

Shanon señala cinco funciones que se tienen que cumplir -fuente, transmisor, canal, receptor, destino- e incluye el ruido como elemento disfuncional que puede influir en el canal.

La fuente representa el origen de la información y se encarga de pasar el mensaje. Su función es codificar ese mensaje y convertirlo en un sistema de señales de carácter visual y verbal que dan cuenta del mismo. Esta información una vez ya codificada es transmitida a través de un canal, el cual es el medio por el cual este mensaje llegará luego a su destino. A este punto Shannon introduce el concepto de ruido, interferencias en el canal que no son proporcionadas intencionalmente por la fuente de información. A través del canal, el mensaje codificado llega al receptor, el cual será el responsable de decodificar este mensaje que llega y pasárselo ya decodificado al destinatario, punto final de este recorrido lineal de la comunicación. (Pose, 2022, p. 2)

Figura 2: Modelo matemático de Shanon y Weaver.



Fuente: Elaborado a partir de Modelos para el estudio de la comunicación colectiva, McQuail y Windhal, 1997, p. 42.

Según este modelo hay un impacto directo del mensaje en quién recibe la información, sin obstrucciones ni mediación en la comunicación.

2.2.3 Periodismo

El periodismo actual dista mucho de sus inicios, donde la investigación para obtener información sobre hechos suscitados se recopilaban directamente de las fuentes. El avance tecnológico aporta a agilizar la forma de obtener datos, sin embargo, como indican Kovach y Rosenstiel (2012), “lo que define los principios y el propósito del periodismo es algo más básico: la función que desempeña la información en la vida de todo ciudadano” (p. 24), ya que las tendencias transforman el periodismo pero no lo reemplaza.

Al periodismo, Dader (2012) lo define como “el método de informar sobre la actualidad e intermediar de forma inmediata y constantemente renovada en la comunicación social, (...) combina recopilación, verificación, síntesis y clarificación de la información acreditada como relevante y cierta, con el máximo de exactitud posible” (p. 40). El uso de los diarios, la radio y la televisión, muy comunes en el siglo XX, ahora se ve reemplazado por los medios digitales que se transforman con tanta rapidez a la par del avance de la ciencia y la tecnología. La era digital ha modificado la manera de realizar las tareas humanas, entre ellas la de los profesionales dedicados al periodismo, dando acceso a la información en cualquier momento.

Internet es una forma nueva de comunicación, de conocimiento y de socialización de la información, y provee de herramientas modernas y prácticas con las que los periodistas no contaban antes del auge de la tecnología digital. Al respecto, Barbosa (2012), enfatiza que el internet “ha hecho que hoy sea posible establecer relaciones rápidamente con fuentes de información y con expertos que antes hubiera tomado el doble o más del tiempo localizar” (p. 30). El periodismo, después de todo, tiene como objetivo que la información sea conocida por la mayor cantidad de personas y al tener acceso al internet la comunicación es más rápida. Gillmor (2006) recalca que los periodistas profesionales necesitan cambiar su actitud, ya que al no verificar las fuentes y mantener colaboración con sus pares habían dejado de guiar al público hacia la información.

El descontento del público ante noticias maquilladas o mal presentadas originó el conocido periodismo ciudadano, como una forma en que las personas en general habían decidido participar en el ámbito informativo y, sobre todo, en el periodístico.

2.2.3.1 Periodismo ciudadano

El fenómeno del periodismo ciudadano, para Bowman y Willis (2003) es “el acto de un ciudadano o grupo de ciudadanos que desempeñan un papel activo en el proceso de recoger, transmitir, analizar y diseminar información (...) independiente, fiable, exacta, de amplio rango y relevante que una democracia requiere”.

La labor del periodista es criticada por Gillmor (2006) cuando alude que “parte del periodismo ciudadano es una reacción a una percepción según la cual los informadores tradicionales no han prestado la suficiente atención a los ciudadanos”, ya que la audiencia actual tiene la capacidad y deseo de decidir sobre qué información recibir o transmitir, para lo cual utilizan fotografías, conversaciones en línea para lograr un mejor entendimiento de la comunidad o de un tema en concreto, blogs, videoblogs o podcast, entre otros.

Al respecto, Rheingold (2011) en el prólogo del libro *Periodismo ciudadano*, indica:

Los periodistas tradicionales tienen que aprender a cómo construir y afinar redes de informadores, gestionar comunidades de ciudadanos, reporteros y comentaristas, utilizando los medios sociales y tecnológicos para comprobar la veracidad de las historias. Los periodistas ciudadanos necesitan, además,

entender la importancia de la verificación, de la disponibilidad de múltiples perspectivas de la misma historia y de la capacidad para contar esa historia. El desafío no consiste solo en mantenerse al día con las tecnologías. El desafío, para los profesionales y los aficionados, consiste en entender la importancia de la búsqueda de la verdad a la hora de informar acerca de una noticia y el papel fundamental del periodismo en la democracia.

Esto no significa que el periodismo tradicional deba desaparecer, sino que ha surgido un desafío para que la colaboración entre los periodistas tradicionales y los aficionados pueda mejorar la manera de informar las noticias y la calidad de estas.

2.2.3.2 Géneros periodísticos

Los géneros periodísticos se relacionan con el objetivo del comunicador, es decir que el periodismo puede orientarse a informar, a dar una opinión o a brindar entretenimiento.

Periodismo informativo: incluye noticias, reportajes, investigaciones y crónicas. Su propósito es poner en conocimiento de los lectores acontecimientos que han sucedido o que podrían llegar a suceder. Los recursos utilizados más frecuentemente en este género son las citas textuales, las descripciones físicas de personas y lugares, las escenas dialogadas. Estos recursos fortalecen la objetividad y credibilidad de la información para que el lector tenga seguridad de que lo que lee o escucha corresponde a un evento real.

Periodismo de opinión: se manifiesta en editoriales, columnas, comentarios deportivos, críticas literarias o de espectáculos. Se caracteriza por el diseño y el titular que incluye; en la mayoría de casos, rótulos como crítica u opinión enfatizan la exclusividad de quien lo transmite. Lo que se espera de este género es que la ética prime en las opiniones y que su intención no sea confundir al lector. En el caso de los editoriales la interpretación no parte de un periodista en particular sino de la empresa periodística (el periódico, la revista o el canal de TV).

Periodismo de entretenimiento: este género se puede observar tanto en dibujos humorísticos como en historietas, juegos, entretenimientos y literatura. Gran parte de este periodismo surge de una reelaboración de la realidad y en muchos casos refleja la postura editorial del medio.

2.2.4 Fake news

La comunicación ha evolucionado a la par de la humanidad, originando diversos medios y formas de transmitir información. Actualmente, las redes sociales se han convertido en un medio de comunicación global por la variedad de noticias que se da a conocer así como por la velocidad en que la información es popularizada, independientemente de si ella corresponde a la realidad, ha sido manipulada, o es totalmente falsa.

Las fake news o noticias falsas, según Recuero y Grutz (2019) son “sinónimo de desinformación, utilizadas para indicar rumores que circulan principalmente en las redes sociales” (p. 32); al respecto, Pérez (2019) expresa que “desinformación es la distorsión de la información difundiendo noticias falseadas que engañan al receptor final” (p. 67), esto precisamente se nota en los usuarios de las redes sociales que no toman tiempo para verificar la información y la comparten, creando una cadena de desinformación.

El surgimiento de las fake news se dio por el disgusto de los ciudadanos con los políticos tradicionales y las crisis económicas y sociales tanto en Reino Unido como en Estados Unidos. La rapidez e inmediatez de las redes sociales provocan que estas proliferen y que ni siquiera sean cuestionadas por los lectores que las reenvían o comparten a nivel masivo. Esta situación ha dado lugar al cuestionamiento de la ética periodística y la credibilidad informativa.

Al analizar las fake news, Wardle (2017) menciona que estas pueden estar dentro de alguna de las siguientes categorías: sátira o parodia, contenido engañoso, contenido impostor, contenido fabricado, conexión falsa, contexto falso, contenido manipulado, que a su vez se relacionan con ocho razones que motivan la publicación de una noticia falsa, estos son: periodismo deficiente, parodia, provocación, pasión, partidismo, provecho, poder y propaganda.

2.3 Redes sociales

El internet, a través de la tecnología Web 2.0, ha permitido las relaciones conversacionales, especialmente con las redes sociales que han generado un entorno de “comunicación online óptimo para la comunicación interactiva y dialógica de las organizaciones con sus públicos” (Zeler, 2017, p. 30). Redes sociales como Facebook,

Youtube y Whatsapp, según las estadísticas presentadas por Galeano (2022), son las que tienen mayor número de usuarios, siendo Facebook la red social que se encuentran en el primer lugar de popularidad con 2.910 millones de usuarios en el mundo.

En 2003, Mark Zuckerberg creó la página denominada Facemash y servía para que los estudiantes de la universidad de Harvard pudiesen juzgar el atractivo de otros estudiantes estableciendo un ranking, lo que motivó su cierre, sin embargo, reapareció en el año 2004 con el nombre de Facebook. Esta red social ofrece oportunidades de comunicación a las organizaciones, como la posibilidad de crear páginas de fans (fanpages).

Las organizaciones encuentran en Facebook una herramienta de visibilidad, participación, interacción y escucha activa. Además de crear perfiles institucionales/corporativos, las organizaciones pueden aprovechar también las posibilidades que les ofrece Facebook para crear perfiles relacionados con las unidades específicas de la organización (...). Su carácter colaborativo y multidireccional ofrece a las organizaciones nuevas posibilidades de establecer relaciones fluidas y equilibradas con los públicos a través del intercambio de información. (Zeler, 2017, p. 34)

Las interacciones que ofrece Facebook para los usuarios son de tres tipos: me gusta (like), comentar (comments), y compartir (shares). La opción me gusta es una manera no verbal de expresar si los contenidos son de agrado del usuario; los comentarios permiten una conversación directa con las personas u organizaciones dueñas de las publicaciones, en tanto que compartir convierte al usuario en portavoz de los mensajes de las organizaciones ya que él envía la información a sus contactos.

2.3.1 Fanpage

Una fanpage es una página creada por Facebook para ser un “canal de comunicación con fans dentro de la red social” (Siqueira, 2020) y son los fan quienes deciden seguirla o no. Su perfil es de carácter público y “permiten a las organizaciones, marcas, figuras públicas y artistas crear y mantener una presencia en la red social y conectar con la comunidad” (Zeler, 2017, p. 34), donde el propietario de la página, mediante su identidad propia, puede incluir contenidos relacionados con su organización y la

actividad que ejecuta, actualizándola o incluyendo nueva información, que a su vez se comparte con otros usuarios y admite los comentarios de las publicaciones realizadas.

A diferencia de las cuentas personales (perfiles), la Fanpage es una página específica de marcas, empresas, blogs, que proporciona herramientas para promocionar una marca corporativa y así generar mayor exposición a clientes potenciales. Estas páginas pueden pertenecer a una persona y organizaciones que tiene un interés en particular por incrementar sus seguidores, ubicándose en uno de los siguientes seis grupos: lugar o negocio local; empresa, organización o institución; marca o producto; artista, grupo de música o personaje público; entretenimiento; y, causa o comunidad.

