

Noticias falsas la otra cara de la Pandemia. Caso: Ecuador

Fake news the other face of the Pandemic. Case: Ecuador

Alexis Estephany Viteri Lozano

Afiliación: Instituto Superior Tecnológico Espíritu Santo, con condición de universitario, Guayaquil, Ecuador

Autor para la correspondencia: aeviteri@tes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0037-8383>

María Fernanda Carvajal Muñoz

Afiliación: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador

Email: mcarvajalm@ulvr.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3253-3413>

Líneas de publicación:

Comunicaciones e Información.

Fecha de recepción: 5 octubre 2022

Fecha De aceptación: 23 de enero 2023

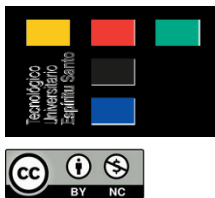
Resumen.

En una sociedad actual, la comunidad de usuarios de internet se convirtió en un consumidor, generador y repartidor de contenido de diversa índole. La mezcla de una pandemia por Covid-19, un confinamiento obligatorio y el escaso manejo responsable de la información digital contribuyó en la intensificación de las “fake news”.

El trabajo se desarrolló a través de una investigación de tipo cuantitativa, en la cual se recopiló 248 noticias calificadas como falsas por la Secretaría General de Comunicación, correspondientes a un muestreo probabilístico. El objetivo fue la identificación y análisis de los diversos tipos de desinformación entre ellos: la exageración, la descontextualización y el engaño. Como resultado del análisis se determinó que una de las redes con mayor exposición de contenido falso es *Facebook*. Mientras que *WhatsApp* sirvió para la defunción de audios de índole falso.

Palabras clave:

noticias falsas, covid, Ecuador



Abstract

In today's society, the Internet user community has become a consumer, generator and distributor of content of various kinds. The mixture of a Covid-19 pandemic, mandatory confinement and the scarce responsible management of digital information contributed to the intensification of "*fake news*".

The work was carried out through a quantitative investigation, in which 248 news classified as false by the General Secretariat of Communication, corresponding to a probabilistic sampling, were collected. The objective was the identification and analysis of the various types of misinformation, including: exaggeration, decontextualization, and deception.

As a result of the analysis, it was determined that one of the networks with the greatest exposure to false content is *Facebook*. While *WhatsApp* served for the death of audios of a false nature.

Key woks:

fake news, Covid-19, Ecuador.

Introducción

En 2017, la terminología "*fake news*" o noticias falsas fue denomina por los editores de los Diccionarios Collins como la palabra del año, porque su uso aumentó en un 365 %, durante el año anterior a su designación, así lo revela el portal The Objective (2017). Así mismo, se determinó que el político que más la empleó fue el Presidente de Estados Unidos, Donald Trump. La definición otorgada por el diccionario Collins (2020) al término *fake news* es: "false, often sensational, information disseminated under the guise of news reporting [información falsa, a menudo sensacionalista, difundida bajo la apariencia de informes de noticias]".

Las *fake news* o noticias falsas no son un fenómeno nuevo, pero en la se incrementaron con las tecnologías de la información y comunicación (TIC's), las cuales permiten nuevas formas de conexión, inmediatez en el acceso a la información, diversidad de fuentes y nuevos canales de

difusión.

(Wardle, 2017) definió siete tipos de información errónea y desinformación que se difunden en las plataformas digitales: sátira o parodia, contenido engañoso, contenido impostor, contenido fabricado, conexión falsa, contexto falso, contenido manipulado. *Ver* Figura 1

Figura 1:

Tipos de mala información y desinformación



Nota. Tipos de mala información y desinformación, Tomado de:

<https://www.clasesdeperiodismo.com/2017/04/20/7-tipos-de-mala-informacion-y-desinformacion/>, Wardle, 2017.

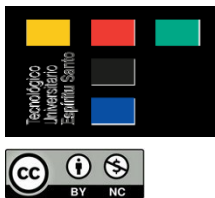
Lo que significa que las noticias falsas construyen de forma intencional con el propósito de manipular y engañar al consumidor de dicha información. Además, se originan con fines políticos, económicos y desestabilizadores.

Las noticias falsas son noticias fabricadas y comprobadamente falsas, normalmente hechas para perjudicar a otras personas y muchas veces con intereses políticos o lucrativos. Siempre existirán,

dice Sam Wineburg, profesor de historia en la Universidad de Stanford, Estados Unidos (BBC,

Esta obra se comparte bajo la licencia Creative Common Atribución-No Comercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0)

Revista Trimestral del Instituto Superior Universitario Espíritu Santo



2018).

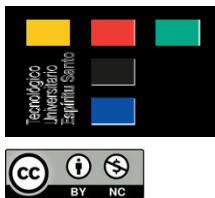
Las redes sociales son los medios preferidos de las personas para consumir y producir información. Por tal motivo, la información que se genera en las plataformas tecnológicas se comparte y viraliza a velocidades inconcebibles

También hay algo a tener en cuenta y es que el flujo informativo en las redes sociales se actualiza constantemente no sólo por relevancia para el usuario sino también de acuerdo con el alcance e interacciones que tiene el posteo, validando una noticia sólo por su nivel de difusión. Por otro lado, los intereses políticos, partidarios, o simplemente una confusión se vuelven motivos para que se viralice un contenido engañoso (FIJ - FIP, 2020).

Una investigación realizada por el Instituto de Tecnología de Massachusetts (2018) descubrió que una noticia falsa tiene 70% más de posibilidades de ser compartida que una noticia verificada y que su réplica no la realizan específicamente los robots, sino las personas que comparten información inexacta.

Las noticias falsas tienen un 70 por ciento más de probabilidades de ser retuiteadas que las historias verdaderas. También, se necesitan historias verdaderas aproximadamente seis veces más largas para llegar a 1,500 personas que para que las historias falsas lleguen al mismo número de personas. Cuando se trata de las "cascadas" de *Twitter* o las cadenas de *retweet* ininterrumpidas, las falsedades alcanzan una profundidad de cascada de 10 aproximadamente 20 veces más rápido que los hechos. Y las falsedades son retuiteadas por usuarios únicos de manera más amplia que las declaraciones verdaderas en cada profundidad de cascada (Instituto de Tecnología de Massachusetts, 2018).

