

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS
AMÉRICAS**

**ESCUELA DE PERIODISMO
BACHILLERATO EN PERIODISMO**

**“GENERACIÓN DE NOTICIAS FALSAS (FAKE NEWS)
DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DE LA PANDEMIA DE
LA COVID-19 DEL 2020”**

**MODALIDAD DE TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO DE
BACHILLERATO EN PERIODISMO**

**JESSICA CERVANTES RODRÍGUEZ
KASANDRA ESPINAL RODRÍGUEZ**

TUTORA: ANA GARCÍA CASTELLÓN

**SEDE ARANJUEZ
NOVIEMBRE, 2021**

Contenido

Contenido	2
Resumen Ejecutivo	5
CAPÍTULO I: PROBLEMA	4
Planteamiento del problema	4
Objetivos de la investigación	6
Objetivo general	6
Objetivos específicos	6
Antecedentes de la investigación	7
Historia.....	7
Antecedentes internacionales	8
Antecedentes Nacionales	10
Justificación	13
Proyecciones	15
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	16
Comunicación.....	16
Comunicación organizacional	17
Comunicación Interna	17
Comunicación externa.....	18
Comunicación digital	19
Medios de comunicación.....	20
Importancia de los medios de comunicación	22
Características de los medios de comunicación	22
Ventajas y desventajas de los medios de comunicación	23
Ventajas de la prensa	23
Limitaciones de la prensa	23
Ventajas de la revista	23
Desventajas de la Revista	24
Ventajas de la radio	24
Desventajas de la radio	24
Ventajas de la televisión	24
Desventajas de la televisión	24

Ventajas del internet	24
Desventajas del internet	25
Periodismo.....	25
Periodismo digital	25
Características del periodismo digital	27
Periodista.....	28
Percepción	28
Proceso de la percepción	29
Impacto.....	29
Pandemia Covid-19	29
Noticias falsas	30
Tipos de Fake News	31
Historia de las Fake News	32
Redes sociales	36
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	38
Enfoque de Investigación	38
Método	39
Enfoque cualitativo	41
2.2. Enfoque cuantitativo	41
Método deductivo.....	42
Tipo de investigación	43
Tipo exploratoria.....	43
Sujetos y fuentes de información	44
Sujetos de Información.....	44
Fuentes de Información Primaria	44
Fuentes de Información Secundaria	45
Unidad de análisis	45
Instrumentos	47
Entrevista a profundidad	47
Grupos de enfoque	48
Análisis de contenido	49
Proceso de recolección de datos.....	50
Método de análisis.....	51

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE DATOS	52
Unidad de análisis 1: Comunicación digital durante el primer semestre de la pandemia de Covid-19.....	52
Unidad de análisis 2: Manejo de información de los medios.....	61
Unidad de análisis 3: Impacto que generó las noticias falsas	73
Unidad de análisis 4: Percepción de un periodista con experiencia.....	77
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	92
Conclusiones	92
Recomendaciones.....	94
Referencias	96

Resumen Ejecutivo

La presente investigación busca conocer la influencia de las noticias falsas en el quehacer de las personas y profesionales de la comunicación enfocada en el primer semestre de la pandemia de la covid-19 debido al impacto que esta provocó no sólo en Costa Rica sino en todo el mundo. Con el fin de demostrar que tanto la pandemia como las noticias falsas pueden ser perjudiciales para la salud mental de las personas, este proyecto tiene como objetivo general analizar la influencia de las fakes news en las personas durante el primer semestre de la pandemia de COVID-19.

La entrevista cuenta con un enfoque cualitativo, busca por medio del análisis de contenido, las entrevistas a profundidad con expertos en periodismo de distintos medios de comunicación, encuestas, análisis extenso de las noticias y un focus group con estudiantes avanzados de periodismo; comprender la influencia y el impacto de las noticias falsas en las redes sociales, sitios web e inclusive en la prensa costarricense.

Durante este proceso se logró comprobar que la comunicación al inicio de la pandemia marcó una tendencia tanto de información veraz como de desinformación, misma que ocasionó un desenfreno de información falsa sobre todo en redes sociales ya que la mayoría de las personas durante la pandemia utilizaban parte de su tiempo navegando en redes sociales, ocasionando así la lectura de noticias desde cualquier fuente sin antes verificar la misma. Por eso, se concluye que más del 50% de los usuarios han compartido una fake news.

Por otro lado, los medios tradicionales perdieron credibilidad, ya que la mayoría de la población empezaba a creer más en una noticia falsa que en la de los medios de comunicación tradicionales. Se concluye a nivel general la afirmación de periodistas ante la ola de fake news,

que se da por el exceso del mal manejo de las redes sociales y la libertad que tienen los usuarios de publicar sobre cualquier tema.

CAPÍTULO I: PROBLEMA

Planteamiento del problema

Los medios de comunicación tradicionales han tenido una lucha constante por sobrevivir en los últimos años con el avance de la tecnología que ha llegado a dar un giro grande en todo el tema periodístico, por esto y otras razones las noticias falsas o fake news se han viralizado a un punto máximo siendo las redes sociales de plataformas como Facebook, Twitter e Instagram los canales más imponentes para su difusión.

El panorama mediático en los últimos años ha cambiado de forma considerable en la ciudadanía, ya que los ciudadanos pasaron de ser quien consume la información a un creador y difusor de información, lo que en ocasiones puede llevar a la generación de las noticias engañosas, esto debido a la posibilidad que ofrecen las plataformas digitales de crear y compartir cualquier tipo de contenido, ya sea para informar o cualquier otro objetivo. Las noticias falsas pueden generarse por venganza, por el simple hecho de generar contenido, por pura inconsciencia, por perjudicar la imagen de una persona u organización y otras razones. Al respecto, Estudio de comunicación (2018) indica lo siguiente:

La gran mayoría de los consultados (87,4 %) señala que detecta noticias falsas que “dicen cosas que no les encajan”. Con porcentajes similares (25,2 % y 23,3 %), se encuentran las opciones “las detecta por imágenes falsificadas” y “sólo descubre la noticia falsa cuando alguien se lo cuenta” (p.44).

De acuerdo con el autor, los periodistas son quienes perciben la falsedad en las imágenes y son profesionales liberales los que en mayor medida confiesan que son conscientes de la noticia falsa cuando alguien lo descubre y lo hace público, asimismo los gestores empresariales son los más conscientes de la falsedad de las fake news, lo que quiere decir que los más seguros de no haber difundido una noticia falsa inconscientemente en un 65,4% son los periodistas. Como expresa García (2018) “sea cual sea nuestro espacio de actuación debemos luchar para que la ciudadanía pueda ejercer su derecho de acceso a la información de forma que le permita generar una evaluación crítica de su entorno” (p.315).