- **Lugar o negocio local.-** Esta página es perfecta para las empresas que cuentan con una sede física que el cliente puede visitar. Categorías como abogado, cine, escuela, hotel, restaurante etcétera, son ejemplos de este grupo al que se accede introduciendo la dirección del lugar donde funciona.
- **Empresa, organización o institución.-** En este caso no es necesario introducir una dirección, porque se entiende que el cliente no se acercará a la sede para acceder a un producto o servicio o bien porque hay muchas direcciones. En la lista de categorías de esta página se encuentran: agricultura, comida/bebidas, industrial, organización no gubernamental, etcétera.
- **Marca o producto.-** Su propósito es dar a conocer una marca o producto reconocible entre un gran público. Es adecuado para productos que se venden a través de varios distribuidores.
- **Artista, grupo de música o personaje público.-** Es utilizado por celebridades, profesionales creativos o personas de renombre en general. Entre las categorías de este grupo se encuentran: artista, actor, bloguero, escritor, periodista, etcétera.
- **Entretenimiento.-** Expone productos o servicios relacionados con el ocio. Libros, películas, premios, programas de televisión, son ejemplos de categorías de este grupo.
- **Causa o comunidad.-** Esta página está destinada para las causas sin ánimo de lucro y no tiene subcategorías. (Siqueira, 2020)

CAPÍTULO III

3 METODOLOGÍA

3.1 Método de investigación

El método de investigación es un instrumento utilizado para la obtención y análisis de información, entre ellos se encuentran el método científico, el método deductivo, el método analítico, los cuales se utilizaron en el presente estudio.

El método científico “es un conjunto de procedimientos por los cuales se plantean los problemas científicos y se ponen a prueba las hipótesis y los instrumentos de trabajo investigativo” (Tamayo y Tamayo, 2012, p. 30). En la investigación se aplicó este método para recolectar datos de las fanpage de Facebook que tratan noticias sobre el COVID-19 a fin de detectar la veracidad de las mismas.

Como la investigación trata de un fenómeno general, se empleó también el método deductivo, el cual consiste en “Observar, estudiar y conocer las características generales o regulares que se aprecian en una diversidad de hechos o realidades para formular, a partir de ellas, una proposición o ley científica de carácter general” (Calduch, 2012, p. 27). A través de este método se tomó la información macro del fenómeno estudiado para inferir resultados aplicados a la investigación.

El método analítico “posibilita descomponer mentalmente un todo en sus partes y cualidades, en sus múltiples relaciones, propiedades y componentes” (Rodríguez & Pérez, 2017, p. 181). Con este método se analizó los contenidos publicados de las fanpage de noticias de Facebook de la ciudad de Riobamba.

3.2 Tipo de investigación

La investigación fue de tipo bibliográfico-documental, descriptiva y cualitativa.

La investigación bibliográfico-documental se orienta a la detección, obtención y consulta de “bibliografía y otros materiales que parten de otros conocimientos o informaciones recogidas moderadamente de cualquier realidad, de manera selectiva, de modo que puedan ser útiles para los propósitos del estudio” (Hernández, 2014, p. 50). Se realizó la revisión de información teórica en libros, artículos científicos, entre otros,

documentos que aportaron información a la presente investigación para dar profundidad y veracidad a la misma.

La investigación descriptiva permite “describir situaciones y eventos, del cómo es y cómo se manifiesta el fenómeno, buscando siempre especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o fenómenos que sean sometidos a un análisis de medición” (Tamayo, 2016, p. 17). Se empleó este tipo de investigación para detallar cada una de las variables resaltando sus características según los resultados obtenidos.

La investigación cualitativa, por su parte “busca explicar las razones de los diferentes aspectos de las actividades, relaciones, asuntos, medios, materiales o instrumentos de un problema” (Tamayo, 2016, p. 27). A través de este tipo de investigación se comprendió el fenómeno de estudio en un ambiente natural y en relación con su contexto.

3.3 Diseño de la investigación

Se aplicó un diseño no experimental, el cual “se realiza sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (Hernández, 2014, p. 152). La investigación tuvo este diseño ya que en ningún momento se manipuló la información relacionada con las variables de estudio, pues los datos se tomaron tal cual se presentan en las páginas revisadas.

3.4 Población y muestra

3.4.1 Población

La población se refiere al “conjunto de los individuos o cosas sometido a una evaluación estadística mediante muestreo” (Real Academia Española, 2021). La población de estudio estuvo integrada por 12.086 noticias sobre COVID-19, subidas durante el año 2021, en 12 fanpage: Ahora Riobamba, El Diario de Riobamba, El especial-noticias, InfoRio Comunicación Digital, La prensa Riobamba, Mundial Medios Ecuador, Noticias de Riobamba, Plus Tv – Riobamba, Radio Bonita 89.3 Ecuador, Riobamba digital, Riobambeños y Televisión Digital MC Riobamba.

3.4.2 Muestra

Al ser el universo una cantidad grande fue necesario definir la muestra y se procedió de forma aleatoria, determinándose una muestra de 20 fake news que giran en torno al objeto de estudio.

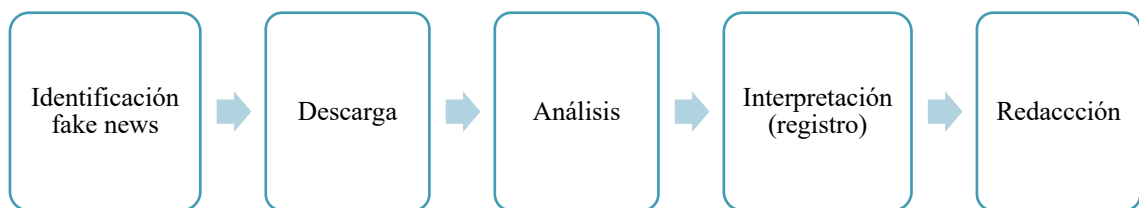
3.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

3.5.1 Técnicas de investigación

Se definieron para este trabajo de titulación, como técnicas de investigación al análisis de contenido y la entrevista de profundidad para establecer la recurrencia de contenidos falsos en las ediciones motivo del análisis y vincularlos con la realidad social.

a) Análisis de contenido: esta técnica se basa en la lectura (textual o visual) como instrumento de recogida de información, lectura que debe realizarse siguiendo el método científico, es decir, debe ser, sistemática, objetiva, replicable, y válida. Lo característico del análisis de contenido y que le distingue de otras técnicas de investigación sociológica, es que se trata de una técnica que combina intrínsecamente, y de ahí su complejidad, la observación y producción de los datos, y la interpretación o análisis de los datos.

Figura 3: Flujo de actividades de análisis de contenido



Fuente: Cinthya Idrovo – Unach, 2022

Como se observa en la figura 3, para analizar el contenido de las noticias se realizó el siguiente proceso:

1. Identificación de fake news: se trabajó en las fanpage en internet y se seleccionó los contenidos falsos evidenciados desde enero hasta diciembre de 2021.

2. Descarga: identificadas la fake news se procedió a descargar el contenido incluyendo elementos visuales y de audio con el fin de iniciar la obtención de información que tenga la categoría relevante.
3. Análisis: en esta etapa se analizó el contenido de cada una de las noticias, se identificaron los puntos fuertes que permitieron a la investigadora comprender la naturaleza del objeto de estudio.
4. Interpretación (registro): se procedió a interpretar la información acorde con los objetivos planteados en este trabajo.
5. Redacción: el último paso del análisis fue la redacción en el trabajo de titulación, capítulo correspondiente a los resultados.

Entrevista: “permite una relación entre el investigador y los sujetos de estudio para recolectar testimonios orales y escritos” (Tamayo, 2016, p. 55). Con esta técnica se obtuvo información de profesionales de los medios de comunicación para sustentar el tema de investigación. Se definieron dos expertos en la temática, quienes proporcionaron información relevante para comprender de mejor manera al objeto de estudio. El proceso utilizado para la ejecución de las entrevistas se observa en la figura 4.

Figura 4: Proceso de realización de entrevistas



Fuente. Cinthya Idrovo – Unach, 2022

1. Selección: en primer lugar, para la realización de las entrevistas, como se anotó en el párrafo anterior, se seleccionaron a los expertos según su nivel de formación y vínculo con el tema de investigación. Los expertos entrevistados fueron:
 - Jorge Cruz
 - Cristian Espinoza
2. Entrevista: se desarrolló la entrevista en formato (audio y vídeo) con una duración promedio de 27 minutos.
3. Jerarquización: se escogieron las respuestas más relevantes de los expertos para incluirlas en este trabajo.
4. Selección y valoración de respuestas: una vez jerarquizadas las respuestas se estableció un orden de aparición de los criterios según su trascendencia.
5. Finalmente se redactó en el trabajo de titulación.

3.5.2 Instrumentos de investigación

De acuerdo con las técnicas mencionadas, los instrumentos utilizados fueron la ficha de registro de datos y la guía de entrevista.

- Matriz de análisis de contenido: “es uno de los instrumentos que se engloban dentro de las técnicas de observación, porque los indicios son detectados directamente por el investigador a partir de la observación de las unidades de estudio” (Urbe, 2022, p. 93). Este instrumento sirvió para registrar e identificar las fuentes de información así como la reunión de datos sobre las variables de estudio. La matriz consta de ocho columnas (ver anexo 2): las dos primeras para recopilar información general como el nombre de la fanpage y la fecha de publicación, y las seis restantes para datos técnicos como el eje temático de la noticia, el género periodístico utilizado, la fuente de la información, elementos de ayuda gráfica y/o audio, la noticia en sí.
- Guía de entrevista: la guía de entrevista “funciona como una lista de comprobación que ayuda a preparar un plan de acción para conducir entrevistas” (Blake, 2021). La guía utilizada (ver anexo 3) contiene nueve preguntas específicas que permitieron obtener el criterio de los expertos sobre las fake news y su proliferación en las fanpage.

CAPÍTULO IV

4 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1 Resultados

a) Análisis de contenido

El análisis de contenido de las noticias falsas se realizó bajo el siguiente esquema: título de la noticia, datos o cifras inciertas, fuentes dudosas, subjetividades y emociones, un solo criterio de los hechos, citación de no expertos, alteración del contexto. Con base en este esquema se analizó las fake news que circularon durante el año 2021 en las fanpage de noticias de Riobamba.

De las 12 fanpages revisadas se extrajeron de manera aleatoria y respondiendo al criterio de relevancia 20 contenidos sobre el COVID-19 (ver anexo 2) que presentan alguna o varias características de noticias falsas. A continuación se presentan los hallazgos:

Tabla 1: Resumen de contenido falso en el medio digital El Boletín de Riobamba

FECHA	FANPAGE	CONTENIDO
15-02-2021	El Boletín de Riobamba	#QUEPASO #VACUNAS#ECUADOR 🇪🇨 86 mil dosis de vacunas dijo el gobierno que vendrían hasta febrero. Entregas semanales de "8000" De las 8000 NO!! hemos pasado desde el pasado 20 de enero. Silencio Silencio Silencio Incapacidad Desesperación "No nos llame" Si todavía vive, lo llamaremos. ¿Para quien sirvieron las 8000 vacunas que llegaron en primera instancia?