En la Guía básica para identificar noticias falsas (antes de mandarlas a tus grupos de *WhatsApp* realizada por la BBC (2018) se recomienda a las audiencias que antes de compartir una información, la verifique. A esto se suma una lectura completa de la noticia, tomando en cuenta



la búsqueda de los datos y el contraste con las fuentes que se citan. Este tipo de recomendaciones engloban la importancia de una alfabetización informacional como un método que ayuda a la audiencia a verificar la información que consume y amenorar el riesgo de difusión de noticias falsas (Martinez, 2022)

En ese sentido, se ha considerado necesario la realización del artículo, el cual tienen como objetivo analizar e identificar las características que presentan los contenidos publicados por diversas fuentes y usuarios en la redes sociales, la cual fue recopilada por la Secretaría General de Comunicación identificándola como noticias falsas. Además de determinar el tipo de intencionalidad que tiene la información publicada.

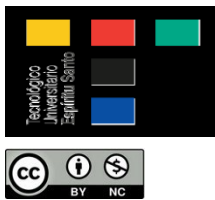
Marco Teórico

La emergencia sanitaria por el COVID – 19 fue un nuevo escenario para la difusión de noticias falsas, la creación y viralización de este tipo de información recae en el factor humano, tomando en cuenta la conexión de la gente con internet y la exposición de la desinformación en línea (Cross, 2017).

Dentro de las características que definen a las noticias como falsas está: intencionalidad, la facilidad de propagación de la información y el tiempo en el que se mantiene colgado este tipo de noticias en el tiempo (Martínez, 2022).

En lo que respecta al consumo noticias falsas, factores como el social, cultural y socioeconómico influyen en el comportamiento de lectura y facilidad en asimilar como verdad este tipo de información (Blázquez, 2018).

La desinformación en torno a la pandemia reina en la plataforma digital asegura Berger (2020), tomando en cuenta que el temor y otras emociones ligadas con el pánico genera una brecha de mayor confiabilidad en la lectura superficial de las noticias, sin generar una observación crítica por parte del lector.



Es por ello que el 2020, fue el año propicio para que la Organización Mundial de la Salud celebrara “la primera conferencia de la OMS sobre infodemiología”. Tanto la “Infodemia” como las “Fake News” son fenómenos que tomaron mucho protagonismo durante la pandemia, característicamente desde el mes de marzo a junio de 2020. Por ejemplo, en Ecuador se difundió textos, fotos, audios y videos con curas milagrosas, fosas comunes, saqueos, feriados bancarios, entre otros, principalmente en *WhatsApp* y *Facebook* (Aguirre, 2020).

En el ámbito internacional, el informe del Consejo Audiovisual de Cataluña – España (2019) reflejó mayores problemas de la desinformación en *YouTube*, puesto que el 40% de los usuarios de internet de esta población consumieron y construyeron información falsa entorno a las vacunas y su eficacia en la aplicación (López, 2019).

Sin embargo, es *twitter* quien se posiciona como una de las redes sociales con mayores posibilidades de concentración de noticias falsas, por la misma funcionalidad que representa esta plataforma en la comunidad de usuarios y generadores de contenido (Vosoughi et. al, 2018).

Con lo antes expuesto, es necesario delimitar las diferencias preexistentes en el tipo de información que es falsa y el tipo de información que busca hacer daño a una sociedad o la imagen de un organismo o empresa. La UNESCO (2018) mediante la creación de un manual sobre “Periodismo, 'noticias falsas' y desinformación: un manual para la educación y formación en periodismo” expone las diferencias:

Figura 2

Desorden de la desinformación



Nota. Desorden de la desinformación, “Periodismo, 'noticias falsas' y desinformación: un manual para la educación y formación en periodismo” Tomado de:

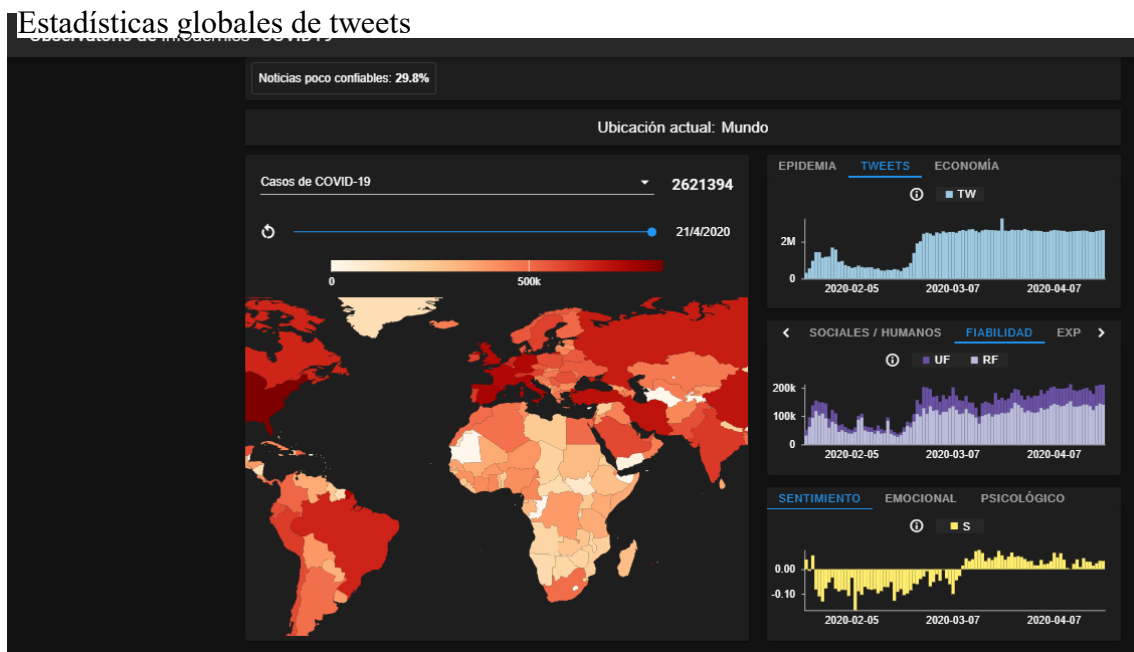
<https://unesdoc.unesco.org>, por UNESCO, 2020.