Frente a lo expuesto anteriormente, queda en evidencia que las fake news son un peligro para el mundo de la comunicación, tanto para periodistas, medios de comunicación, así como para las personas que consumen la información diariamente y en este caso difunde y viraliza la información falsa. Ante las circunstancias este trabajo de investigación pretende no solo analizar la influencia de las fake news en las personas, sino también cómo afectan estas la credibilidad de los periodistas y los medios de comunicación; poder brindar recomendaciones para evitar caer en las falsedades de las noticias engañosas y para que el público que consume o se informa a través de las redes sociales pueda identificar, antes durante y después de leer una noticia si se trata de una fake news.

Para las personas lo más sencillo es leer el titular de una noticia y creen sentirse informados solo con leer el lead de la noticia y el título, pero lo cierto es que para poder identificar una fake news se debe profundizar un poco más en el cuerpo de la noticia, desde lo que dice, hasta el medio que lo publica o ente caso el autor, el sitio web también puede definir si la noticia no es real.

De acuerdo con la investigación y de acuerdo con el enfoque que se pretende dar en razón a la generación de noticias falsas durante el primer semestre de la pandemia de la Covid-19, es necesario acudir a medios de comunicación, así como especialistas en el área de la salud para realizar entrevistas e identificar el impacto que tuvieron las fake news en las personas a inicios de la pandemia. Lo anterior, permite identificar la siguiente pregunta que orienta la investigación: ¿Qué impacto generó en el público las noticias falsas, durante el primer semestre de la pandemia de la COVID-19 en el año 2020?

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Analizar la influencia de las fakes news en las personas durante el primer semestre de la pandemia de COVID-19.

Objetivos específicos

Definir la percepción de las principales alternativas de comunicación digital durante el primer semestre de la pandemia de COVID-19.

Detallar el manejo de información de los medios al cubrir temas relacionados con la pandemia.

Decretar el impacto que generó las noticias falsas en el quehacer de los periodistas durante la cobertura de la pandemia durante el primer semestre 2020.

Expresar la percepción de un periodista con experiencia y trayectoria profesional sobre la ola de fake news provocada en el primer semestre de la pandemia.

Antecedentes de la investigación

Historia

El periodismo se entiende por una serie de conceptos diferentes que se relacionan entre sí. Henry Luzo hizo la siguiente definición en 1920 de lo que es el significado de una noticia, definiéndola de la siguiente manera “todo hecho que llame la atención del gobierno”, esta es una de las definiciones antiguas de lo que significa una noticia.

A medida que ha avanzado el tiempo y la tecnología, se entiende por noticia todo hecho que informe y conlleve un interés general para las personas, de esta manera se entiende como noticia hoy por hoy, que es un proceso que conlleva hechos de actualidad, interés, proximidad, relevancia personal, rarezas, y consecuencias.

Las noticias falsas siempre han existido en el periodismo, pero con el avance del periodismo y de la tecnología se ha dado un incremento en la generación de las noticias falsas.

El artículo realizado por Carlos Salas Abad en la Universidad Complutense de Madrid, la primera fake news de la historia fue publicada por el periódico neoyorquino The Sun en 1835 e informaba de seres que habitaban la Luna. La noticia causó un enorme impacto en EE. UU gracias a tres factores: la aparición de las prensas de alta capacidad, la caída del precio de los periódicos (la penny press), y la llegada de los nuevos medios de transporte que superan la velocidad de los caballos por primera vez en la historia: los trenes y los barcos de vapor. Esos factores ayudaron a difundir a gran escala una información falsa y sensacionalista bajo el disfraz de una noticia verdadera. Es lo que hoy denominamos fake news.

De acuerdo con el autor, el término fake news alcanzó gran popularidad en el año 2016 durante las elecciones presidenciales de los Estados Unidos debido a la gran cantidad de sitios de difundir falsedades de los candidatos bajo el disfraz de noticias.

Las redes sociales se han potenciado como el principal medio para difundir las noticias falsas y generar un círculo vicioso para las personas que consumen este tipo de contenido.

La invención de la imprenta de Gutenberg en 1493 amplificó dramáticamente la difusión de la desinformación. Esta incluso condujo a la primera gran farsa periodística, también conocida como ‘El Gran Engaño de la Luna’ (‘The Great Moon Hoax’) de 1835,5 donde el periódico New York Sun publicó seis artículos sobre el descubrimiento de vida en la luna, e incluso ilustraciones de criaturas con características de murciélagos y humanos y unicornios azules con barbas. De tal manera, los conflictos, cambios de régimen y las catástrofes se convirtieron en indicadores para la diseminación de la desinformación. Posetti, Matthews (2018).

La desinformación siempre ha existido sin embargo en la actualidad al tener más acceso a las noticias se han detectado aún más las fake news gracias a la tecnología.

Antecedentes internacionales

La investigación de la Universidad Mayor de San Marcos, realizada por la estudiante Tapia en el año 2020, bajo el tema “Las fake news: impacto social y nuevos desafíos para los servicios de información”. Esta tesis tiene como objetivo presentar el estado del arte de la desinformación con un enfoque específico en la distorsión informativa conocida como fake news, explicando el contexto referente a las fake news y como ha tenido impacto y difusión en los últimos años.

Se pudo concluir que, la existencia de desórdenes informativos, presentes en la sociedad desde la antigüedad son altamente influyente en la toma de las decisiones de las personas que consumen este tipo de contenidos debido a la credibilidad que los medios de comunicación les otorga. De ahí, que los medios de comunicación juegan un papel importante al ser el principal canal de transmisión para la desinformación. Este trabajo tiene gran recolección con el enfoque que se pretende dar a esta investigación, ya que planea un contexto enfocado en las fake news y la desinformación que se maneja tanto por las personas como por los medios de comunicación, por tanto, se pretende analizar la influencia que los mismos puedan tener en la audiencia que es uno de los objetivos de este trabajo.

En la Universidad Complutense de Madrid la estudiante Baidez 2018, realizó una investigación sobre fake news: Evolución, ámbitos de desarrollo y su repercusión en cibermedios nacionales. Casos: El País, El Confidencial, El Diario y Maldita; esto dio como resultado que en España las noticias falsas no han alcanzado un nivel de desarrollo elevado, así como también que el error suele ser uno de los principales motivos por lo que se llega a difundir una fake news siendo más probable en un medio tradicional. Esto permite determinar una de las principales razones por la que se puede viralizar una noticia engañosa.

El estudio realizado por los estudiantes Coreas, Mejía y Venturas de la Universidad Tecnológica de El Salvador, en el año (2019), con el tema “Las noticias falsas (fake news) y su incidencia en la credibilidad del periodismo salvadoreño” este trabajo refleja que las plataformas digitales tienen mucha incidencia en la difusión de las noticias falsas se hace más relevante cada vez más por la fácil manipulación de las plataformas.