Fuente: Facebook

Como se aprecia en la Tabla 1, el 15 de febrero de 2022, El Boletín de Riobamba difundió un contenido que no cumple con las normas correspondientes ya que la redacción de la noticia no contextualiza los hechos, no menciona fuentes, no define temporalidad, es decir no va acorde con el periodismo. Trata de influir en las emociones del lector y toma partido a través de comentarios y de juicios de valor presentes en el texto.

Tabla 2: Resumen de contenido falso en el medio digital Radio Bonita 89.3 FM

FECHA	FANPAGE	CONTENIDO
12-07-2021	Radio Bonita 89.3 FM	Brigadas municipales toman pruebas de COVID-19. Sistema internacional que recibe información de secuenciación genómica del SARS-CoV-2 reporta 10 casos en el país.

Fuente: Facebook

Radio Bonita 89.3 FM, el 12 de julio de 2021 publica en su fanpage dos titulares que no desarrollan y tienen como elemento de apoyo un video al cual ya no se tiene acceso. No se menciona la fuente de la información ni el tiempo ni el lugar de los hechos.

Tabla 3: Resumen de contenido falso en el medio digital Riobamba Digital (a)

FECHA	FANPAGE	CONTENIDO
25-04-2021	Riobamba Digital	#NOTAS: en el peor momento de la pandemia que sufre #India, un #incendio en #hospital mata a 13 pacientes de la Unidad de Cuidados Intensivos. En ese país ya no hay oxígeno ni medicamentos y la curva de contagios sigue creciendo.

Fuente: Facebook

El 25 abril de 2021, Riobamba Digital comunica una noticia sin título que enlaza dos situaciones dramáticas (“En el peor momento de la pandemia que sufre #India, un #incendio en #hospital mata a 13 pacientes de la Unidad de Cuidados Intensivos”. “En ese país ya no hay oxígeno ni medicamentos y la curva de contagios sigue creciendo”). La redacción se orienta a influir en las emociones del lector alterando el contexto de la información. en la redacción se omite la temporalidad así como la fuente.

Tabla 4: Resumen de contenido falso en el medio digital Riobamba Digital (b)

FECHA	FANPAGE	CONTENIDO
07-07-2021	Riobamba Digital	#NOTAS: el número de #muertos por la pandemia de COVID-19 acaba de #superar la barrera de los #cuatro #millones, anunció hoy el director general de la Organización Mundial de la Salud (OMS).

Fuente: Facebook

El 7 de julio de 2021, Riobamba Digital presenta contenido sin titular, la redacción de la nota da a entender que este medio digital tomo información directa de la OMS pues no

se indica expresamente la fuente, además se omite la temporalidad y el lugar de esta información. El apoyo gráfico no muestra su fuente.

Tabla 5: Resumen de contenido falso en el medio digital Ahora Riobamba (a)

FECHA	FANPAGE	CONTENIDO
12-05-2021	Ahora Riobamba	<p>RIOBAMBA HABILITA PUNTO DE VACUNACIÓN MÓVIL</p> <p>Compartimos la Ruta del Vacunatorio Exprés que atenderá a partir del jueves 13 de mayo a adultos mayores y personas con discapacidad que hayan sido agendados a través del 171 o la página web www.planvacunarse.ec</p> <p>El acceso estará habilitado a partir de las 09h00 en la Brigada de Caballería Blindada N° 11 "Galápagos", calle Cap. Edmundo Chiriboga.</p> <p>Este nuevo punto de vacunación es un esfuerzo del Ministerio de Salud, Brigada, Municipio e Inver "Industria de Eventos".</p> <p>Riobamba pone al servicio del país, el segundo punto de vacunación móvil exprés a nivel nacional a donde podrán acceder los ciudadanos a recibir su vacuna contra covid-19 sin bajarse de su auto.</p> <p>Fotografía: #Cortesía</p>

Fuente: Facebook

El 12 de mayo de 2021, en la fanpage Ahora Riobamba, se informa sobre la habilitación de un punto de vacunación móvil. La noticia hace alusión a instituciones participantes sin que se especifique con claridad las fuentes de información. El elemento visual gráfico no pertenece a este medio.

Tabla 6: Resumen de contenido falso en el medio digital Ahora Riobamba (b)

FECHA	FANPAGE	CONTENIDO
20-05-2021	Ahora Riobamba	<p>En reunión de COE Municipal de Riobamba, el jueves 20 de mayo de 2021, una vez analizada la situación actual en el sistema hospitalario, los informes en relación a la curva de contagio por la pandemia COVID 19 en el cantón y el proceso de vacunación en ejecución mediante un trabajo interinstitucional; se ha resuelto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • RESTRICCIÓN DE CIRCULACIÓN VEHICULAR en el horario de 23h00 a 05h00, en todo el cantón, a partir del 21 de mayo de 2021.

		<ul style="list-style-type: none"> • Libre circulación vehicular de 05h00 a 23h00. • Horarios de funcionamiento en locales comerciales de 05h00 a 23h00. • Mantener los aforos y fortalecer los controles. • Prohibición de espectáculos públicos y reuniones. • Priorizar el teletrabajo en el sector público y privado. • Generar la segunda fase RIOBAMBA BIOSEGURO para verificación de protocolos. • Fortalecer la campaña comunicacional POR TI, POR TODOS. <p>Estas medidas no aplican al transporte público en todas sus modalidades.</p> <p>Los controles serán permanentes para el cumplimiento de la disposición, evitar aglomeraciones y mal uso de espacio físico.</p> <p>Fotografía: #Cortesía</p>
--	--	---

Fuente: Facebook

El 20 de mayo de 2021, Ahora Riobamba reproduce el texto de la resolución tomada por el COE Municipal de Riobamba. Esta noticia no tiene título ni fuente y el apoyo gráfico no tiene fecha por tanto no se puede aseverar que pertenece al día de la reunión al ser una fotografía que no pertenece a este medio digital.

Tabla 7: Resumen de contenido falso en el medio digital Ahora Riobamba (c)

FECHA	FANPAGE	CONTENIDO
29-06-2021	Ahora Riobamba	<p>LA MEJOR VACUNA ES LA PRIMERA QUE ESTÉ DISPONIBLE PARA USTED!</p> <p>No espere hasta poder aplicarse una marca específica.</p> <p>TODAS las vacunas contra COVID-19 distribuidas por el Ministerio de Salud Pública han demostrado ser seguras y efectivas.</p> <p>No espere hasta poder aplicarse una marca específica.</p> <p>Todas las vacunas aplicadas en el país, reducen el riesgo de enfermarse gravemente.</p> <p>El Plan de Vacunación en #Riobamba ha entregado más 66 mil dosis gracias al trabajo mancomunado del COE Municipal, #MSP, #Espoch, #Unach, Salesianos y la Red Privada y Complementaria de Salud.</p>

		#TodaVacunaEsEfectiva #RiobambaUnida Video: @Cortesía
--	--	---

Fuente: Facebook

El 29 de junio de 2021, Ahora Riobamba informa sobre una campaña publicitaria cuyo título y frases repetitivas tratan de influenciar en el lector, además cuenta con el apoyo de un video que reproduce las opiniones de personas que favorecen la vacunación. Se menciona a varias instituciones que participan en la campaña mas no se indica la fuente de la información escrita ni del video.

Tabla 8: Resumen de contenido falso en el medio digital Ahora Riobamba (d)

FECHA	FANPAGE	CONTENIDO
06-12-2021	Ahora Riobamba	<p>COE MUNICIPAL FORTALECERÁ MEDIDAS DE BIOSEGURIDAD EN EL CANTÓN</p> <p>El viernes 3 de diciembre, se realizó la sesión extraordinaria del COE Municipal de Riobamba, en la sala de crisis del ECU 911, donde una vez que se verificó el quórum se conoció el informe epidemiológico respecto al comportamiento de la pandemia por COVID-19 en el cantón, así como del comportamiento de la nueva variante Ómicron, que está causando preocupación en la ciudadanía.</p> <p>Al respecto el comportamiento del virus se mantiene estable, las últimas semanas no se registran muertes a causa del mismo, la disponibilidad en la provincia se mantiene en 40 camas de capacidad instalada. De igual forma, conocieron el informe del avance del Plan de Vacunación en el cantón, respecto a la aplicación de primera, segunda y tercera dosis de vacunas contra el COVID-19.</p> <p>Actualmente se encuentra en funcionamiento el centro de vacunación masivo en el Colegio Chiriboga, sumándose los centros de salud, donde se muestra que la mayor afluencia son los fines de semana, desde el MSP se asegura la provisión de dosis para todos los centros.</p> <p>Se conoció las resoluciones del COE Nacional emitidas el lunes 29 de noviembre de 2021, resolviendo la aplicación y control de las mismas. Como resolución local se fortalecerá la campaña comunicacional “Por ti, por todos”, comprometiendo a la ciudadanía a la corresponsabilidad, con el uso de mascarillas, lavado de manos y distanciamiento.</p> <p>Se incentivará a la ciudadanía, acudir al proceso de</p>

		<p>vacunación, tanto a la aplicación de primeras dosis como la de refuerzo (tercera dosis); se recomendó al mando unificado realizar controles constantes en el cumplimiento de las ordenanzas vigentes (medidas de bioseguridad). El Municipio Riobamba sigue apoyando el proceso de vacunación y ha puesto en consideración del ente rector la reapertura de los centros de vacunación masiva.</p> <p>Fotografías: #Cortesía</p>
--	--	--

Fuente: Facebook

Ahora Riobamba, el 6 de diciembre de 2021, presenta una noticia en cuyo titular menciona al Ministerio de Salud para comunicar sobre el proceso de vacunación e incluye una fotografía como apoyo visual. Tanto el texto de la noticia como la fotografía no indican la fuente exacta de la información.

Tabla 9: Resumen de contenido falso en el medio digital el Diario de Riobamba (a)

FECHA	FANPAGE	CONTENIDO
16-03-2021	El Diario de Riobamba	<p>El 16 de marzo del 2020 Ecuador entró en confinamiento</p> <p>Hace un año, el presidente Lenín Moreno declaró el estado de excepción en el Ecuador, fue la noche del lunes 16 de marzo del 2020, entonces el mandatario señaló que las medidas adoptadas eran indispensables para contener la propagación del coronavirus covid-19 en el país. Ese día se dispuso el cierre de los servicios públicos, a excepción de salud, seguridad, servicios de riesgos y aquellos que, por emergencia, los ministerios decidan mantener abiertos. además del Estado de excepción, toque de queda y restricción vehicular y de vuelos.</p> <p>Las medidas con las que se inició el confinamiento, fueron dispuestas a través del Decreto Ejecutivo 1017.</p> <p>A finales del 2020, las medidas comenzaron a sustituirse por otras para promover la actividades académicas, laborales y productivas en el país.</p>

Fuente: Facebook

La fanpage El Diario de Riobamba publica, el 16 de marzo de 2021, una remembranza de lo sucedido un año atrás, cuando Ecuador entró en confinamiento, esta información no indica la fuente.