Desde la Organización de las Naciones Unidas se indica que la desinformación es otra pandemia del coronavirus y que atenta también contra la salud.

Así como se desconoce la cifra real de personas afectadas por la pandemia, la primera en la era digital, de igual forma no existen datos exactos sobre información errónea que se difundiera sobre el nuevo virus. Sin embargo, en pronóstico, según los datos del *Center for Systems Science and Engineering* de la Universidad John Hopkins de Estados Unidos los países con mayor número de fallecidos por CoViD-19 a nivel latinoamericano son Perú, Brasil, Chile y Ecuador (CSSE, 2020). De esta forma nuestro país ocupó el puesto 14º a nivel mundial y el 4º en Sudamérica en tener mayor estadística de mortalidad a consecuencia de esta pandemia (Mullo et. al,2021).

Por su parte, un grupo de investigadores italianos liderado por Manlio De Domenico (2020) analizó los tuits publicados a nivel mundial que estaban vinculados al Covid-19. Entre el 21 de enero y el 25 de abril de 2020, el geolocalizó a nivel mundial 175.9 M *tuits* relacionados al brote de COVID - 19, de los cuales el 58.1 % pertenecían a humanos y el 41.9 % restante a robots. En el análisis del Observatorio de *Infomedics* COVID 19 se determinó que de los *tuits* publicados un 70.2% de las noticias eran confiables y un 29.8 % respondían a noticias poco confiables (CoMuNe Lab, 2020).

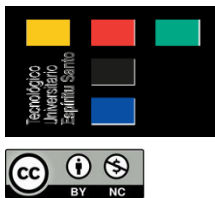
Figura 3



Nota. Estadísticas globales de tweets, Tomado de: <https://covid19obs.fbk.eu/#/>, por CoMuNe Lab,2020.

En el caso ecuatoriano, la difusión de noticias falsas sobre la emergencia sanitaria por el COVID – 19 se la relacionó a organizaciones políticas, que según el Gobierno Nacional tenía fines desestabilizadores.

En rueda de prensa virtual, 27 de marzo de 2020, el exsecretario general de Comunicación de la Presidencia, Gabriel Arroba, informó que, según reportes de Inteligencia, el 50% de noticias



falsas respecto a la crisis sanitaria se generaron en México y un 30%, en Ecuador y Venezuela.

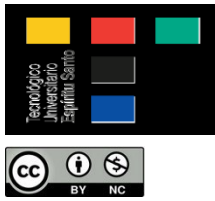
Desde el anuncio gubernamental del primer caso positivo de COVID 19 en Ecuador hasta la terminación de la fase de aislamiento (del 29 de febrero al 03 de mayo), la Secretaría General de Comunicación detectó 255 noticias falsas, las cuales eran difundidas en cadenas de *WhatsApp* o publicadas en redes sociales.

Sin embargo, algunas de las noticias calificadas como “falsas” por el Gobierno de Ecuador, se comprobó que en realidad sucedieron. Se cita un ejemplo, en primera instancia las autoridades gubernamentales calificaron como “*Fake News*” las fotografías de las morgues colapsadas en la ciudad portuaria de Guayaquil. Sin embargo, el 24 de marzo en una comparecencia ante la Asamblea Nacional el viceministro de Salud, Ernesto Carrasco, reconoció que las fotos eran reales, pero que no todos los fallecidos eran por COVID, según lo detalla una publicación de El Comercio (2020).

La difusión de noticias falsas alcanzó a los ciudadanos, periodistas, medios de comunicación, empresas e instituciones. En el webinar denominado: La verificación de la información como clave para enfrentar la crisis Covid-19 Luengo (2020) detalló por qué se comparte información falsa.

La primera alude a las emociones (genera miedo, indignación, preocupación), como factor que desencadena una lectura y asimilación de la noticia sin previa comprobación y verificación de las fuentes. Este punto de vista también lo comparte Gravante y Poma (2020) autores que remarcan en la necesidad de una sociedad crítica ante la lectura de noticias, dejando en segunda instancia las emociones en la asimilación de la información que se genera en internet.

Asimismo, los títulos, datos llamativos y la inclusión de recursos visuales y audiovisual son elementos que inciden al darle atributos de realismo a la noticia (Luengo, 2020).

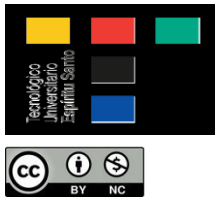


A esto se suma el “favoritismo” a las redes sociales por parte de población mundial, lo que ha ocasionado un desplazamiento significativo del consumo de los medios tradicionales como; prensa, radio y televisión. La virtud de la inmediatez que lleva por delante las redes sociales, ha causado que, en Ecuador, noticias como “los niños son inmunes al COVID” desencadenen controles de difusión de información incorrecta por parte de plataformas como Twitter y Facebook (Mullo et. al, 2021).

La búsqueda de información entorno al COVID se vuelve en un elemento importante en la proliferación de contenido falso. Una encuesta realizada a un grupo de representativo de la población ecuatoriana en el 2020 evidenció que el 41% de los encuestados afirman que la información sobre la pandemia es la que más les importa en relación con otras noticias (Mullo et. al, 2021). En consecuencia, el tipo de información a la que acceden en primera estancia para informarse sobre este tema son las redes sociales con un 20%, seguido de portales de noticia 15%, televisión 14%, páginas de webs de organismos de salud 12%, radio 9%, prensa escrita 7% y *WhatsApp* 6% (Mullo et. al, 2021).