La era de la desinformación ha sobrepasado los límites, ya que la sociedad prefiere informarse por medio de las informaciones que prolifera en las redes sociales y deja de lado el análisis y los medios tradicionales para mantenerse informado por lo que, los aportes de estos autores están ligados a este trabajo debido a que actualmente, las fake news se dan todos los días a un ritmo acelerado, por lo que muchas de las noticias que consumen las personas diariamente en internet pueden tratarse de información no confiable pero los usuarios no saben identificarlas con los aportes de este trabajo y el objetivo de la presente investigación se pretende analizar estos puntos para llegar a soluciones reales para combatir las fake news.

La revista realizada por Daniel Catalán Matamoros de la Universidad Carlos III de España en 2020, analizó, desde el punto de vista, la comunicación sobre la pandemia del COVID-19 en la era digital, “Manipulación informativa, fake news y redes sociales” evidenciando que la difusión masiva de noticias falsas durante la pandemia alienta la existencia de muchos otros movimientos pseudocientíficos.

La revista realizada por Carmen Costa Sánchez de la Universidad de la Coruña España 2011, sobre el papel de la prensa durante el primer mes de cobertura informativa de la gripe A, a raíz de la aparición del brote en México.

Se puede observar que la prensa juega un papel importante en el tratamiento de la información ante cualquier crisis o pandemia por la que atraviesa un país por lo que es más fácil incurrir en las fake news debido al arduo trabajo y presión a los que se enfrentan los medios de comunicación, por estas razones es importante tratar estos temas delicados con el

objetivo de elaborar un plan de contingencia para la prensa ante cualquier eventualidad y mantener a las personas informadas con noticias reales y no caer en el sensacionalismo ni noticias engañosas.

La tesis realizada por Cabrera de la Universidad de Sevilla en el año 2018, se estudia las noticias falseadas bajo el enfoque de reacciones desde el periodismo y la política. Se pudo concluir que los términos como posverdad y fake news que han adquirido protagonismo en los últimos años, no son conceptos de origen reciente sino que han tenido presencia desde la antigüedad en la historia del periodismo, también en forma paradójica quedó demostrado que en la era de la desinformación, el periodismo debe valerse de nuevas técnicas que le permita al público recuperar la confianza en los medios de comunicación, al igual que un proceso de verificación transparente utilizando nuevas técnicas como el fast check.

Este estudio tiene mucha relevancia para esta investigación, ya que hace un análisis profundo desde otro punto de vista donde las fake news juegan un papel importante, a través de la política y las redes sociales, demostrando así que, la audiencia debe ser capaz de identificar y separar una noticia veraz de una noticia falsa que es uno de los objetivos que se pretende cumplir al finalizar dicha investigación. Por esto se considera que muchos de los puntos presentados en esta tesis pueden resultar importantes para la realización del trabajo.

Antecedentes Nacionales

Muir (2017) en la tesis para maestría “Propuesta de plan de comunicación para impulsar la captación de prospectos para World Animal Protection en Latinoamérica”, de la Universidad Estatal a Distancia Costa Rica, en el objetivo principal “Diseñar un plan de comunicación estratégica para la oficina regional de World Animal Protection en Latinoamérica, mediante el análisis de sus audiencias digitales, sus canales de comunicación existentes y sus procesos interdepartamentales que ayude generar prospectos de donación en el área” (p.14) en donde concluye

El equipo de Comunicación tiene tanto el conocimiento técnico como la disposición necesaria para aportar al proceso de planificación estratégica y de campañas a las cuatro áreas programáticas. Se reconoce la necesidad del departamento de Comunicación para complementar las fortalezas técnicas del equipo programático en el desarrollo y la implementación de campañas (p.189).

El departamento de comunicación funciona como respaldo para cualquier acción comunicativa que se desee realizar. Tanto en capacidad intelectual humana como elementos técnicos y tecnológicos. Un plan de comunicación respalda todo el proceso comunicativo para los objetivos propuestos.

Ramírez (2017) tesis de Licenciatura “Libertad de Expresión y Responsabilidad Civil en el Uso de las Redes Sociales”, de la Universidad de Costa Rica, citando como objetivo general

Evaluar los alcances y límites del ejercicio de la libertad de expresión en redes sociales en Internet, con el fin de determinar bajo cuáles supuestos, ante la lesión de un interés jurídicamente relevante por medio de estas, surge la responsabilidad civil de los usuarios y en qué casos la de los proveedores de ellas (p, ix-x).

Llegando a conclusiones “Las redes sociales en Internet, sin lugar a duda, vinieron a transformar la forma en la que las personas hoy en días se comunican unas con otras” (p.183).

Las redes sociales facilitaron la expresión de las personas ya que están a tan solo un clic en publicar y lo que deseen fue publicado. Sin embargo, cada perfil tiene su responsabilidad civil y moral con respecto al contenido que se publica. Todo es subjetivo y relativo ya que cada moral es distinta para todo usuario de las redes sociales.

Pinto (2018) en la Tesis de Maestría “Estrategia de mercadeo para el servicio de investigación en Redes Sociales de la empresa API 360”, Universidad de Costa Rica, en su objetivo general cita “Recopilar información sobre la situación actual de la empresa de investigación de mercados API 360 y del servicio de investigación en redes sociales que permita determinar las bases para la estrategia de mercadeo” (p.53) concluyendo que “ la tendencia global apunta a que la recaudación de datos por medio de dispositivos móviles y teléfonos inteligentes continúe incrementándose en el mercado” (p.141).

La comunicación, en todos sus posibles conceptos, ha evolucionado gracias a los dispositivos móviles. Desde estos aparatos se puede realizar pases en vivo, la redacción periodística, la edición de video, entrevistas a distancia, recopilación de datos... en algunos casos puede ser de manera más eficaz y en otras con menos calidad.

Villalobos (2019) en la tesis para Licenciatura, de la Universidad Nacional “Economía Digital como mecanismo de mejora en la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa del cantón de Escazú” cita en su objetivo general “Analizar el uso, acceso y dominio de la economía digital como mecanismo de mejora de la competitividad de las empresas del sector manufactura, comercio y sector servicios del cantón de Escazú” (p.24) en donde

concluye “El 76% de las empresas invierten un 1% o menos del total de sus utilidades en compra o mantenimiento de equipo tecnológico, formación de personal”(p.92).

Las herramientas de trabajo es lo que al final genera una remuneración de producto, Es indispensable tener bien su equipo de trabajo y herramientas para progresar y obtener resultados deseables. Sin embargo, se demuestra que el mayor porcentaje de empresas no visualizan esta inversión como una gestión necesaria en sus funciones.

Carazo, Tristán y Siles (2020) en el documento “Noticias falsas en Costa Rica: hacia una agenda de investigación”, del informe estado de la nación en Desarrollo Humano Sostenible 2020 cita como aspectos importantes para investigar,

Conceptualizar el fenómeno de las noticias falsas; identificar los principales abordajes analíticos que han surgido para su estudio; describir cómo se ha manifestado el fenómeno en Costa Rica; y proponer una agenda de investigación sobre este tema en el ámbito nacional (p. 4).