Tabla 10: Resumen de contenido falso en el medio digital El Diario de Riobamba (b)

FECHA	FANPAGE	CONTENIDO
28-12-2021	El Diario de Riobamba	<p>Uno de 27 casos sospechosos de Ómicron está en Chimborazo</p> <p>Tras confirmar 24 casos de la variante Ómicron en el país, el Ministerio de Salud dio a conocer que hasta el mediodía del 27 de diciembre de 2021, se registraron 27 casos sospechosos de Ómicron identificados en la red privada de laboratorios, que actualmente son genotipificados.</p> <p>"Todos los casos, tanto los confirmados como los sospechosos, se encuentran en cerco epidemiológico", dice un comunicado del MSP.</p> <p>En Ecuador, la vacunación es obligatoria y los sitios públicos y privados como restaurantes, centros comerciales y mercados deben solicitar el carné o certificado de inmunización para poder ingresar. Esta medida se adoptó precisamente para precautelar la vida de las familias ecuatorianas.</p>

Fuente: Facebook

El 28 de diciembre de 2021, la fanpage El Diario de Riobamba presenta información con un titular que incluye cifras que no concuerdan con lo que se desarrolla en la noticia. Señala al Ministerio de Salud como fuente de la información sin que esta se mencione al concluir la nota informativa, además busca influir en los sentimientos del lector para recibir la vacuna.

Tabla 11: Resumen de contenido falso en el medio digital Elespecial-noticias (a)

FECHA	FANPAGE	CONTENIDO
25-01-2021	Elespecial-noticias	<p>VACUNAS CONTRA EL COVID-19 LLEGARON A RIOBAMBA</p> <p>Con el resguardo de las Fuerzas Armadas, mediante la Brigada Blindada Galápagos, arribaron a RIOBAMBA 143 dosis de la vacuna contra el Covid-19.</p> <p>Según el cronograma emitido por el Ministerio de Salud (MSP) las vacunas serán aplicadas al personal de primera línea en la lucha contra el virus.</p> <p>Las dosis fueron distribuidas en el Hospital Docente, Hospital Pediátrico Alfonso Villagomez, Hospital del IESS de la ciudad de Riobamba y al Hospital Gerontológico de Guano.</p>

Fuente: Facebook

El 25 de enero de 2021, el medio digital Elespecial-noticias hace hincapié en el beneficio de las vacunas para el personal médico que atiende a las personas contagiadas en los distintos centros de salud de la ciudad, sin embargo no menciona la fuente de esta información que se orienta a influir en la opinión del lector.

Tabla 12: Resumen de contenido falso en el medio digital Elespecial-noticias (b)

FECHA	FANPAGE	CONTENIDO
25-05-2021	Elespecial-noticias	<p>VACUNACIÓN CONTRA EL COVID-19 SE RETOMARÁ DESDE EL 31 DE MAYO EN CHIMBORAZO</p> <p>Debido a la transición de Gobierno, la vacunación de primeras dosis se retomarán desde el lunes 31 de mayo, esto aplica a todos los puntos, incluso la vacunación express que se efectuaba en la Brigada Blindada Galápagos.</p> <p>Durante esta semana el Ministerio de Salud Pública (MSP) aplicará la segunda dosis de SINOVAC en el coliseo de la Universidad Nacional de CHIMBORAZO (Unach). En el siguiente horario:</p> <p>Personas inmunizadas del 13 al 28 de abril, deben acudir el día miércoles 26 de mayo en horario de 09:00 a 17:00.</p> <p>Personas inmunizadas el 29 y 30 de abril acudirán el día viernes 28 de mayo en horario de 09:00 a 17:00.</p>

Fuente: Facebook

El 25 de mayo de 2021, Elespecial-noticias presenta una noticia sobre el retome de la vacunación en la provincia de Chimborazo. A pesar de que la información es detallada no se menciona la fuente de la misma.

Tabla 13: Resumen de contenido falso en el medio digital Elespecial-noticias (c)

FECHA	FANPAGE	CONTENIDO
12-07-2021	Elespecial-noticias	<p>SE DETECTA VARIANTE DELTA EN ECUADOR</p> <p>Desde finales de junio ya se tiene datos de la variante del Covid-19 denominada DELTA. Al momento hay registros de casos en El Oro: 7, y en Guayas 3.</p>

Fuente: Facebook

El 12 de julio de 2021, Elespecial-noticias, informa sobre los casos de Ómicron en el país teniendo como apoyo visual una captura de un Tweet de Carlos Oporto, a quien no se lo menciona como fuente dentro de la información.

Tabla 14: Resumen de contenido falso en el medio digital Elespecial-noticias (d)

FECHA	FANPAGE	CONTENIDO
04-12-2021	Elespecial-noticias	<p>SE SIENTE NUEVAMENTE LA AMENAZA DEL COVID-19 Y SUS NUEVAS MUTACIONES</p> <p>El COE Cantonal de Riobamba resolvió intensificar las campañas comunicacionales para impulsar las medidas de prevención, ante la amenaza de la nueva cepa de covid-19, especialmente para motivar a la ciudadanía, el uso de mascarillas, lavado de manos y distanciamiento.</p> <p>Además, hacer un llamado a la conciencia social, para que la población que aún no se ha vacunado se aplique las primeras dosis, así como las dosis de refuerzo.</p> <p>Al Mando Unificado se le sugirió realizar controles constantes en el cumplimiento de las disposiciones nacionales vigentes.</p>

Fuente: Facebook

El 4 de diciembre de 2021, Elespecial-noticias difunde una noticia que busca influir en las emociones del lector, pues su titular y contenido inducen al temor. No se incluye la fuente de la información ni del elemento visual.

Tabla 15: Resumen de contenido falso en el medio digital Elespecial-noticias (e)

FECHA	FANPAGE	CONTENIDO
18-12-2021	Elespecial-noticias	<p>SE DETECTA EL TERCER CASO DE ÓMICRON EN EL ECUADOR</p> <p>El Ministerio de Salud Pública (MSP) anunció del tercer caso confirmado en el país, se trata de un paciente domiciliado en Quito.</p> <p>La persona llegó desde Reino Unido, a mediados de diciembre de 2021. De inmediato, se realizó la prueba para confirmar la COVID-19 y se ratificó la presencia de esta mutación identificada por primera vez en Sudáfrica.</p> <p>El ciudadano arribó con dos vacunas (esquema completo) y el refuerzo. Actualmente, está aislado; al igual que sus contactos directos. Con este caso suman tres de la variante Ómicron, en el país.</p>

		Hasta el momento se registran tres casos, uno se localizó en Pichincha y otro en Guayas.
--	--	--

Fuente: Facebook

El 18 de diciembre de 2021, El especial-noticias anuncia información que causa desconcierto en el lector al poner en duda la efectividad de la vacuna. Las noticias de esta fanpage no incluye la fuente del texto ni del apoyo visual.

Tabla 16: Resumen de contenidos falsos en el medio digital Noticias de Riobamba (a)

FECHA	FANPAGE	CONTENIDO
05-01-2021	Noticias de Riobamba	<p>ATENCIÓN Al máximo los hospitales de Riobamba y Ambato por Covid-19</p> <p>La capacidad en las Unidades de Cuidados Intensivos (UCI) de los hospitales del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) de Chimborazo y Tungurahua está ocupada al 100%, por los nuevos casos registrados de Covid-19.</p> <p>En Riobamba, los pacientes que necesitan esa atención son transferidos a casas de salud de Quito y Guayaquil.</p> <p>En las áreas de hospitalización de ambas provincias también se registra un incremento.</p> <p>Las 18 camas UCI del Hospital General Docente de Ambato también están copadas. Según información del IESS en Chimborazo, al menos 24 nuevos pacientes ingresan por día a causa del Covid-19.</p>

Fuente: Facebook

La fanpage Noticias de Riobamba, el 5 de enero de 2021 en su titular y redacción presenta datos porcentuales sin mencionar la fuente. Además hace eco de suposiciones dadas por una institución. El apoyo gráfico no tiene fecha ni fuente.

Tabla 17: Resumen de contenidos falsos en el medio digital Noticias de Riobamba (b)

FECHA	FANPAGE	CONTENIDO
29-06-2021	Noticias de Riobamba	<p>LA MEJOR VACUNA ES LA PRIMERA QUE ESTÉ DISPONIBLE PARA USTED!</p> <p>No espere hasta poder aplicarse una marca específica.</p> <p>TODAS las vacunas contra COVID-19 distribuidas por el Ministerio de Salud Pública han demostrado ser seguras y efectivas.</p> <p>No espere hasta poder aplicarse una marca específica.</p>

		Todas las vacunas aplicadas en el país, reducen el riesgo de enfermarse gravemente.
--	--	---

Fuente: Facebook

El 29 de junio de 2021, Noticias de Riobamba difunde información publicitaria de influencia en el lector para acudir a los puntos de vacunación. No se menciona la fuente del texto ni del apoyo gráfico.

Tabla 18: Resumen de contenidos falsos en el medio digital Noticias de Riobamba (c)

FECHA	FANPAGE	CONTENIDO
18-10-2021	Noticias de Riobamba	<p>ATENCIÓN Los más pequeños de la casa se vacunan en Riobamba</p> <p>En la Unidad Educativa San Felipe Neri de #Riobamba los más pequeños reciben la vacuna contra la COVID-19.</p> <p>Inició la vacunación a niños y niñas de entre 6 y 11 años para que con seguridad puedan retornar a clases presenciales.</p>

Fuente: Facebook

El 18 de octubre de 2021, Noticias de Riobamba difunde una noticia que busca influir en el lector, especialmente en padres de familia y niños. Se omite la fuente tanto del texto como de la fotografía.

Tabla 19: Resumen de contenido falso en el medio digital Noticias de Riobamba (d)

FECHA	FANPAGE	CONTENIDO
14-12-2021	Noticias de Riobamba	<p>ATENCIÓN Pfizer confirma resultados positivos de su píldora anticovid en estudios</p> <p>La gigante farmacéutica estadounidense Pfizer confirmó el martes que su píldora contra el covid-19 redujo las hospitalizaciones y muertes entre las personas en riesgo en casi un 90% cuando se toma en los primeros días después de que aparecen los síntomas, según se constató en ensayos clínicos.</p> <p>Estos resultados se basan en todos los participantes en las pruebas -más de 2.200 personas- y confirman lo que se anunció a principios de noviembre a partir de conclusiones preliminares. Pfizer también anunció que su tratamiento debería seguir siendo eficaz contra la variante del virus ómicron.</p>

Fuente: Facebook

El 14 de diciembre de 2021, Noticias de Riobamba publica contenido utilizando un titular que tiene como punto focal la palabra inicial ATENCIÓN para atraer al lector e influir en él. Las cifras mencionadas no son exactas ni tienen el respaldo de una fuente. El elemento visual es una imagen tomada de Google que no tiene relación con la noticia.

Tabla 20: Resumen de contenido falso en el medio digital La Prensa de Riobamba

FECHA	FANPAGE	CONTENIDO
19-12-2021	La Prensa de Riobamba	<p>Se confirma tercer caso de la variante ómicron en Ecuador. Se trata de un paciente domiciliado en Quito. La persona llegó desde Reino Unido, a mediados de diciembre de 2021.</p> <p>De inmediato, se realizó la prueba para confirmar el Covid y se ratificó la presencia de esta mutación identificada por primera vez en Sudáfrica.</p> <p>El ciudadano arribó con dos vacunas (esquema completo) y el refuerzo. Actualmente, está aislado; al igual que sus contactos directos. Con este caso suman tres de la variante Ómicron, en el país.</p>

Fuente: Facebook


En la fanpage La Prensa de Riobamba, el 19 de diciembre de 2021, se observa una noticia sin título, idéntica a la presentada en otra fanpage. Esta noticia, tanto en su redacción como en el apoyo visual, es una copia de otro medio de comunicación al cual no se lo menciona como fuente.