La búsqueda y selección de lugares de información, complementa el reforzamiento o cambio ideológico que provoca este fenómeno, como lo describe Amorós (2018) puesto que la opinión de la gente con las “*Fake News*” refuerza ideologías bajo el velo de engaño que provoca la lectura no crítica de este tipo de información que se genera en la esfera digital.

Es entonces el análisis y la experiencia de navegar en la red, identificar si es o no una noticia falsa, lo que se convierte en una virtud a la hora de consumir información actual en las plataformas sociales. No obstante, en la esfera de la inmediatez se maneja una carrera constante por una lectura rápida y superficial que deja en segundo plano la verificación de la veracidad de la noticia. En el caso de Ecuador, el Gobierno Nacional formuló mecanismos para contrarrestar la proliferación de información falsa en las redes sociales, volviéndose una especie de guerra



campal constante en plataformas como *Facebook*, *Twitter* y *WhatsApp*.

Para contrarrestar la pandemia de la desinformación en Ecuador se lanzó la campaña digital #BastaDeNoticiasFalsas. Además, buscó apoyo de *Facebook* y sus filiales para brindar información real sobre el COVID 19.

Las personas que busquen información sobre el coronavirus en *Facebook* o *Instagram* serán dirigidas a sitios oficiales, como la página web del Ministerio de Salud Pública (MSP) o de la Organización Mundial de la Salud (OMS). La red social *Facebook* tiene a disposición de las instituciones correspondientes créditos publicitarios para difundir campañas dirigidas a la población para prevenir el COVID-19 en la plataforma de la Secretaría Nacional de Comunicación (SECOM, 2020).

Sin embargo, la percepción de credibilidad respecto a la información emitida por el Gobierno ecuatoriano, durante el tiempo de pandemia, fue “mayoritariamente deficiente”. Esto lo reflejó una investigación hecha a la población en el 2020, en la cual más de la mitad de las personas encuestadas consideran que los portavoces de la información no tienen experticia para manejar la pandemia (50,10%) Ver Tabla 1.

Tabla 1

Credibilidad del manejo comunicacional por parte del Gobierno ecuatoriano

Percepción	Número de respuestas	Porcentaje
Deficiente	1050	50,10%
Bueno	610	29,30%
Malo	344	16,50%
Muy bueno	86	4,10%
Total	2.090	100,00%

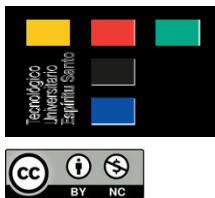
Nota. Credibilidad del manejo comunicacional por parte del Gobierno ecuatoriano, Tomado de: *Revista Comunicar – Perú Volumen 20. (p. 146)*, por Mullo et. al, 2021.

Materiales y Métodos

Diseño: El tipo de investigación que se empleó es de corte cuantitativo - controlado mediante la información recolectada por la Secretaría de Comunicación del Ecuador (SECOM) para su campaña #Bastadenoticiasfalsas. En total, éste misma entidad reconoció 248 noticias calificadas como falsas difundidas en diversas plataformas sociales.

Población: Se tuvo en cuenta para este trabajo el análisis del total de las unidades que fueron las 248 contenidos publicados dentro de la campaña #Bastadenoticiasfalsas de la SECOM. Se tomó el total del contenido, para no excluir el poco contenido audiovisual expuesto durante el tiempo de la misma campaña.

Entorno: Las redes sociales como: *Facebook, Twitter, WhatsApp e Instagram* fueron parte de la esfera internautita para llevar a cabo la extracción de las unidades de análisis poder observar además la interacción de los usuarios con el contenido expuesto.



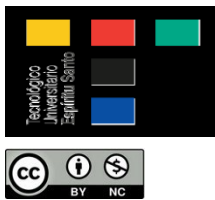
Intervenciones: Para ello se emplearon métodos teóricos como el análisis comparativo – probabilístico en la información expuesta en la campaña #Bastadenoticiasfalsas de la SECOM. En ella se destacaron diversos tipos de contenido; audio, video y texto, difundido en redes sociales como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y *WhatsApp*.

Además de incluir como método empírico la observación para seccionar la naturaleza estructural de cada uno de los contenidos y la intencionalidad con la que compone mediante lo planteado en el marco teórico de ésta investigación.

Análisis estadístico: Tomando en cuenta la diversidad como se presenta el contenido recolectado para el análisis, se unificó un mismo esquema de variables tomados del manual de codificación de noticias “Bulo” utilizado en España (Salaverría et. al, 2020). Tales como “la plataforma de publicación del bulo (WhatsApp, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, redes sociales sin especificar, medios de comunicación, otras plataformas); formatos empleados en el bulo (texto, audio, imagen, vídeo, otros); tema del bulo (ciencia/salud, política/gobierno, otros); y tipo de bulo (broma, exageración, descontextualización, engaño)” (p.6).

Respecto a la variable 4 “tipo de bulo” expuesta en la investigación de Salaverría (2020) esta variable se conecta con parte de las categorías señalados por Warlde (2017) quien definió siete tipos de información errónea y desinformación descritos en el gráfico 1, página 3 de este trabajo. Este autor señala “contexto falso” mientras que Salaverría (2020) lo cataloga como descontextualización. Durante el análisis de la información se logró identificar que existe contenido que fue confirmado como datos reales que se catalogaron como falsos; para ello se agregó otra categoría en esta variable que son las informaciones “reales confirmadas”.

A esto se suma algunas dimensiones expuestas por Mullo et. al, (2021) respecto a la audiencia y que coinciden con las señaladas por otros autores, entre ellas consta: Temáticas informativas



frecuentes consultadas sobre el Coronavirus, la cual ha generado una mayor demanda de generación de noticias y consumo de información por parte de los usuarios.

Por otra parte, la “percepción de credibilidad y confianza en la información recibida en diversas fuentes (gubernamentales, medios de comunicación o redes sociales)” como los señala Mullo et. al, (2021) provoca sensaciones desde los receptores sensoriales, un mecanismo que se impulsa a través de la confianza por la fuente que construye esta noticia (Boos et. al, 2021).