Llegando a conclusiones como “urge ampliar conocimientos sobre las noticias falsas como fenómeno complejo y multidimensional” (p.25).

Por lo tanto, este informe cita lo importante que es el tema en la actualidad por lo que es importante como apoyo en esta tesis para así marcar precedentes y guías de lo que en realidad sucede en la actualidad con las fake news.

Ramírez (2017) en la tesis “Libertad de Expresión y Responsabilidad Civil en el Uso de las Redes Sociales” de la Universidad de Costa Rica, como objetivo principal “reparar el contenido de la libertad de expresión con el fin de recordar cuáles son sus alcances y límites” (p. 2) llegando como conclusión a “Las tecnologías de la información y la comunicación avanzan día con día, por lo que es imposible afirmar e incluso sería ingenuo el creer que la versión que se conoce en la actualidad de las redes sociales en Internet sea la última y definitiva” (p. 184), por lo tanto se refleja que no es el fin o algo que queda hasta el día de hoy, sino que con el avance se pueden esperar distintos cambios que pueden llegar a afectar y beneficiar las informaciones constantes que se dan.

Justificación

Desde la llegada de la imprenta a Costa Rica, se ha buscado la manera de que todo lo que funcione en el país, se encuentre normado y dentro de los límites de la legalidad. A ello es necesario tanto para el público como para el mismo medio, resguardar la veracidad del contenido que se comparte.

Como parte de las deficiencias que se encuentran en materia de regulación de medios, se encuentra la Ley de Imprenta que data de 1902. Esta fue derogada por diversas acciones de inconstitucionalidad, dejando vigente la responsabilidad solidaria, en tanto el artículo 7 señala que, “la sufrirán conjuntamente los autores de la publicación y los editores responsables del periódico” (Ley de Imprenta N°32, 1902).

Según Sáenz (1990), en Costa Rica predomina el “modelo de cascadas”, para sentar responsabilidades por las publicaciones que se realicen en los medios de comunicación, que consiste “en que la responsabilidad por la publicación acusada se va desplazando en forma subsidiaria de una persona a otra, hasta llegar según indica la ley, a la persona que figure como propietaria de la imprenta” (p.2).

No obstante, esta normativa se encuentra desactualizada y a lo largo de más de 100 años, solo se le han hecho modificaciones o acciones que, inclusive, fueron derogadas debido a que no se adaptan a las necesidades de la época, dificultando así la regulación de otros canales de comunicación escrita, como los medios digitales, las aplicaciones y demás herramientas digitales actuales.

Según la página InternetWorldStats.com (2017), en Costa Rica existen un total de 4,905,626 habitantes, de los cuales 628,307 son clientela suscrita a internet fijo. En total son 6,236,443 de líneas celulares se encuentran en circulación, donde 2,700,000 personas tienen un perfil en Facebook, la red social más popular hasta el momento, según el estudio de Red 506 para el periódico El Financiero, con datos del año 2013. (UNIMER, 2017, párr. 1).

Es entonces aquí donde se ve la necesidad de conocer la percepción de la audiencia sobre la credibilidad y la utilidad que poseen las informaciones que ellos reciben de estos medios, analizar de esta forma si la era comunicativa actual ve la necesidad de ser regulada o de ser tomada por la libre, en acceso a la información y contenidos diversos.

Así también, el conocer la percepción de los medios de comunicación a ser normados, establecerá el principio fundamental periodístico del balance, a su vez desde qué sentido los medios analizan a sus públicos metas en tanto a la utilidad, credibilidad en sí mismos y sus contenidos, técnicas de mejora de esas informaciones y cualquier otro recurso que permita

garantizar la veracidad de las noticias, pero que a su vez respete “el interés es evitar que tales papeles conduzcan a lastimar o a injuriar y difamar a personas o a alterar el orden público” (Vega, 1995, p.40).

El contenido que se distribuye, en muchas ocasiones parte de un supuesto y no de una realidad, ya que existen sitios que se encargan en muchas ocasiones, de solo distribuir contenidos falsos y rumores inciertos. Lo lamentable **así** es que en muchas ocasiones los medios también los replican, tergiversando, hasta cierto punto, la realidad.

Es entonces necesario, cuestionarse si la legislación actual en materia de medios de comunicación está realmente adaptada a las condiciones de la era digital y por otra parte si es necesario la creación de una norma que regule esta rama del campo periodístico, así como la legitimidad que le otorguen los medios digitales y las ventajas que traería, de acuerdo con las percepciones del público, el que se regulen este tipo de canales de comunicación.

La investigación contempla otro tipo de información de utilidad que le daría al turista nacional y extranjero la posibilidad de tomar decisiones en tiempo real ante eventos de la

Para fundamentar el desarrollo de esta investigación, es necesario conocer sobre investigaciones que se relacionen con el objeto de estudio de este trabajo, para ver su base, temas relacionados, historia alrededor de los medios digitales, dentro de la industria de servicios, el mismo se ha constituido como la industria más importante del mundo entero en términos de número de empleados y de sus efectos en el desarrollo social y económico de muchos países en el mundo.

Proyecciones

Una de las principales herramientas de conocimiento es el conocer la percepción del público sobre la veracidad del contenido que se publica.

Así también, se hace referencia a normativas vigentes o que se establecieron en algún momento en países del orbe y de la región, donde la normativa de los medios digitales haya obtenido algún resultado o generado alguna reacción, como una referencia del panorama que puede significar el establecer una normativa en este campo comunicativo.

El tema de este trabajo evaluar la necesidad que tienen turistas nacionales y extranjeros de información actual y en tiempo real sobre destinos turísticos para reservaciones en Costa Rica, durante el tercer cuatrimestre del 2019. Como parte de los instrumentos a implementar para cumplir el objetivo se encuentra una entrevista que será aplicada a personas en la GAM, quienes emitirán su percepción sobre las opciones actuales de aplicaciones para reservaciones en línea.

Como parte de esta investigación, la percepción puede interpretarse defínala con sustento teórico como la forma en que los usuarios de medios digitales o de aplicaciones de se informan y el grado de satisfacción que la misma genera.

Se conoce la percepción de algunos de los medios de comunicación digital más importantes y populares del país en tanto a la legitimidad que tendría la implementación de una normativa que regule el contenido que se publique en internet y garantice la veracidad de las publicaciones, así como otros aspectos que se tomarían en una posible normativa, tal es el caso de los ingresos por concepto de publicidad.