4.2 Resultados de la entrevista

Con el propósito de obtener el criterio de expertos se entrevistó a dos profesionales de la comunicación social, a quienes se seleccionó por su trayectoria en el periodismo y el uso de los medios digitales.

Los entrevistados fueron Christian Espinoza y Jorge Cruz, quienes respondieron a nueve interrogantes sobre las fake news relacionadas con COVID-19 y que fueron publicadas en las fanpages durante el año 2021.

Tabla 21. Entrevista a Christian Espinoza

	<p>Christian Espinoza. Periodista. Director de Cobertura Digital, lleva 15 años dedicado a la capacitación especializada en comunicación On Line. Catedrático de varios másters internacionales de periodismo digital (Venezuela 2010, Chile 2011, Panamá 2013, Colombia 2015). Ha sido profesor de periodismo móvil invitado de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI), Ciespal, CAN, ALER, Knight Fundation, Univeridad de Oaxaxa (Méx), U. de Rosario (Arg). Formador de Community Managers ministerios, banca políticos, especializado en reputación On Line y Manejo de Crisis 2.0. Ganador del premio Nuevas Tecnologías 2005.</p>
Fecha:	16 de marzo de 2022
Hora:	16H45
Duración:	25 minutos
Medio utilizado:	Audio de Whatsapp

Fuente: Investigación de campo

Tabla 22. Entrevista a Jorge Cruz

	<p>Jorge Cruz, Doctor en Comunicación e Información Contemporánea. MSc by Research in Digital Media and Culture. Investigador de Medios y Cultura Digital. Experiencia en gestión de relaciones públicas y generación de contenidos comunicacionales multiplataforma</p>
Fecha:	16 de marzo de 2022
Hora:	20H00
Duración:	30 minutos
Medio utilizado:	Zoom

Fuente: Investigación de campo

En la tabla 23, se muestran las coincidencias en sus criterios respecto a qué son las fake news, los aspectos a considerar para identificar las noticias falsas, el propósito de estas, los medios más utilizados para publicar estas noticias, las fanpages y la calidad de la información, los lectores y la reproducción de fake news, los efectos de la desinformación, las características de la desinformación sobre Covid-19 y finalmente el papel del comunicador social para reducir las fake news.

Tabla 23. Matriz de coincidencias de las entrevistas

FAKE NEWS	ENTREVISTADOS	
	Christian Espinoza	Jorge Cruz
Definición	Las fake news son conocidas como desinformación cuyo objetivo es engañar a través de información falsa, con la intención de hacer daño, o también se define a las fake news como la desinformación con fines de engañar	Son información que no es veraz pero tiene características verosímil, es decir, parece verdad por como está construida, pero no se acerca a la verdad. La realidad las noticias verdaderas son verosímiles y además son veraces.
Aspectos para identificar las fake news	<p>Propia profesión periodística exige: verificación de la información, contrastación, buscar el equilibrio de las fuentes, tener actitud crítica de lo que se consume.</p> <p>Recurrir a los principios de verificación que exige el periodismo, es lo tiene que aplicar toda persona que difunde contenidos en medios sociales.</p>	Por un lado las fuentes son importantes aunque a veces fallan, están también en la contrastación con las versiones oficiales y por otro lado esta en la velocidad con la que se emiten. Muchas veces las fake news son las primeras que aparecen y por eso las personas la toman y la gente esta ávida de tener una resolución para coger cualquier evento, cualquier noticia y como parece rápido la toma y la empieza a compartir.
Propósito	Existen fines por ejemplo: políticos, negocios, dinero, hacer daño	Desviar atención, lograr ciertas reacciones, persuadir. Depende, no hay un solo objetivo, esto es tan variado como la misma noticia, a veces las noticias solo quieren informarte, quieren persuadirte, quieren que hagas algo es un llamado de acción, se comportan de la misma manera, su estructura es muy similar a las noticias, eso se llaman noticias también al final.

<p>Medios con mayor proliferación</p>	<p>Hay muchas páginas que se crean en Facebook con nombres de medios pero que no son medios, la gente cree que es información real, porque tiene un nombre que parece un medio, como en la actualidad crear una Fanpage es muy fácil y ponerle un nombre de noticias también; eso no quiere decir que eso sea un medio, esto se presta justamente para la desinformación, porque las personas creen que hay periodistas o gente que verifica y por ciento de lo que aparece ahí, entonces son páginas fantasmas o páginas que no son medios pero hacen parecer que lo son</p>	<p>Internet, evidentemente, es la gran plataforma donde las noticias falsas aparecen más y esto se debe a que es una plataforma en la que la gente puede, de manera más horizontal, compartir información. La horizontalidad de internet te permite compartir noticias falsas de manera más fácil porque no puedo producir información para prensa, radio, televisión y dentro de internet las redes sociales por la misma razón, es decir, hay una facilidad de que el receptor se vuelva emisor.</p>
<p>Las fanpages desvirtúan la calidad de la información</p>	<p>En unas sí en otras no, depende de la Fanpage, el problema es que las personas creen que son medios de comunicación o medios donde se verifica información y solo son como pasar por la calle y que haya estado una persona que le pasa un chisme y no todo el mundo le cree, pero como la gente ve que es una Fanpage, el problema es que las personas no tiene criterio para darse cuenta que no es mas como hablar con una persona en un bar aunque tenga un nombre de medio.</p>	<p>Las fanpages son siempre una puerta de entrada de los medios de comunicación, todos los medios tienen una Fanpage. Creo que en la Fanpage no se busca calidad, se busca alcance a inmediatez, rapidez, buscar de alguna forma algo más estético. En la Fanpage buscar calidad sería o buscar calidad periodística pues sería poco útil, puedes buscar calidad estética, calidad publicitaria pero no periodística.</p>
<p>Los lectores y la reproducción de fake news</p>	<p>Primero porque confunden a las redes sociales como si fuera un medio donde ya esta verificada la información, lo que uno consume en un medio es como estar en la calle y necesita una verificación y segundo por temas emocionales. La gente se deja influenciar por lo que siente y deja de lado una actitud crítica. Si la información les emociona</p>	<p>Las noticias suelen tener titulares llamativos que llaman la atención del lector e influye en sus emociones, sea de cualquier tipo. Los seres humanos tendemos a poner primero nuestros sentimientos antes que la razón, y esto se aplica también en la propagación de las noticias.</p>

	las personas la comparte sin una verificación previa.	
Efectos de la desinformación	Puede matar gente, personas que han muerto por la desinformación, en Ecuador mataron a dos personas que creyeron que habían secuestraron a una niña y nunca la secuestraron. Linchamientos, muertes, inestabilidad política, sufrimiento, repudio, entre otros aspectos son las repersiones de la desinformación.	No le deja tomar buenas decisiones. La gente que hace comunicación busca otorgar mejor información para que alguien tome mejores decisiones, entonces si no tiene toda la información la decisión que va a tomar no va a ser las más efectiva para su vida, para su desempeño diario.
Características de la desinformación sobre Covid-19	Básicamente las que más han influido son: suplantación de identidad, fanatismo en el contenido de las noticia, esto ha afectado que la gente no verifique en base al tema de vacunas y antivacunas, la gente nuevamente por tema de emociones ven un titular y se toman el tiempo para no verificar de donde viene esta información sino que simplemente la comparten; a esto hay que sumar también que hay muchos falsos estudios que han circulado.	Evidentemente el temor, el miedo de la pandemia también se expandió en función de lo que no había buena información, hubo mucha discriminación hacia los contagiados, momento alto y bajo de los gestores y trabajadores de la salud. Ha sido peligroso no entender bien como funcionaba la enfermedad, también no tenía que ver tanto con las noticias falsas si no por que la información que se producía no podía ser tan rápida porque no lo conocíamos estamos frente a algo totalmente desconocido y ante eso lo que hicimos, lo que buenamente se pudo hacer es la comunicación de la información disponible. Esta desinformación provocó miedo en la discriminación y en una toma de decisiones poco acertada de la gente, porque no sabía si comprar o no guantes, nos pasamos comprando guantes al principio de la pandemia, porque teníamos esa información a medias y confiamos mucho en el contacto que es lo normal en el boca a boca que se volvió muy importante y el boca a boca

		también desinforma.
Papel del comunicador social para la reducción de estas prácticas comunicacionales	Dar ejemplo verificando la información, porque si nosotros caemos en desinformar entonces a quien le va a creer la comunidad... a nadie.	Filtrar mejor la información, poder encontrar mejores fuentes y yo creo que hay un trabajo pendiente de ir construyendo un perfil de credibilidad. Sí, el comunicador tiene que constantemente mostrar que él es alguien a quien se le puede creer y en una fuente confiable, existe una palabra clave que es la FIABILIDAD que es la confianza extendida en el tiempo, entonces no solo soy confiable en un momento sino confiable en muchos momentos, entregar información fiable, es una tarea pendiente de todos lo que hacemos comunicación.

Fuente: Entrevista

Discusión de resultados

Los resultados obtenidos con el análisis de contenido señalan como características comunes de una noticia falsa la presencia de titulares y palabras que influyen en los sentimientos y emociones de quien recepta la información. Tal es el caso de la noticia publicada en dos medios digitales que tiene como elemento de apoyo el mismo video que replica una y otra vez la frase “La mejor vacuna es la primera que esté disponible para usted” (Ahora Riobamba y Noticias de Riobamba, 29-06-2021). Es un periodismo de propaganda que se orienta a influir en los lectores para que acudan a los centros de vacunación y obtengan la vacuna independientemente de la marca. Noticias de este tipo llevan a recordar los postulados de los estructuralistas, para quienes la ideología guía las relaciones de poder para que las masas actúen de una u otra manera.

En dos fanpage se exhibe una noticia con el mismo titular, texto y elemento de apoyo, enfatizando en las vacunas recibidas. Esta causa desconcierto y temor a las consecuencias de vacunarse o no, pues si en unos casos se menciona que la vacuna es segura y salva vidas, en otros crea dudas por los casos de personas que se han vacunado y aun así se contagiaron (Elespecial-noticias, 18-12-2021; y, La Prensa de Riobamba, 19-12-2021). Es un periodismo informativo de tipo crónica que no utiliza las citas

textuales ni describe con precisión a personas y lugares, lo que según Wadler (2017) sería una noticia falsa que cae en la categoría de parodia. Al respecto, es pertinente mencionar a la teoría funcionalista que busca determinar el porqué del comportamiento de las masas ante los mensajes emitidos por los medios de comunicación.

En otras noticias se percibe la sátira, como en la que se emiten críticas y cuestionamientos sobre el destino de las primeras dosis de vacunas que debían aplicarse en el mes de enero utilizando frases sarcásticas: “No nos llame. Si todavía vive, lo llamaremos” (Boletín de Riobamba, 15-02-2021). Su redacción delata un periodismo deficiente orientado a la crítica, donde el autor utiliza su opinión para influir en las emociones del lector dando jocosidad a una situación preocupante para la sociedad.