A pesar de que *Facebook* y otras redes sociales tienen pautas y filtro respecto al contenido relacionado con el tema de “COVID 19” durante esta investigación se ha evidenciado que estas plataformas siguen siendo vulnerables a la exposición de contenido falso. Para ello se anexó otro tipo de variable “Medio o Institución” que permite identificar los tipos de empresas de la comunicación e instituciones públicas y privadas que se ven involucradas dentro de la desinformación en tiempos de pandemia.

Resultados

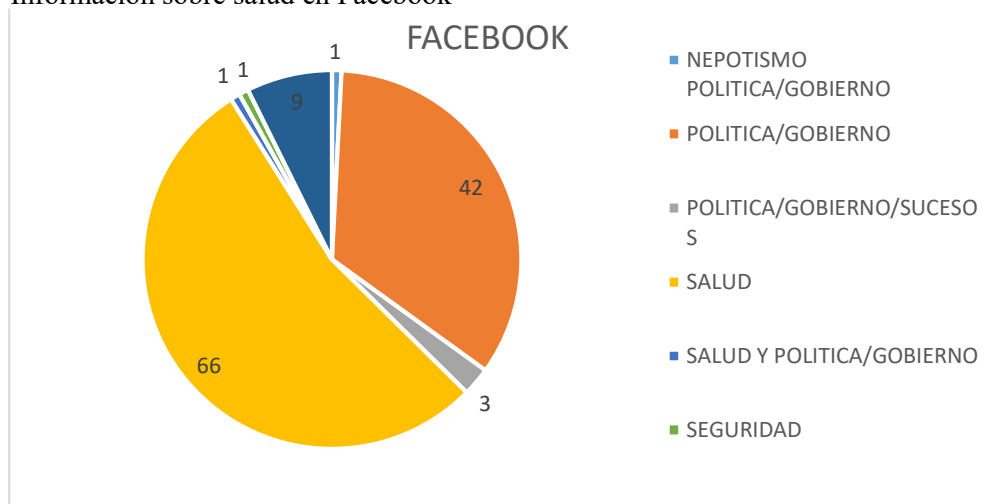
La revisión de las 248 publicaciones catalogadas como noticias falsas dentro de la campaña #Bastadenoticiasfalsas de la SECOM de la base de datos, *Facebook* y *WhatsApp* permitieron visualizar resultados entorno a la mayor proporción de exposición de noticias falsas referentes a salud durante los meses de desconocimiento sobre el tratamiento idóneo para la enfermedad del COVID-19 y su contenido exagerado. Además de la construcción de noticias especulativas referentes a cifras de muertos a causa de la Pandemia. Y es en este sentido que se demuestra la importancia de que la población general identifique las características que tienen una noticia falsa para evitar conmociones en el colectivo social en contextos coyunturales como es una Pandemia a escala mundial.

Resultados alcanzados

Dentro del universo de las 248 publicaciones expuestas en la campaña #Bastadenoticiasfalsas de la SECOM, existen 145 informaciones referente a salud. Entre ellas destacan los temas referentes al incremento de casos de pacientes con COVID, siendo 66 noticias publicadas en la plataforma de Facebook. Confirmando la hipótesis de esta investigación, ya que es el tema de salud el que concentra mayor numeración de publicaciones con contenido falso.

Figura 4:

Información sobre salud en Facebook



Nota:

Elaboración propia.

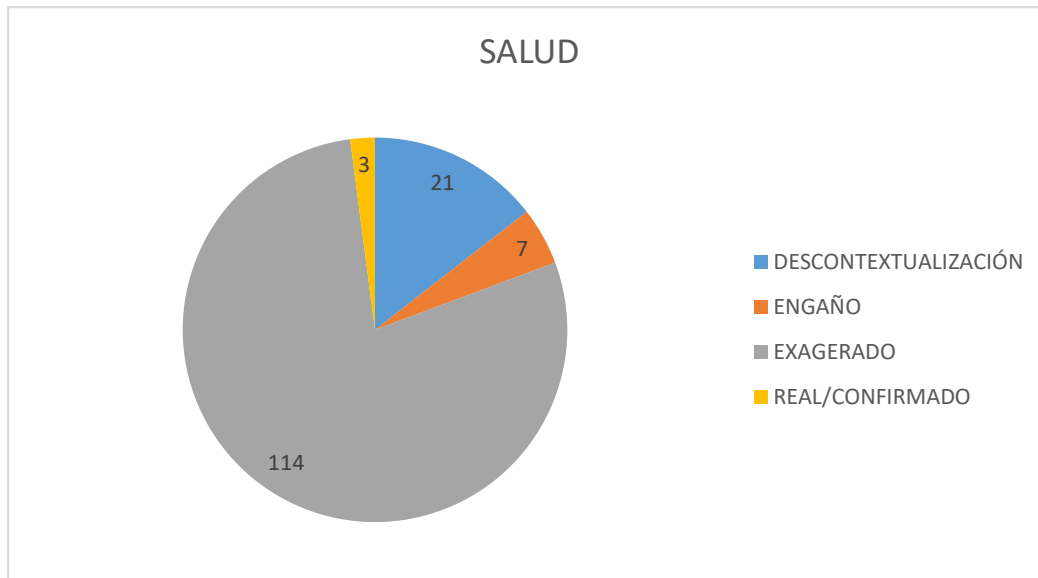
A esta figura se añade el número significativo de contenido **exagerado** dentro de la variable de tipos de noticias falsas. En este bloque se manejaban publicaciones de cifras sobre número de contagios por COVID 19. Con ello se evidencia uno de los objetivos de este trabajo, y es identificar el tipo de noticias falsas que existen inmerso en la agrupación de contenido expuesta como “*Fake News*”.

Este tipo de resultados se conecta con lo expuesto en el trabajo de Apolo et. al, (2022) quien, mediante un análisis cualitativo de las noticias generadas en la *fanpage El Mercio* (cuyo portal es de información satírica de difusión de contenidos falsos durante la pandemia), reafirma que, de las 38 publicaciones analizadas, es el tinte del tema de salud como el COVID 19 lo que

genera mayor predominancia en el incremento de la generación de contenido falso y su viralización.