Actualmente el artículo que norma esta difusión de informaciones es el 236, de la Ley de Delitos Informáticos, sin embargo, debido a que la incursión del mundo digital es un proceso que viene evolucionando en su instauración en Costa Rica, no se ha establecido una norma que explícitamente regule al internet, sus redes de interacción y de publicación de contenidos. Esta regulación fue delegada a los Estados que así lo vean conveniente, por parte de la Organización Mundial de las Naciones Unidas [ONU] en el año 2007.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se presenta un mapeo donde se ejemplifican las diversas temáticas que va a abordar el presente objeto de estudio, de esta forma será más sencillo seguir los pasos para llegar al cumplimiento de los objetivos previamente establecidos.

Comunicación

Día tras día se habla de tener una comunicación constante en los diferentes aspectos de la vida, en la familia, amigos, trabajo, entorno social, sin embargo, cada uno tiene maneras distintas de creer tener una “buena comunicación”, por lo que es importante definir el término.

Trujillo (2017) cita a Chiavenato (2007)

Define a la comunicación como la información que es intercambiada por las personas. Señala que es un proceso fundamental que experimenta el ser humano y la organización social. Indica que para enviar un mensaje se requiere de códigos o señales que viajen a través de un canal hacia un receptor quien interpreta y decodifica su significado. Precisa que para que la comunicación oral sea efectiva se emplea como código al lenguaje y que es reforzado por elementos comunicativos no verbales: símbolos, señales y gestos. (p. 12)

Por lo cual la comunicación no se puede separar del ser humano, desde que nace su ser expresa comunicación constantemente.

Existen distintos tipos de comunicación y para distintas áreas por lo cual se van a explicar algunas.

Comunicación organizacional

En una organización se debe tener un orden, un lineamiento en los cuales se deben de trabajar, parámetros que guíen en sí la forma de ser de la empresa por lo es parte de la base de todo tipo de organización.

Rodríguez (2005) citado por Trujillo (2017) expresa

La comunicación organizacional son todos los mensajes que son intercambiados por los integrantes de la organización. Son las actividades y las técnicas que facilitan y agilizan los mensajes que se generan entre los miembros de una organización, y esta con su medio. Asimismo, detalla que Trelles⁴ señala que la comunicación corporativa habla sobre la realidad de la organización y sobre la identidad corporativa interna, es por ello que se le puede definir como el conjunto de mensajes, procesos y medios que intervienen en la transmisión de la información, por tal motivo no solo se refiere a los mensajes, sino también a los comportamientos y actos que las empresas se encargan de transmitir, como información de su identidad, el modo en que realizan las cosas, su misión y sobre sus clientes. (p. 12)

Las labores que se deben de realizar para lograr las metas inician desde la buena comunicación entre participantes y departamentos, no se puede limitar o seccionar una organización sin manejar una estrategia de comunicación, el transmitir las labores, el cómo se va a realizar, quienes lo van a hacer, por donde se debe de dirigir, todo eso es parte de la comunicación correcta, pueden darse dos tipos, una comunicación interna y otra externa, por lo cual se citan.

Comunicación Interna

Este tipo de comunicación es la guía de una empresa, el recurso importante para que todo se de a como se ha proyectado.

Expresa Tijaro (2020)

La comunicación interna se define como todas aquellas acciones que se ejecutan con el fin de pronosticar nuevas ocurrencias dentro de la empresa para llegar a la eficiencia. Es un recurso gerencial que pretende alcanzar objetivos corporativos, funcionales y estratégicos en la empresa. No es un fin, es un medio y una herramienta para lograr los cometidos y desarrollar nuevas estrategias. Se comprende en los medios tecnológicos para transmitir mensajes, el trabajo en equipo, la participación, la claridad de la misión y la visión y la estructura comunicativa en general. (p. 45)

La comunicación debe verse como una estrategia y no como un punto de estrés dentro de una organización, además se le puede llamar organización a su área de trabajo, familia, amigos, en distintos ámbitos debe de existir una comunicación interna eficaz.

Comunicación externa

Al estar rodeados de comunicación continua, es importante tener claro que en el exterior influye, sea si se quiere transmitir algo hacia los demás desde una organización o a nivel personal.

Tijaro (2020) cita

Se determinan varios factores que dependen del manejo interno de la organización, como el profundo conocimiento de parte de todos los empleados de los objetivos, de la misión, de la visión y de los valores empresariales, con el fin de tener clara la forma en la que se quiere transmitir la imagen corporativa, que se define como aquella construcción mental que tiene el público sobre nuestra organización, creada a partir de lo que la misma proyecta. (p. 46)

A nivel organizacional es importante dar a conocer la empresa, lo que hace, lo que no para así mostrar a los futuros clientes y venderse, si no se da una comunicación hacia el exterior no va a traer consecuencias positivas porque el fin del objetivo no se va a lograr, pasa lo mismo si se quiere publicar una nota, investigación, entrevista, se debe de exponer a los demás y así darle un énfasis y que se cumpla la misión de lograr captar consumidores.

Comunicación digital

Este tipo de comunicación ha dado un auge y proyección importante en los últimos años, décadas, se les llaman TIC siendo Tecnologías de Información y Comunicación.

Tijaro (2020) cita

La comunicación digital es el intercambio de información y conocimiento haciendo uso de las herramientas digitales disponibles, puestas a nuestra disposición por la investigación y desarrollo tecnológico (p. 48).

La era digital es el ahora, el momento en donde día a día se evoluciona más y llega aún más tecnología por lo que la comunicación va cambiando constantemente ya que va inmersa en el cambio de tecnología.

Reyes (2016) expresa

La comunicación digital está inmersa en la denominada era digital, la cual permite el uso de buscadores, creación de espacios de conocimiento común como Wikipedia, y es capaz de alojar plataformas de conexión social que permiten a los usuarios de internet conectarse a redes sociales e informarse sobre los hechos que les interese conocer (p. 25).

Al ir la tecnología avanzando por ende el ser humano va adaptando nuevas formas de interacción, diversión y de informarse, ya que va de la mano con la tecnología, el recibir información por medio de esta hace que la formalidad tenga que ir dando cambios y adaptar su forma a lo novedoso, incluyendo toda el área tecnológica, esto en empresas, instituciones, escuelas, universidades y hasta en los pasatiempos de las personas.

Menciona además Reyes (2016)

En la comunicación digital, los usuarios tienen un rol fundamental, al igual que su papel en el proceso de comunicación en la que participan y comparten mensajes e información. En la era digital, no es posible permanecer desconectado, los usuarios son los que interactúan entre sí para integrarse, dialogar y crear contenido para alojarlo en las plataformas existentes de comunicación digital (p. 41).

En la comunicación de corte digital, sin suscriptores no hay un objetivo, el querer comunicar por medio de la tecnología es con el fin de lograr más atención y público, para que las barreras no existan y se crucen las fronteras de la comunicación. Sin embargo, es tan abierto

que cualquier persona puede acceder a recibir información o a dar información por lo cual hay que tener cuidado y ser precavidos.