Resumiendo, la principal característica de las noticias falsas es la ausencia de la fuente de información, especialmente cuando se trata de cifras, ya que se dan nombres de instituciones, personas y empresas pero no se cita expresamente la fuente. Cabe recalcar que algunas noticias dan mucho que desear en su redacción pues se omiten signos de interrogación, tildes, comas y puntos. Además, el uso excesivo de los hashtags influyen en la fluidez y nitidez de la información, transformando un texto sencillo en una lectura compleja que no permite captar el mensaje. Otro aspecto a considerar es que los elementos de apoyo denotan una conexión falsa.

En cambio, la información proporcionada por los expertos en las entrevistas describe que las fake news, “son conocidas como desinformación” (Christian Espinoza), “información que no es veraz” (Jorge Cruz); definiciones que dan a las fake news un “sinónimo de desinformación” (Recuero y Grutz, 2019, p. 32). Para estos expertos lo primordial es practicar las bases de la profesión periodística, es decir valorando la función que tiene “la información en la vida de todo ciudadano” (Kovach y Rosenstiel, 2012, p. 24), por tal razón es pertinente verificar la información, contrastarla con varias fuentes para así poder ser críticos al momento de transmitir los datos obtenidos.

El acceso a Internet y a las diferentes plataformas han permitido la creación de muchas fanpages donde las noticias falsas proliferan “ya que en la actualidad crear una fanpage es muy fácil” (Christian Espinoza) pero en ellas se puede “buscar calidad estética, calidad publicitaria pero no periodística” (Jorge Cruz), al ser una manera de atraer a los lectores, porque “permiten a las organizaciones, marcas, figuras públicas y artistas crear

y mantener una presencia en la red social y conectar con la comunidad” (Zeler, 2017, p. 34), lamentablemente también dan acceso a noticias falsas, erróneas o manipuladas, como sucedió durante el año 2021, cuya propagación causó desconcierto e incertidumbre en quienes las leían.

La desinformación sobre COVID-19 tiene como características principales la “suplantación de identidad y el fanatismo en el contenido de las noticia” (Christian Espinoza), y si a esto se añade que las personas comparten indiscriminadamente todo lo que reciben, “el temor se expandió porque no había buena información (...), estábamos frente a algo totalmente desconocido y ante eso lo que buenamente se pudo hacer es comunicar la información disponible” (Jorge Cruz). Está claro, con estas opiniones que la desinformación logró distorsionar una realidad a través de la difusión de “noticias falseadas que engañan al receptor final” (Pérez, 2019, p. 67). Lo que un profesional en la comunicación social siempre debe hacer es “dar ejemplo verificando la información, porque si nosotros caemos en desinformar entonces a quien le va a creer la comunidad... a nadie” (Christian Espinoza); las noticias tienen que ser el resultado de un trabajo que inicia con la filtración de la información, “encontrar mejores fuentes. (...), el comunicador tiene que constantemente mostrar que él es alguien a quien se le puede creer y en una fuente confiable” (Jorge Cruz). Esta experiencia vivida así como tuvo repercusiones negativas también fue una oportunidad para que los comunicadores sociales aporten a la reducción de las noticias falsas.

CAPÍTULO V

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

El análisis de contenido de las noticias identificadas como fake news permitió determinar que estas tienen como elementos característicos los siguientes: la omisión de titulares o el uso de varios temas en el mismo, la inclusión de datos o cifras que varían dentro del mismo contenido, las fuentes no se citan o simplemente son incorrectas tanto para el texto como para los elementos de apoyo visual y/o de audio, la redacción se dirige a influir en los sentimientos y emociones del lector, no se incluye la opinión de expertos cuando se informa sobre datos técnicos, en otras noticias se altera su contexto de manera que no se comprende lo que quieren informar.

La revisión de noticias sobre COVID-19 publicadas en las fanpage de Facebook muestra una recurrencia del uso de las fake news en varias de estas páginas, como es el caso de Elespecial-noticias que durante el período de estudio publicó cinco noticias de este tipo. Luego se encuentran Ahora Riobamba y Noticias de Riobamba, con cuatro noticias, respectivamente; Riobamba Digital y El Diario de Riobamba, tienen dos publicaciones cada una de ellas; y, con una publicación se encuentran El Boletín de Riobamba, Radio Bonita y La prensa de Riobamba.

El manual elaborado tiene como propósito influir en los responsables de las fanpage de noticias para que sus futuras publicaciones se enmarquen en la observancia de los principios básicos del periodismo a través de un trabajo investigativo que aporte al incremento de su credibilidad como un medio de información serio que combate la proliferación de las fake news al aplicar buenas prácticas de comunicación.

5.2 Recomendaciones

Los medios de comunicación digital tienen que elaborar y publicar contenidos que contengan todos los elementos requeridos para ser una noticia verídica y confiable, que demuestren calidad periodística de la fanpage mientras sus colaboradores ejercen su derecho a la libre expresión como profesionales así como el de los lectores a recibir información apegada a la verdad.

Es pertinente que los responsables de las fanpage realicen una evaluación de su trabajo informativo para que verifiquen si las publicaciones se realizaron bajo los estándares establecidos y, si no se cumplió, apliquen correctivos en su trabajo futuro.

Como crece la tendencia de acudir a las fanpage para obtener información actualizada de lo que sucede en la sociedad, se recomienda a los medios de comunicación digital la aplicación de las buenas prácticas de comunicación propuestas en el manual que serán un aporte para mejorar la calidad de las publicaciones.

CAPITULO VI

6 MARCO PROPOSITIVO

6.1 Manual de buenas prácticas para las fanpage

6.1.1 Justificación

La proliferación de noticias falsas a través de las fanpage ha provocado la desinformación de los lectores así como el malestar e inconformismo por el trabajo de estos medios digitales. Esta situación ha llevado a que Facebook cambie sus políticas de publicación para detectar y eliminar inmediatamente los contenidos falsos.

Ya que la manipulación informativa se percibe en la intención de quien da la noticia, en el alcance de la información, y/o en la libertad que deja para que el lector forme su propio juicio, es pertinente que cada fanpage dirija a sus colaboradores a trabajar teniendo como premisa la veracidad, verificando la información para que sus relatos sean exhaustivos.

Las fanpages de noticias, al igual que otros medios de comunicación, tienen que hacer uso de su libertad de expresión trabajando con responsabilidad social, es decir, comprometiéndose a informar hechos verídicos que garanticen el derecho de las personas a recibir información de manera oportuna y veraz.

6.1.2 Objetivo general

Proporcionar a las fanpages un manual de buenas prácticas de comunicación que permitan reducir la publicación de noticias falsas.

6.1.3 Objetivos específicos

- Definir estrategias de comunicación aplicables a todas las fanpages para reducir las noticias falsas.
- Definir actividades básicas de verificación de noticias para promover la colaboración entre las fanpages y los lectores.

6.1.4 Estrategias

- Catalogación de contenidos tanto de la fanpage como de la ciudadanía manteniendo objetividad en la información.
- Autenticación de los contenidos en por lo menos dos fuentes y obtención del permiso para su publicación, especialmente si se trata de información privada de una persona.
- Los contenidos erróneos deben rectificarse inmediatamente de acuerdo con las exigencias más estrictas.
- Desarrollo de mecanismos para combatir, y no promocionar, la difusión y propagación de contenidos falsos.
- Establecer e informar al público sobre las restricciones tomadas por la fanpage para quienes comparten noticias falsas.

6.1.5 Buenas prácticas de comunicación en las fanpage

a) Lo qué debe hacer

Cada fanpage es responsable de las publicaciones que se exhiben en su página, por tanto es pertinente que al subir la información tenga en consideración los siguientes aspectos:

- Al analizar la fuente de la información se podrá identificar si esta es confiable o no.
- La obtención de conocimientos sobre el tema permitirá no caer en la desinformación.
- El autor debe ser verificado para reafirmar la calidad de la información.
- La contrastación de fuentes adicionales sobre el tema y contenidos.
- La fecha de publicación debe ser comprobada para verificar el hecho.
- El análisis del contenido humorístico permitirá verificar si el autor tiene o no alfabetización mediática.
- La identificación del público que lee las noticias facilita establecer la calidad de la información emitida.
- Contar con el apoyo de un experto en comunicación para distinguir la desinformación.

- Permitir a los lectores que comenten la información solicitando que incluyan la fuente, en el caso de hacer correcciones.
- Los comentarios engañosos deben ser filtrados antes de permitir que se comparta la noticia.
- La redacción y ortografía del contenido deben revisarse rigurosamente.

b) Lo qué no debe hacer

- Compartir noticias de otros medios de comunicación sin verificar el contenido.
- Omitir titulares y entradillas.
- Difundir noticias indiscriminadamente solo por subir el rating.
- Utilizar elementos de apoyo gráfico y/o audiovisual que no corresponden al contenido.
- Omitir las fuentes tanto del contenido como de los elementos de apoyo.
- Uso excesivo de calificativos en la redacción.
- Uso excesivo de hashtags que impiden captar el mensaje.
- Uso de frases ofensivas o exageradas solo por influir en el lector.
- Omitir rectificaciones y explicaciones sobre errores cometidos.
- Eliminar comentarios porque no comparten el criterio de la fanpage.

REFERENCIAS

- Aguirre, P. (2020). *Fake news en redes sociales durante la pandemia: análisis Comparativo Facebook Whatsapp, cantón Alfredo Baquerizo Moreno*. (Tesis de grado, Universidad Técnica de Babahoyo). Recuperado de <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/8747>.
- Apolo, A., Tusa, F., & Román, M. (2021). *Fake news e incremento desinformativo durante el estado de excepción 2020: Caso el Mercico, Ecuador*. Machala: (Artículo de investigación, Universidad de Machala) Recuperado de <https://chakinan.unach.edu.ec/index.php/chakinan/article/view/654>.
- Blake, J. (2021). *Aleph*. Obtenido de <https://aleph.org.mx/que-es-la-guia-de-la-entrevista>
- Bowman, S., & Willis, C. (2003). *We Media: How audiences are shaping the future of news and information*. Yale University Press, 2003. ISBN 0300078234.
- Caldutch, R. (2012). *Métodos y técnicas de investigación en relaciones internacionales*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Comunicólogos.com. (2022). *Comunicación y Funcionalismo*. Obtenido de <https://www.comunicologos.com/teorias/comunicaci%C3%B3n-funcionalismo/>
- Dader, J. (2012). Periodismo político y política del periodismo: Imaginando un futuro digno y sostenible. En S. Berrocal Gonzalo & E. Campos Domínguez (Coords.). *La investigación en periodismo político en el entorno de los nuevos medios de comunicación*. En S. Berrocal, & E. Campos, *La investigación en periodismo político en el entorno de los nuevos medios de comunicación* (págs. 35-58). Madrid: Sociedad Española de Periodística.
- Espíritusanto, Ó. (2011). Definiendo el fenómeno. En O. e. Espíritusanto, *Periodismo ciudadano: Evolución positiva de la comunicación* (págs. 3-10). Barcelona: Ariel, S. A.
- Fernández, M., & Hernández, A. (Abril de 2013). Modelos teóricos en el estudio de comunicación. *FDeportes.com, Revista Digital*, 18(179). Obtenido de Modelos

teóricos de la comunicación: <https://www.efdeportes.com/efd179/modelos-teoricos-de-la-comunicacion.htm>

Galeano, S. (28 de enero de 2022). *Marketing4ecommerce.net*. Obtenido de Redes Sociales: <https://marketing4ecommerce.net/cuales-redes-sociales-con-mas-usuarios-mundo-ranking/>

Gillmor, D. (2006). *We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People*. O'Reilly Media. ISBN: 978-05-9610-227-2.