Figura 5:

Contenido exagerado en los temas de salud publicados redes sociales.



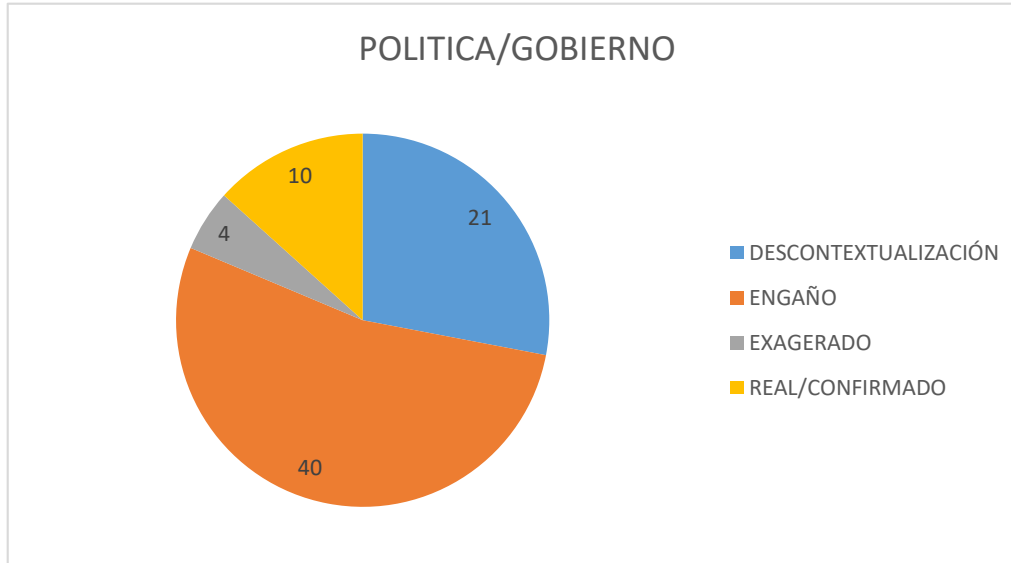
Nota: Elaboración propia

Como segundo tema más publicado en redes sociales, después de salud, están los gubernamentales y políticos con 75 de casos que destacaron en esta investigación. De este volumen, 40 noticias responden a un contenido de origen **engañoso**, entre ellas consta las supuestas medidas tomadas por parte del gobierno ecuatoriano y las cifras de muertos por COVID 19.

Asimismo, coincide con las investigaciones de Gutiérrez et. al, (2020) donde destaca que en Latinoamérica y España el contenido **engañoso** es más utilizado para difusión y contextualización distorsionada con un 51,8% de casos.

Figura 6:

Temas de Política / Gobierno de origen engañoso en las redes sociales.



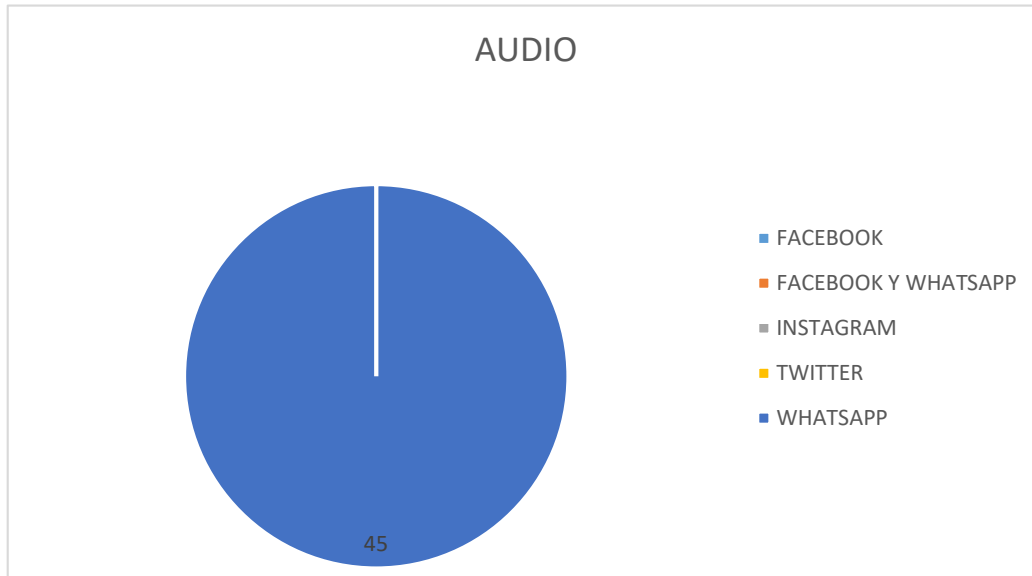
Nota: Elaboración propia

La publicación de audios se vuelve un mecanismo frecuentemente utilizado en la plataforma de *WhatsApp*, ya que los 45 audios que forman parte de este trabajo fueron extraídos en su totalidad de la esta red social. En este aspecto los audios responden a los contenidos vinculados con el incremento de casos de COVID 19 en diversas zonas del país.

Esta investigación refleja el tipo de consumo de noticias falsas que se generan en la redes sociales. De esta manera se conecta con los resultados del trabajo de Ávila (2021), ya que mediante su investigación subraya en el uso frecuente de *WhatsApp* como plataforma de difusión.

Figura 7:

Publicación de audios como mecanismo noticioso por medio de WhatsApp.

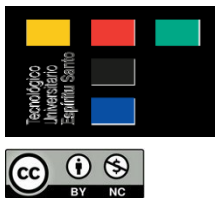


Nota: Elaboración propia

En los primeros trimestres de la Pandemia del COVID 19, la población vivió una ola de conmoción colectiva, debido a la abundante información sobre un virus totalmente desconocido para el mundo. Esta investigación evidencia a la sociedad los focos de mayor generación de contenido falso en las plataformas sociales, con el fin que se reconozca la vulnerabilidad del contenido en estas redes, siendo *Facebook* una de las plataformas con mayor consumo de noticias falsas. A pesar de las campañas que se desencadenaron en los medios de comunicación tradicionales para que audiencia sea más crítica y analítica al momento de leer noticias en internet.