Medios de comunicación

Los medios de comunicación han tenido que irse adaptando y realizando cambios, el informar, transmitir información, dar noticias, entretener ha sufrido cambios en su forma sin embargo no significa que los distintos medios no sean reconocidos como tal.

Cuenca (2015) cita a Sandoval (1990) en un concepto de medios de comunicación

Instrumentos mediante los cuales los miembros de una sociedad o de una comunidad se enteran de lo que sucede a su alrededor a nivel económico, político, social, etc.; los medios de comunicación son la representación física de la comunicación en nuestro mundo, es decir, son el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa y, finalmente, es expresa, se comunica.

Por lo cual, los medios de comunicación son amplios, diversos, de distintas índoles, sin embargo, siempre está presente, algunos de ellos en la actualidad son:

- La prensa, escrita.
- La revista.
- El cine.
- La radio.
- La televisión.
- El internet.

Parfraseando a Cuenca (2015) se van a explicar éstos:

- La prensa, escrita

Son todas las notas y publicaciones impresas, donde se refleja la ideología e información buscada, una de las acciones como prensa, escrita son los periódicos, revistas de todo tipo, diarios de información y otros.

La prensa dirigida como medio comunicacional se refiere directamente a la difusión escrita de noticias importantes y relevantes, estos cada día van disminuyendo gracias a la tecnología.

- La Revista

Aún se pueden ver distintas revistas en formatos impresos, como medio de comunicación de entretenimiento, investigación y más, enfocándose en distintos mercados, son más visual, coloridos que los periódicos, ha disminuido sin embargo aún se ve una gran cantidad de ejemplares impresos y han enfocado su perfil en el área digital.

- La Radio

La radio fue y es de gran importancia, la audiencia le da funcionalidad y compite directamente con la televisión y la prensa, escrita, es efectivo para informar, vender y entretener, cuando las personas están fuera de casa y no tienen acceso a la televisión, este cumple las funciones relevantes.

- El cine

Cuenca (2015) cita textualmente

Paralelamente al surgimiento de la radio, un nuevo medio de comunicación hizo su entrada al ámbito social: el cine. Este debe su invención a los experimentos de los hermanos Lumiere y se consolida como un medio de comunicación masiva a partir del estallido de la Primera Guerra Mundial, cuando comenzó a ser utilizado como instrumento ideológico al servicio de la propaganda nacionalsocialista. (p. 16)

El cine es parte del arte, cultura y un medio de comunicación, llegó para quedarse y aún está en su auge.

- La televisión

La televisión fue revolucionaria, llegó para quitar muchas actividades y ser parte importante de las personas, no solo transmitir sonidos sino transmitir imagen y video, darle forma y color a la imaginación, lograr creatividad y transmitir todo tipo de información fue relevante para este cambio tecnológico del siglo pasado.

- Internet

El internet, ha llegado a abrir espacios, ha logrado diversificar y es utilizado a nivel mundial por todo tipo de segmento de población, su poder interactivo y diversificado hace que sea uno de los principales medios en la actualidad, y aún sigue tomando auge por el cambio tecnológico y nuevas oportunidades y escenarios que va dando.

Importancia de los medios de comunicación

La comunicación es parte de la vida, por lo que es de suma importancia aprender a comunicarse bien, de manera correcta para así el mensaje llegue limpio y sea eficaz, sin importar el medio por el que usted comunica.

Cuenca (2015) cita

La comunicación permite construir la realidad en la que se desempeña el individuo todos los días, comprender nuevas ideas. Permite considerar una opinión como buena o mala y comprender las costumbres sociales, así como generar nuevas oportunidades. La comunicación es un instrumento social tan importante, que, sin esta herramienta, se puede afirmar, jamás podríamos influir en las ideas, en los sentimientos o en las acciones de otras personas. (p. 8)

Por lo que no se puede separar la comunicación del ser humano, o no se puede decir que se puede vivir sin comunicación, es indispensable para el desarrollo humano.

Características de los medios de comunicación

Para citar algunas que expresa Cuenca (2015)

- Existen emisores y receptores que pueden ser individuales y colectivos. Son abiertos, esto significa que cualquier persona puede acceder a ellos.
- Se relacionan con distintas disciplinas, lo que involucra el empleo de distintos lenguajes, además de especificaciones técnicas.
- Los contenidos están destinados a un público heterogéneo y a una gama de receptores, como así también a un público más reducido, que maneja ciertos códigos e información necesaria para decodificar el mensaje.

Ventajas y desventajas de los medios de comunicación

Es importante reconocer que en cada aspecto de la vida existen tanto ventajas como desventajas, por lo que se deben de visibilizar, se citarán algunas de los medios de comunicación.

Arboleda (2003) presenta algunos citados por Cuenca (2015)

Ventajas de la prensa

- Bajo costo
- Medio rápido
- Bajo costo de producción
- Flexibilidad
- Mensaje directo
- Diferente precio dependiendo horario, sección y tamaño

Limitaciones de la prensa

- Vida corta del material
- Baja calidad de reproducciones
- Exceso de información
- Mucha competencia

Ventajas de la revista

- Grado de selectividad
- Larga vida y permanencia
- Se lee más detenidamente
- Excelente calidad de producción
- Más lectores por cada ejemplar

Desventajas de la Revista

- Medio costo por ser poco tiraje
- No garantizan un mínimo de circulación
- No tiene mucha penetración geográfica

Ventajas de la radio

- Llega a todo el público por igual
- Permite gran selectividad de emisoras
- Se puede escuchar y así mismo realizar otras actividades
- No es muy costoso para el cubrimiento y frecuencia que permite
- Permite cubrimiento local o nacional

Desventajas de la radio

- Contiene mucha publicidad
- No tiene imágenes
- Mucha competencia

Ventajas de la televisión

- Gran impacto visual y auditivo
- Excelente cobertura en todas las clases sociales

Desventajas de la televisión

- Alto coste de producción y de pauta
- Breve permanencia del mensaje

Ventajas del internet

- Envío y recepción de información rápida y oportuna
- Consultas de tareas con información actualizada

- Comunicación a distancia con tiempo real
- Ha economizado mucho los costos de los envíos de mensajes que anteriormente solo se daba por correspondencia.

Desventajas del internet

- Falta de privacidad y veracidad
- Presencia de virus informáticos
- Generación de dependencia y adicción en caso de mal uso
- Fomento del sedentarismo

Periodismo

El periodismo es una carrera expuesta y conocida, en donde se conoce como presentar e investigar hechos e información relevante para las personas.

Romero (2016) cita a Torrico (1989) diciendo

El periodismo es una actividad organizada de información noticiosa, que, utilizando un sistema de difusión o de divulgación, lleva una serie de datos ordenados y relativos a varios aspectos de la realidad exterior a un público general específico o con intervalos de tiempo establecidos (p. 9).

Por lo que el difundir información es lo relevante del periodismo, en donde informa, comenta, relata, guía y evidencia los temas expuestos por medio del periodista.