Gutiérrez-Coba, L. M.-G., & Gómez-Díaz, J. A. (2020). Noticias falsas y desinformación sobre el Covid-19: análisis comparativo de seis países iberoamericano. *Revista Latina de Comunicación Social*(78), 237-264 Obtenido de <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1476>.

Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). México: McGraw-Hill.

Horkheimer, M., & Adorno, T. (1998). *Dialéctica de la Ilustración* (3a ed.). Madrid: Trotta.

Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2012). *Los elementos del periodismo*. Madrid: Aguilar.

McQuail, D., & Windahl, S. (1997). *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. Pamplona: Eunsa.

Pérez, C. R. (2019). No digas fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. *Comunicación*(40), 65-74. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.18566/comunica.n40.a05>.

Pose, F. (2022). Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/45361_175691.pdf

Real Academia Española. (2021). *Diccionario de la lengua española, 23.ª ed., [versión 23.5 en línea]*. <<https://dle.rae.es>> [2022-01-10].

Recuero, R. &. (2019). Cascata de Fake News Políticas: un estudio de caso no Twitter. *Galaxia*, 31-47 Obtenido de: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542019239035>.

- Rheingold, H. (2011). Prólogo. En O. e. Espíritusanto, *Periodismo ciudadano: Evolución positiva de la comunicación*. Barcelona: Ariel, S. A.
- Rodríguez, A., & Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del pensamiento. *Revista EAE*(82), 179-200.
- Santos, D. (2012). *Fundamentos de la comunicación*. México: Red Tercer Milenio.
- Siqueira, A. (25 de Mayo de 2020). *Fanpage de Facebook: qué es y por qué tu empresa debe tener una*. Recuperado el 19 de Enero de 2022, de <https://www.rdstation.com/es/blog/fanpage-facebook/#:~:text=La%20Fanpage%20es%20una%20p%C3%A1gina,causa%20o%20personaje%20en%20com%C3%BAn>.
- Tamayo y Tamayo, M. (2012). *El proceso de la investigación científica*. México, D. F.: Limusa.
- Tamayo, C. (2016). *Metodología de la Investigación Científica*. Quito: Codeu.
- URBE. (2022). *Marco metodológico*. Obtenido de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0093005/cap03.pdf>
- Wardle, C. (2017). *First Draft*. Recuperado el 24 de 01 de 2022, de Noticias falsas. Es complicado: Recuperado de <https://firstdraftnews.org/articles/noticias-falsas-es-complicado/>
- Zeler, I. (2017). *Facebook como instrumento de comunicación en las empresas de América Latina*. (Tesis doctoral, Universitat Rovira e Virgili).


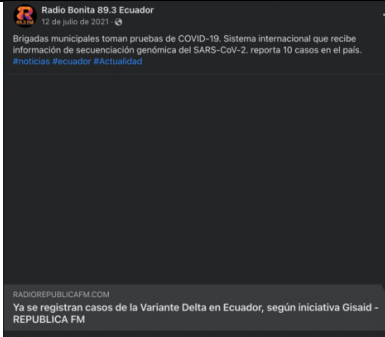
ANEXOS

Anexo 1: Fanpages

FANPAGE	SEGUIDORES
Ahora Riobamba	13 566
El Diario de Riobamba	266 799
El especial-noticias	25 017
InfoRio Comunicación Digital	4 916
La prensa Riobamba	242 057
Mundial Medios Ecuador	13 499
Noticias de Riobamba	57 063
Plus Tv – Riobamba	13 633
Radio Bonita 89.3 Ecuador	11 700
Riobamba digital	44 036
Riobambeños	38 571
Televisión Digital MC Riobamba	87 773


Fuente: Facebook


Anexo 2: Matriz de análisis de contenido de fake news

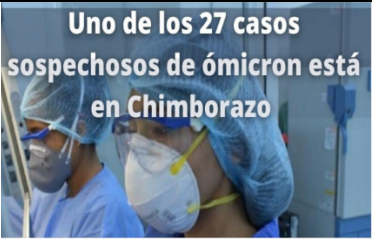
Medio	Fecha	Eje temático	Género	Fuente	EAG y/o EAA	¿Qué dice?
El Boletín de Riobamba	15 febrero 2021	Salud	Opinión	No existe		<p>#QUEPASO #VACUNAS#ECUADOR🇪🇨</p> <p>86 mil dosis de / vacunas dijo el gobierno que vendrían hasta febrero.</p> <p>Entregas semanales de "8000"</p> <p>De las 8000 NO!! hemos pasado desde el pasado 20 de enero.</p> <p>Silencio</p> <p>Silencio</p> <p>Silencio</p> <p>Incapacidad</p> <p>Desesperación</p> <p>"No nos llame"</p> <p>Si todavía vive, lo llamaremos.</p> <p>¿Para quien sirvieron las / 8000 vacunas que llegaron en primera instancia?</p>
Radio Bonita 89.3 FM	12 julio de 2021	Salud	Informativo	No existe		<p>Brigadas municipales toman pruebas de COVID-19. Sistema internacional que recibe información de secuenciación genómica del SARS-CoV-2. reporta 10 casos en el país.</p>



Riobamba Digital	25 abril de 2021	Salud	Informativo	No existe		#NOTAS: en el peor momento de la pandemia que sufre #India, un #incendio en #hospital mata a 13 pacientes de la Unidad de Cuidados Intensivos. En ese país ya no hay oxígeno ni medicamentos y la curva de contagios sigue creciendo.
Riobamba Digital	07 de julio de 2021	Salud	Informativo	No existe		#NOTAS: el número de #muertos por la pandemia de COVID-19 acaba de #superar la barrera de los #cuatro #millones, anunció hoy el director general de la Organización Mundial de la Salud (OMS).
Ahora Riobamba	12 de mayo de 2021	Salud	Informativo	No existe		<p>RIOBAMBA HABILITA PUNTO DE VACUNACIÓN MÓVIL</p> <p>Compartimos la Ruta del Vacunatorio Exprés que atenderá a partir del jueves 13 de mayo a adultos mayores y personas con discapacidad que hayan sido agendados a través del 171 o la página web www.planvacunarse.ec</p> <p>El acceso estará habilitado a partir de las 09h00 en la Brigada de Caballería Blindada N° 11 "Galápagos", calle Cap. Edmundo Chiriboga.</p> <p>Este nuevo punto de vacunación es un esfuerzo del Ministerio de Salud, Brigada, Municipio e Inver "Industria de Eventos".</p> <p>Riobamba pone al servicio del país, el segundo punto de vacunación móvil exprés a nivel nacional a donde podrán acceder los ciudadanos a recibir su</p>


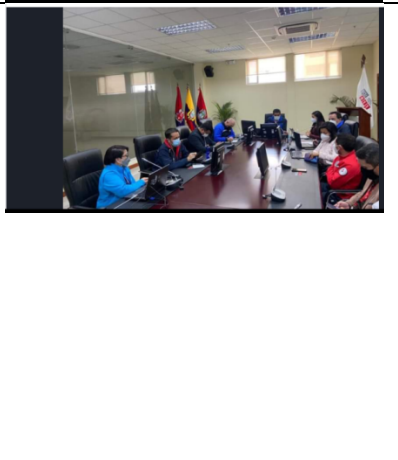
						vacuna contra covid-19 sin bajarse de su auto. Fotografía: #Cortesía
Ahora Riobamba	20 de mayo de 2021	Salud	Informativo	No existe		<p>En reunión de COE Municipal de Riobamba, el jueves 20 de mayo de 2021, una vez analizada la situación actual en el sistema hospitalario, los informes en relación a la curva de contagio por la pandemia COVID 19 en el cantón y el proceso de vacunación en ejecución mediante un trabajo interinstitucional; se ha resuelto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • RESTRICCIÓN DE CIRCULACIÓN VEHICULAR en el horario de 23h00 a 05h00, en todo el cantón, a partir del 21 de mayo de 2021. • Libre circulación vehicular de 05h00 a 23h00. • Horarios de funcionamiento en locales comerciales de 05h00 a 23h00. • Mantener los aforos y fortalecer los controles. • Prohibición de espectáculos públicos y reuniones. • Priorizar el teletrabajo en el sector público y privado. • Generar la segunda fase RIOBAMBA BIOSEGURO para verificación de protocolos. • Fortalecer la campaña comunicacional POR TI, POR TODOS. <p>Estas medidas no aplican al transporte público en todas sus modalidades. Los controles serán permanentes para el cumplimiento de la disposición, evitar aglomeraciones y mal uso de espacio físico. Fotografía: #Cortesía</p>
Ahora Riobamba	29 de junio de 2021	Salud	Opinión	No existe		<p>LA MEJOR VACUNA ES LA PRIMERA QUE ESTÉ DISPONIBLE PARA USTED! No espere hasta poder aplicarse una marca específica. TODAS las vacunas contra COVID-19 distribuidas por el Ministerio de Salud Pública han demostrado ser seguras y efectivas.</p>



						<p>No espere hasta poder aplicarse una marca específica.</p> <p>Todas las vacunas aplicadas en el país, reducen el riesgo de enfermarse gravemente.</p> <p>El Plan de Vacunación en #Riobamba ha entregado más 66 mil dosis gracias al trabajo mancomunado del COE Municipal, #MSP, #Espoch, #Unach, Salesianos y la Red Privada y Complementaria de Salud.</p> <p>#TodaVacunaEsEfectiva #RiobambaUnida Video: @Cortesía</p>
Ahora Riobamba	6 de diciembre de 2021	Salud	Informativo	No existe	 <p>COE MUNICIPAL FORTALECERÁ MEDIDAS DE BIOSEGURIDAD EN EL CANTÓN</p> <p>El viernes 3 de diciembre, se realizó la sesión extraordinaria del COE Municipal de Riobamba, en la sala de crisis del ECU 911, donde una vez que se verificó el quórum se conoció el informe epidemiológico respecto al comportamiento de la pandemia por COVID-19 en el cantón, así como del comportamiento de la nueva variante Ómicron, que está causando preocupación en la ciudadanía.</p> <p>Al respecto el comportamiento del virus se mantiene estable, las últimas semanas no se registran muertes a causa del mismo, la disponibilidad en la provincia se mantiene en 40 camas de capacidad instalada. De igual forma, conocieron el informe del avance del Plan de Vacunación en el cantón, respecto a la aplicación de primera, segunda y tercera dosis de vacunas contra el COVID-19.</p> <p>Actualmente se encuentra en funcionamiento el centro de vacunación masivo en el Colegio Chiriboga, sumándose los centros de salud, donde se muestra que la mayor afluencia son los fines de semana, desde el MSP se asegura la provisión de dosis para todos los centros.</p>	