La credibilidad de las noticias durante la Pandemia del COVID – 19 disminuyó debido a la saturación de noticias de índole falso que se generaron con herramientas que le daban atributos de realidad a dicha información, tales es caso de los audios y videos difundidos en redes sociales de uso masivo como *WhatsApp*.

Por otra parte *Facebook*, evidencio su vulnerabilidad para la generación y explotación de contenido falso en temas de salud (Figura 4, p.17) y política. En el caso de las cifras evolutivas o decrecientes



respecto a decesos por la Pandemia, se ratifica que Facebook es la red social con menor confiabilidad de búsqueda de información real y verificada. Un claro ejemplo, es el poco manejo de datos oficiales de entidades como la Organización Mundial de la Salud (OMS). Durante la investigación nombres de medios de comunicación privados como diario “El Comercio” y “Ultima Hora” han sido protagonistas de publicaciones vinculadas con el incremento de casos de Covid-19 en Ecuador, en los días 18 de marzo y 26 de abril del 2020.

Por ello, es importante que durante temas coyunturales y de conmoción social esta plataforma social no sea vista como una línea de comunicación confiable para verificar o confirmar noticias de índole social o política. Y es debido a casos como los ocurrido durante la Pandemia en el 2020, que en el 2022 la Organización Panamericana de la Salud actualizó y publicó un “Guía para Periodistas sobre verificación de información” la cual se adapta no solo para la lectura de esta línea profesional, sino para la ciudadanía en general. Este tipo de iniciativas fortalecen los criterios de una sociedad que necesita herramientas para identificar y segregar el tipo de información que toma lectura sobre temas relacionados con la realidad social.

Referencias Bibliográficas

- Aguirre, P. (2020). *Fake News en redes sociales durante la pandemia: Análisis comparativo Facebook y Wihatsapp, Cantón Alfredo Baquerizo*. . Babahoyo: Universidad Técnica de Babahoyo.
- Amorós, M. (2018). *Fake News, la verdad de las noticias falsas*. . Barcelona: Plataforma Editorial.
- Apolo, A., Tusa, F., & Román, M. (2022). Fake News e incremento desinformativo durante el estado de excepción 2020: Caso El Marcioco, Ecuador. *Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades*. Obtenido de http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S2550-67222022000100035&script=sci_arttext



- Arroba, G. (2020). *Informe Emergencia Sanitaria / Secretaría General de Comunicación de la Presidencia*. Recuperado el 26 de 04 de 2020, de <https://www.facebook.com/9dcca3f5-6423-48c3-9015-27149d704cb6>
- Ávila, E. (2021). *Influencia de las noticias falsas en redes sociales en el contexto de la Covid-19*. Guayaquil: Universidad . }
- Barato, M. L. (2020). Fake news y bulos contra la seguridad y la salud durante la crisis del coronavirus. *Avilabierta*, <http://avilabierta.com/fake-news-y-bulos-contra-la-seguridad-y-la-salud-durante-la-crisis-del-coronavirus>.
- BBC. (18 de 09 de 2018). *Guía básica para identificar noticias falsas (antes de mandarlas a tus grupos de WhatsApp)*. Recuperado el 25 de 04 de 2020, de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-45561204>
- Berger, G. (16 de 04 de 2020). *Noticias ONU*. Recuperado el 26 de 04 de 2020, de Noticias falsas : <https://news.un.org/es/story/2020/04/1472922>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (Tercera Edición ed.). Colombia: Pearson Educación. doi:ISBN: 978-958-699-128-5
- Boss, C. M. B., Zucco, F. D., Fiuza, T. F., & de Souza Farias, F. (2021). Fuentes de información, credibilidad y publicidad: perspectivas para el desarrollo de la comunicación regional. *Disertaciones: Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social*, 14(1), 9.
- Blazquez, M. (2018). El problema de las noticias falsas: detección y contramedidas. *XV Seminario Hispano-Mexicano de Investigación en Biblioteconomía y Documentación*. México.
- Blázquez, M. (2018). El problema de las noticias falsas: detección y contramedidas. En X. S.-M. Documentación (Ed.), (pág. 18). México. Recuperado el 27 de 04 de 2020
- Callon, M. (1995). *Cienciometría: El estudio cuantitativo de la actividad científica: de la bibliometría a la vigilancia tecnológica*. Madrid.
- Castillo, J., & Powell, M. (2019). Análisis de la producción científica del Ecuador e impacto de la colaboración internacional en el periodo 2006-2015. *Española de Documentación Científica*, 42(1), 225 - 231.
- CELE. (Diciembre de 2017). Noticias falsas en Internet: la estrategia para combatir. *Centro de Estudios en Libertad de Expresión y Acceso a la Información*. Obtenido de <https://www.palermo.edu/cele/pdf/FakeNews.pdf>
- Cid, A., Méndez, R., & Sandoval, F. (2015). *Investigación Fundamentos y metodología*. Lima: Pearson educación del Perú S.A.