Periodismo digital

El periodismo como tal puede ir evolucionando, pero en sí la forma de transmitir la información por medio de la tecnología, es lo que marca los cambios radicales.

Según García et al., (2019) citando a Sánchez (2007) expresa:

El periodismo como difusión de la información han utilizado los medios convencionales como la radio, la televisión y por excelencia la prensa, escrita con el paso de los años se ha incrementado el uso de las nuevas tecnologías por lo cual la información a emigrado al mundo digital creando el periodismo digital, online o electrónico como resultado de la sociedad de la información. (p. 13)

El periodismo no se extingue, solo va actualizándose en la manera de proyectarlo, no se debe de pensar en solo lo escrito o la televisión, sino ir dando forma a lo digital y dando énfasis a la tecnología que avanza.

Además, García et al., (2019) cita

Con respecto a los últimos años se ha hablado del periodismo digital como fuente de comunicación informativa, aprovechando las nuevas tecnologías, el periodismo de la actualidad va más allá del formato impreso. Según Gómez-Escalonilla, G “A medida que se incorporan nuevas tecnologías que inauguran nuevos medios, la radiodifusión o la televisión, aparecen también productos informativos asociados a esos medios, por lo que el periodismo se extiende a las prácticas informativas en los medios audiovisuales”. (p. 13)

La tecnología debe ser un aliado del periodismo así el periodista puede estar más actualizado y actualizar a sus usuarios de una manera más rápida y eficaz, los nuevos medios están para utilizarle y adaptarlos al periodismo, para que sea más interactivo.

García et al., (2019) Cita a Sánchez (2008), “El Periodismo Digital es el Hipertexto, es decir, el enlace que permite al lector navegar por diferentes rincones de la página e, incluso, por múltiples páginas” (p. 14).

En el área digital todo se conecta, se está en las redes y es la ventana para que los usuarios disfruten de contenido de distintas fuentes y de áreas distintas, por lo que se debe tener apertura y sinceridad que no son los únicos que existen en la red, sino que hay una diversa gama de oportunidades y opciones en la cual escoger.

Características del periodismo digital

Este periodismo es el auge en la actualidad, se ha convertido en una parte importante e indispensable en el periodismo ya que adopta las nuevas tecnologías.

Parafraseando a García et al., (2019) cita seis características del periodismo digital.

- **Interactividad**

Se hace referencia a la interacción ellos usuarios para realizar algo en la página, para manipular contenido, controlar, contradecir, opinar. García et al., (2019) cita textualmente a Medilla (2008) “La Interactividad es la capacidad gradual que tiene un medio de comunicación para darle un mayor poder a sus usuarios/lectores en la construcción de la actualidad ofreciéndole tanto posibilidades de selección de contenidos como posibilidades de expresión y comunicación”.

- **Hipertextualidad**

Hace referencia a la acción de utilizar enlaces, por lo que una información que pueden ver en una misma pantalla, García et al., (2019) cita a Rost (2006) “La Hipertextualidad es una herramienta que permite construir una particular forma discursiva basada en la interconexión de bloques de textos digitalizados”.

- **Multimedialidad**

Se pueden combinar imágenes, sonidos e información, es definido como multimedia, ya que el soporte digital permite hablar más de un medio. Rost (2006) citado por García et al., (2019) explica “La multimedialidad es la información integrada a través de distintos enlaces hipertextuales, es la percepción que tienen los individuos en la experiencia directa de los acontecimientos”.

- **Documentación ilimitada**

Esto se da ya que no existe límite de espacio y de tiempo en la disposición de información. García et al., (2019) cita a Rost (2006), citando a Luque y Forenda (1997) “que la documentación ilimitada permite: profundizar los contenidos, contextualizar la información, reutilizar material ya producido por la redacción que de otra forma se mantendría ocioso en el archivo y poner a disposición información en la actualidad en bruto”.

- **Actualidad múltiple**

El internet ofrece al mismo tiempo mucha información, con contenidos distintos y enfoques segmentados, el lector puede seleccionar que ver, creer y leer, pueden hasta presentarse noticias e información falsa que puede presentar como si fuera real.

- Personalización

García et al., (2019) citando a Rost (2006) expresa “que la personalización implica que cada lector pueda acceder a un periódico que responda lo más fielmente posible a sus expectativas e intereses”.

Periodista

Es relevante definir que es un periodista y cuáles son sus objetivos por lo que ... cita

Ser periodista es saber qué está pasando, enterarse por qué sucede, a quién le afecta, saber cómo afecta a la comunidad a la que tú perteneces y contarlo de la mejor manera. El objetivo de los buenos periodistas está relacionado con el sentido común: desarrollar un periodismo inteligente, basado en los hechos, honesto en sus intenciones y en sus efectos, al servicio de la verdad discernible y de ninguna otra causa, y escrito con claridad para ponerlo al alcance de todo lector potencial. (p. 96)

Desarrollar el ser periodista requiere de estudio y determinación, el estar siempre presente, investigando, dando información a los demás es aparte de ser profesional un servicio que los demás deben de agradecer.

Percepción

La percepción es relevante en el desarrollo del ser humano, Obeso (2015) cita “La percepción es la sensación que se refiere a experiencias inmediatas básicas, generadas por estímulos aislados simples, incluye la interpretación de sensaciones dándoles significado y organización” (p.15).

Depende como se den las situaciones la interpretación que se da puede cambiar todo, esto por la percepción de cada persona, la percepción y la interpretación va de la mano por lo que es importante dar un mensaje claro para que no se dé una errónea interpretación.

La percepción es subjetiva y selectiva ya que la persona es la que va seleccionan la forma en la que interpreta la información recibida.

Proceso de la percepción

- Detección-exposición

El individuo recibe un pequeño porcentaje de los estímulos que se dan a su alrededor, se hace de forma consciente en lo que se quiere, se le da el enfoque, dependiendo del color, tamaño, olor, entre más grande y fuerte más se percibe.

- Atención-organización

La percepción que se da es por medio de los gustos, preferencias, importancia y demás.

- Interpretación

Es lo que se refleja de la percepción, la interpretación que le da a lo que percibió, que es lo que transmite, entiende, refleja y se deja la información.

Impacto

Según la Rae (2021) impacto es “Efecto producido en la opinión pública por un acontecimiento, una disposición de la autoridad, una noticia, una catástrofe, etc.”.

El impacto siempre va de la mano con distintas acciones, nunca va solo, este refleja siempre consecuencias, tanto positivas o pueden ser negativas dependiendo el caso, éstas son más fuertes y van dejando consecuencias y reacciones impregnadas en la vida de los seres humanos.

Pandemia Covid-19

Es un virus o enferma que se propaga a nivel mundial de una forma muy rápida, Álvarez et al., (2020) cita

Se identifica como agente causal un ARN virus del tipo coronavirus, a partir del 11 de febrero del 2020, es altamente contagiosa y se logró diseminar a nivel mundial, declarada pandemia el 11 de marzo del 2020 por la Organización Mundial de la Salud”.