					<p>Se conoció las resoluciones del COE Nacional emitidas el lunes 29 de noviembre de 2021, resolviendo la aplicación y control de las mismas. Como resolución local se fortalecerá la campaña comunicacional “Por ti, por todos”, comprometiendo a la ciudadanía a la corresponsabilidad, con el uso de mascarillas, lavado de manos y distanciamiento.</p> <p>Se incentivará a la ciudadanía, acudir al proceso de vacunación, tanto a la aplicación de primeras dosis como la de refuerzo (tercera dosis); se recomendó al mando unificado realizar controles constantes en el cumplimiento de las ordenanzas vigentes (medidas de bioseguridad). El Municipio Riobamba sigue apoyando el proceso de vacunación y ha puesto en consideración del ente rector la reapertura de los centros de vacunación masiva.</p> <p>Fotografías: #Cortesía</p>
Ahora Riobamba		Salud	Informativo	No existe	 <p>Se activa un nuevo punto de vacunación contra COVID-19 en Riobamba.</p> <p>Acude al Paseo Shopping y recibe:</p> <ul style="list-style-type: none"> 📌 Primeras y segundas dosis para mayores de 5 años. 📌 Dosis de refuerzo para mayores de 18 años (después de seis meses desde la última dosis). <p>Fotografía: #Cortesía</p>

El Diario de Riobamba	16 de marzo de 2021	Salud	Informativo	No existe		<p>El 16 de marzo del 2020 Ecuador entró en confinamiento</p> <p>Hace un año, el presidente Lenín Moreno declaró el estado de excepción en el Ecuador, fue la noche del lunes 16 de marzo del 2020, entonces el mandatario señaló que las medidas adoptadas eran indispensables para contener la propagación del coronavirus covid-19 en el país. Ese día se dispuso el cierre de los servicios públicos, a excepción de salud, seguridad, servicios de riesgos y aquellos que, por emergencia, los ministerios decidan mantener abiertos. además del Estado de excepción, toque de queda y restricción vehicular y de vuelos.</p> <p>Las medidas con las que se inició el confinamiento, fueron dispuestas a través del Decreto Ejecutivo 1017.</p> <p>A finales del 2020, las medidas comenzaron a sustituirse por otras para promover la actividades académicas, laborales y productivas en el país.</p>
El Diario de Riobamba	28 de diciembre de 2021	Salud	Informativo	No existe		<p>Uno de 27 casos sospechosos de Ómicron está en Chimborazo</p> <p>Tras confirmar 24 casos de la variante Ómicron en el país, el Ministerio de Salud dio a conocer que hasta el mediodía del 27 de diciembre de 2021, se registraron 27 casos sospechosos de Ómicron identificados en la red privada de laboratorios, que actualmente son genotipificados.</p> <p>"Todos los casos, tanto los confirmados como los sospechosos, se encuentran en cerco epidemiológico", dice un comunicado del MSP.</p> <p>En Ecuador, la vacunación es obligatoria y los sitios públicos y privados como restaurantes, centros comerciales y mercados deben solicitar el carné o certificado de inmunización para poder ingresar. Esta medida se adoptó precisamente para precautelar la vida de las familias ecuatorianas.</p>

Elespecial-noticias	25 de enero de 2021	Salud	Informativo	No existe		<p>VACUNAS CONTRA EL COVID-19 LLEGARON A RIOBAMBA</p> <p>Con el resguardo de las Fuerzas Armadas, mediante la Brigada Blindada Galápagos, arribaron a RIOBAMBA 143 dosis de la vacuna contra el Covid-19.</p> <p>Según el cronograma emitido por el Ministerio de Salud (MSP) las vacunas serán aplicadas al personal de primera línea en la lucha contra el virus.</p> <p>Las dosis fueron distribuidas en el Hospital Docente, Hospital Pediátrico Alfonso Villagomez, Hospital del IESS de la ciudad de Riobamba y al Hospital Gerontológico de Guano.</p>
Elespecial-noticias	25 de mayo de 2021	Salud	Informativo	No existe	 <p>Desde el 31 de Mayo se retoma la vacunación para primeras dosis, debido a la transición de Gobierno.</p>	<p>VACUNACIÓN CONTRA EL COVID-19 SE RETOMARÁ DESDE EL 31 DE MAYO EN CHIMBORAZO</p> <p>Debido a la transición de Gobierno, la vacunación de primeras dosis se retomarán desde el lunes 31 de mayo, esto aplica a todos los puntos, incluso la vacunación express que se efectuaba en la Brigada Blindada Galápagos.</p> <p>Durante esta semana el Ministerio de Salud Pública (MSP) aplicará la segunda dosis de SINOVAC en el coliseo de la Universidad Nacional de CHIMBORAZO (Unach). En el siguiente horario:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Personas inmunizadas del 13 al 28 de abril, deben acudir el día miércoles 26 de mayo en horario de 09:00 a 17:00. ● Personas inmunizadas el 29 y 30 de abril acudirán el día viernes 28 de mayo en horario de 09:00 a 17:00.

Especial-noticias	12 de julio de 2021	Salud	Informativo	No existe		<p>SE DETECTA VARIANTE DELTA EN ECUADOR</p> <p>Desde finales de junio ya se tiene datos de la variante del Covid-19 denominada DELTA. Al momento hay registros de casos en El Oro: 7, y en Guayas 3.</p>
Especial-noticias	4 de diciembre de 2021	Salud	Informativo	No existe		<p>SE SIENTE NUEVAMENTE LA AMENAZA DEL COVID-19 Y SUS NUEVAS MUTACIONES</p> <p>El COE Cantonal de Riobamba resolvió intensificar las campañas comunicacionales para impulsar las medidas de prevención, ante la amenaza de la nueva cepa de covid-19, especialmente para motivar a la ciudadanía, el uso de mascarillas, lavado de manos y distanciamiento.</p> <p>Además, hacer un llamado a la conciencia social, para que la población que aún no se ha vacunado se aplique las primeras dosis, así como las dosis de refuerzo.</p> <p>Al Mando Unificado se le sugirió realizar controles constantes en el cumplimiento de las disposiciones nacionales vigentes.</p>

Especial-noticias	18 de diciembre de 2021	Salud	Informativo	No existe		<p>SE DETECTA EL TERCER CASO DE ÓMICRON EN EL ECUADOR</p> <p>El Ministerio de Salud Pública (MSP) anunció del tercer caso confirmado en el país, se trata de un paciente domiciliado en Quito.</p> <p>La persona llegó desde Reino Unido, a mediados de diciembre de 2021. De inmediato, se realizó la prueba para confirmar la COVID-19 y se ratificó la presencia de esta mutación identificada por primera vez en Sudáfrica.</p> <p>El ciudadano arribó con dos vacunas (esquema completo) y el refuerzo.</p> <p>Actualmente, está aislado; al igual que sus contactos directos. Con este caso suman tres de la variante Ómicron, en el país.</p> <p>Hasta el momento se registran tres casos, uno se localizó en Pichincha y otro en Guayas.</p>
Noticias de Riobamba	5 de enero de 2021	Salud	Informativo	No existe		<p>ATENCIÓN Al máximo los hospitales de Riobamba y Ambato por Covid-19</p> <p>La capacidad en las Unidades de Cuidados Intensivos (UCI) de los hospitales del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) de Chimborazo y Tungurahua está ocupada al 100%, por los nuevos casos registrados de Covid-19.</p> <p>En Riobamba, los pacientes que necesitan esa atención son transferidos a casas de salud de Quito y Guayaquil.</p> <p>En las áreas de hospitalización de ambas provincias también se registra un incremento.</p> <p>Las 18 camas UCI del Hospital General Docente de Ambato también están copadas. Según información del IESS en Chimborazo, al menos 24 nuevos pacientes ingresan por día a causa del Covid-19.</p>

Noticias de Riobamba	29 de junio de 2021	Salud	Opinión	No existe		<p>LA MEJOR VACUNA ES LA PRIMERA QUE ESTÉ DISPONIBLE PARA USTED!</p> <p>No espere hasta poder aplicarse una marca específica.</p> <p>TODAS las vacunas contra COVID-19 distribuidas por el Ministerio de Salud Pública han demostrado ser seguras y efectivas.</p> <p>No espere hasta poder aplicarse una marca específica.</p> <p>Todas las vacunas aplicadas en el país, reducen el riesgo de enfermarse gravemente.</p>
Noticias de Riobamba	18 de octubre de 2021	Salud	Informativo	No existe		<p>ATENCIÓN Los más pequeños de la casa se vacunan en Riobamba</p> <p>En la Unidad Educativa San Felipe Neri de #Riobamba los más pequeños reciben la vacuna contra la COVID-19.</p> <p>Inició la vacunación a niños y niñas de entre 6 y 11 años para que con seguridad puedan retornar a clases presenciales.</p>
Noticias de Riobamba	14 de diciembre de 2021	Salud	Informativo	No existe		<p>ATENCIÓN Pfizer confirma resultados positivos de su píldora anticovid en estudios</p> <p>La gigante farmacéutica estadounidense Pfizer confirmó el martes que su píldora contra el covid-19 redujo las hospitalizaciones y muertes entre las personas en riesgo en casi un 90% cuando se toma en los primeros días después de que aparecen los síntomas, según se constató en ensayos clínicos.</p> <p>Estos resultados se basan en todos los participantes en las pruebas -más de 2.200 personas- y confirman lo que se anunció a principios de noviembre a partir de conclusiones preliminares. Pfizer también anunció que su tratamiento debería seguir siendo eficaz contra la variante del virus ómicron.</p>
La prensa Riobamba	19 de diciembre de 2021	Salud	Informativo	No existe		<p>Se confirma tercer caso de la variante ómicron en Ecuador. Se trata de un paciente domiciliado en Quito. La persona llegó desde Reino Unido, a</p>

						<p>mediados de diciembre de 2021. De inmediato, se realizó la prueba para confirmar el Covid y se ratificó la presencia de esta mutación identificada por primera vez en Sudáfrica.</p> <p>El ciudadano arribó con dos vacunas (esquema completo) y el refuerzo. Actualmente, está aislado; al igual que sus contactos directos. Con este caso suman tres de la variante Ómicron, en el país.</p>
--	--	--	--	--	--	---

Fuente: Facebook



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

ENTREVISTA

Nombre: _____

Fecha: _____

1. ¿Cómo definiría usted a las fake news?
2. ¿Qué aspectos se deben considerar para identificar las fake news?
3. ¿Cuál cree usted es el propósito de utilizar la desinformación como una estrategia de comunicación?
4. ¿Cuáles son los medios con mayor proliferación de noticias falsas?
5. ¿Considera usted que las fan pages desvirtúan la calidad de la información?
6. ¿Por qué los lectores favorecen la reproducción de este tipo de noticias?
7. ¿Cómo afecta a la sociedad la desinformación?
8. ¿Cuáles han sido las principales características de la desinformación ante las fake news sobre Covid-19?
9. ¿Cuál es el papel del comunicador social para la reducción de estas prácticas comunicacionales?

Microsoft Teams

Buscar

Está grabando Esté grabando esta reunión. Asegúrese de que todos sepan que se les está grabando. [Política de privacidad](#) Descartar

Actividad

Chat

Equipos

Tareas

Calendario

...

Aplicaciones

Ayuda

Jorge Cruz (Invitado)

06:13

Controles de reunión: Video, Micrófono, Compartir pantalla, Más opciones, Perfil de reunión, Terminar reunión

Contactos ... X

Invite a alguien

Compartir invitación

Actualmente en esta reunión (2)

- Cynthia Fernanda Idrovo De La Cr...
Organizador
- JC **Jorge Cruz (Invitado)**
Invitado de la reunión