- Collins. (2020). *Collins Dictionary*. Recuperado el 24 de 04 de 2020, de <https://www.collinsdictionary.com/es/diccionario/ingles/fake-news>
- CoMuNe Lab. (26 de 04 de 2020). *Laboratorio de Redes Multicapa Complejas (CoMuNe)*. Recuperado el 26 de 04 de 2020, de <https://covid19obs.fbk.eu/>
- Conesa, P. L. (julio de 2020). La desinformación en tiempos de pandemia: Análisis de los bulos sobre la covid-19 y su percepción por parte de la ciudadanía. Murcia, España: Universidad de Murcia.
- Cross, K. (Junio de 2017). El arte de lo real . Desinformación vs Democracia. *Baffler*(35). Recuperado el 27 de 04 de 2020, de <https://thebaffler.com/salvos/art-of-the-real-cross>
- CSIC. (2008). *Impacto de la producción científica de la Comunidad Valenciana, Comunidad Valenciana*. Valencia: Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- Delgado, P. I. (2020). Fake News en redes sociales durante la pandemia: Análisis comparativo Facebook y Whatsapp, cantón Alfredo Baquerizo Moreno. . Babahoyo, Los Rios, Ecuador: Universidad Técnica de Babahoyo.
- El Comercio. (20 de 03 de 2020). *Funcionarios que tomaron fotografías de cadáveres en un hospital que trata a pacientes con covid-19, en Guayaquil, serán sancionados*. Recuperado el 27 de 04 de 2020, de <https://www.elcomercio.com/actualidad/fotos-cadaveres-hospital-guayaquil-coronavirus.html>
- El Comercio, E. (05 de junio de 2020). *La economía ecuatoriana puede caer hasta 9,6% en este 2020*. Obtenido de [https://www.elcomercio.com/actualidad/economia-ecuador-banco-central-dolarizacion.html#:~:text=El%20Fondo%20Monetario%20Internacional%20\(FMI,%2C5%25%20en%20el%202020.&text=Y%20a%3%B1ade%20que%20este%20a%3%B1o,300%20millones%20en%20obra%20p%3%BAblica](https://www.elcomercio.com/actualidad/economia-ecuador-banco-central-dolarizacion.html#:~:text=El%20Fondo%20Monetario%20Internacional%20(FMI,%2C5%25%20en%20el%202020.&text=Y%20a%3%B1ade%20que%20este%20a%3%B1o,300%20millones%20en%20obra%20p%3%BAblica).
- Fernández, F. (2018). Evaluación de redes neuronales profundas para la detección automática de noticias falsas en el ámbito político. *Avances en Inteligencia Artificial - IBERAMIA 2018*, (págs. 206 - 216).
- Fernández, L. R. (2019). Desinformación y comunicación organizacional: estudio sobre el impacto de las fake news. *Revista Latina de Comunicación Social*, pp. 1714 a 1728.
- FIJ - FIP. (2020). *¿Qué son las Fake News?* Recuperado el 25 de 04 de 2020, de https://www.ifj.org/fileadmin/user_upload/Fake_News_-_FIP_AmLat.pdf
- García, E. F. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: Fake News sobre el COVID-19 en redes sociales. . Sevilla, España: Universidad de Sevilla.



- Gómez, S. (2012). *Metología de investigación*. México: Ma. Eugenia Buendía López. Obtenido de http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/Axiologicas/Metodologia_de_la_investigacion.pdf
- Gutierrez, L., Coba, P., & Gómez, J. (2020). Noticias falsas y desinformación sobre el Covid-19: análisis comparativo de seis países iberoamericanos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 237-264.
- Gravante, T. & Poma, A. (2020). Romper con el narcisismo: emociones y activismo de base durante la pandemia. El mundo en suspenso. *Política y movimiento en tiempo de la pandemia*, 128-134.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). En *Metodología de la Investigación (Sexta ed.)*. Ciudad de México, México: McGraw-Hill/Interamericana Editores. S.A. DE C.V. ISBN 13: 9781456223960.
- Instituto de Tecnología de Massachusetts. (08 de 03 de 2018). *Instituto de Tecnología de Massachusetts*. Recuperado el 24 de 04 de 2020, de <http://news.mit.edu/2018/study-twitter-false-news-travels-faster-true-stories-0308>
- Lema, J. (2005). Diccionario enciclopédico de. *UNESCO*, 30 - 35.
- López, A., Ufarte, M., & Murcia, F. (2019). Medios audiovisuales de servicio público y desinformación. Principales políticas y estrategias contra las noticias falsas. *Las nuevas narrativas, en el entorno social* (págs. 115 - 170). Universidad de La Laguna.
- Luengo, F. (31 de 03 de 2020). La verificación de la información como clave para enfrentar la crisis COVID - 19. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Magallón, R. (2020). La nueva infonormalidad: no pienses en 'fake news', piensa en desinformación. *Cuadernos de Periodistas*, vol. 40.
- Martínez, J. (2022). Prevención de la difusión de fake news y bulos durante la pandemia de covid-19 en España. De la penalización al impulso de la alfabetización informacional. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 27, 15-32. <https://doi.org/10.35742/rcci.2022.27.e236>
- Morales, U. R. (2018). *El ciudadano digital: Fake news y posverdad en la era de internet*. Océano. Océano.
- Mullo, A., Casas, P., & Balseca, J. (2020). Tratamiento informativo y competencias mediáticas sobre la COVID-19 en Ecuador. *Revista de Comunicación*, 137-152.
- ONU. (16 de 04 de 2020). *Noticia ONU*. Recuperado el 26 de 04 de 2020, de <https://news.un.org/es/story/2020/04/1472922>



Salaverría, R., Buslón, N., López-Pan, F., León, B., López-Goñi, I., & Erviti, M.-r.-C. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19. *El profesional de la información*, 6.

SECOM . (2020). *Secretaría Nacional de Comunicación* . Obtenido de https://twitter.com/ComunicacionEc?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor

Secom. (19 de 03 de 2020). *Secretaría General de Comunicación de la Presidencia* . Obtenido de <https://www.comunicacion.gob.ec/el-gobierno-nacional-y-facebook-trabajan-conjuntamente-para-brindar-informacion-confiable-sobre-el-covid-19/>

The Objective. (02 de 11 de 2017). Recuperado el 20 de 04 de 2020, de <https://theobjective.com/fake-news-palabra-del-ano-2017/>

UNESCO. (30 de 10 de 2020). *La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura*. Obtenido de La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura: <https://es.unesco.org/>

UNESCO. (2020). *Periodismo, “noticias falsas” & desinformación: manual de educación y capacitación en periodismo*. República Dominicana: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 1146-1151.

Wardle, C. (14 de 03 de 2017). *First Draft*. Recuperado el 26 de 04 de 2020, de <https://es.firstdraftnews.org/2017/03/14/noticias-falsas-es-complicado/>