El virus vino a hacer cambios drásticos a nivel mundial, en donde se lleva ya más de un año intentando adaptarse a los cambios que este trajo, llevó al mundo entero a realizar una cuarentena total paralizando e impactando vidas emocional y económicamente.

Lozano (2020) expresa

“el coronavirus proviene de una extensa familia de virus, en concreto, un tipo de virus que posee la capacidad para transmitirse de animales a personas provoca síntomas que van desde una gripe común hasta enfermedades peligrosas, este puede provocar un síndrome respiratorio grave” (p.7).

Parte del intento de mitigación que se dio a nivel mundial fue cerrar fronteras, negocios desde pequeños emprendedores, hasta empresas gigantes, la virtualidad se hizo parte de la dinámica del ser humano como herramienta integradora y todos asumieron los cambios en sus rutinas incorporando nuevas metodologías.

Noticias falsas

Las Populares fake news, llamadas noticias falsas siempre han existido, sin embargo, al momento de que existe la tecnología y se le da apertura a que cada usuario pueda dar información y publicarla es cuando se hacen más populares, las personas tienen como hábito algunas de solo escuchar algo y repetirlo, sin investigar si es real, o ver una noticia en redes sociales y compartirla, dejándose guiar solo por el título sin saber lo que en realidad se quiere transmitir.

Figueroa (2020) Cita:

Las noticias falsas pueden entenderse en términos generales como los artículos de noticias que se plantan intencionalmente en los medios de comunicación y son de hecho incorrectos, y podrían engañar a los lectores, En múltiples casos las fake news influyen en temas económicos, políticos y sociales; causando un impacto relevante en la toma de decisiones de los ciudadanos. (p. 16)

Por lo cual, estas noticias en su mayoría de veces son al propósito de generar controversia de algún tema de interés, de alguna página que quiera ganar publicidad y darse a conocer, es consecuencia de un mal uso del periodismo y además de las redes sociales.

García Marín (2020) Citado por Figueroa (2020) expresa

los desórdenes informativos como distintas estrategias y formas utilizadas para construir noticias falsas. La construcción de noticias falsas tiene como base a contenidos verdaderos, pero han sido manipulados para expresar otro mensaje distinto al original, causando desinformación. Los desórdenes informativos presentan una nueva dimensión gracias a la nueva sociedad digital, adicionando la posverdad el incremento es significativo. (p. 18)

El no existir un orden, el tener apertura a que todos puedan publicar y transmitir información mediante redes sociales, de manera digital ha abierto paso a una desinformación, un hábito de lecturas menos profundo y una serie de acciones negativas que logran utilizar para hacer de la tecnología un mal uso.

Tipos de fake news

Cuentas (2020) cita a Amoros (2018) con 7 tipos de desinformación que utilizan para las fake news.

- Noticias Parodia, son las que tienen titulares humorísticos que se inventan para divertir sin intención de causar daño alguno.
- Noticias engañosas, informan de modo que parezcan algo que no es con el objetivo de acusar o incriminar a alguien.
- Noticias impostoras, son las que dicen que alguien ha hecho algo y es mentira.
- Noticias fabricadas, son las que inventan falacias puras y duras con el objetivo de engañar y perjudicar a alguien.
- Noticias falsamente conectadas, son aquellas que establecen conexiones falsas entre distintos hechos cuando en realidad no existe nada que lo confirme
- Noticias con contexto falso, son todas las informaciones que se sacan de su contexto con el objetivo de crear nuevas y falsas noticias.
- Noticias manipuladas, son las que abiertamente tergiversan la información y hasta retocan fotografías para crear falsedades.

Por lo tanto, de cualquier rama se pueden generar noticias falsas, por lo que es importante revisar fuente e ir más allá a la hora de creer lo que se lee.

Historia de las fake news

Aránzazu et al., (2020) relata un poco la historia, por lo que se va a parafrasear en este apartado.

En el Siglo XIX se dieron inicio a las fake news, fue cuando se dio inicio a la tecnología, por lo cual los periódicos empezaron a proliferar de los nuevos avances, sin embargo, en 1835 los trenes y barcos propiciaron la primera noticia falsa publicada en The Sun.

Este diario publicó durante seis días de agosto de ese mismo año que un científico de origen británico había visto vida inteligente en la luna por medio de un telescopio, la noticia inició en Estados Unidos llegando a Europa y los medios lo divulgaron, así lograron captar la atención de los usuarios, en el momento que se descubrió se le adjudicó el nombre de “La gran mentira de la Luna”, logrando identificarse como la primera fake news de la historia.

En el siglo XXI internet llega a postularse a ser el medio de transporte más ágil y veloz en el momento de propagar la información, en la actualidad las redes sociales son las que más propagan fake news, por lo que se les denomina culpables de la proyección tan rápida en la que aparecen este tipo de noticias.

Desde el 2018 distintos medios han realizado estudios referentes a esto, por lo que citan que la población es intranquila por creer que todo lo que leen es cierto, sin embargo, tampoco se preocupan por buscar si es real o no lo que leen, además, agregan que estar pensando en las fake news alterar la salud mental, es parte de la salud informativa que se le integra a la mente.

Es frecuente el consumo de estas noticias sin que la población se dé cuenta, solo lo creen y aparte de eso lo divulgan, tan fácil como compartir la información en cualquier red social actual, el flujo de información es tan amplio en las plataformas que no se puede controlar y parar una ola no una noticia falsa.

Aránzazu et al., (2020) cita a Rapp y Salovich (2018) “La ciudadanía no puede llegar a la verdad absoluta, más allá de verificar algunos hechos, al igual que no puede crear grandes mentiras, porque, entre otras cosas, no tiene capacidad de difusión” (p. 364), sin embargo, si son capaces de difundir noticias falsas y de creerlas por no identificar fuentes confiables.

El impacto de las noticias falsas en las redes ha hecho revolución, como lo expresa Salas (2019):

Tampoco pudo hacer mucho el Congreso de EE. UU. ni los servicios de inteligencia para evitar la difusión de fake news en las elecciones de 2016. Un estudio de BuzzFeed (Silverman, 2016), resaltaba que, en los últimos meses de campaña electoral de EE. UU. de 2016, las noticias falsas lograron tener más impacto que las publicadas por los principales medios de comunicación. Las noticias falsas alcanzaron casi los nueve millones de visitas mientras que las noticias generales verdaderas un millón y medio menos.

Un gran impacto y confusión es lo que logra una campaña de fake news, ya que los estrategas emplean métodos y noticias que dan un sentido de burla y además de creencia entre los usuarios, por lo que logran que sean consumidas de una manera exitosa, logrando desviar temas importantes en la sociedad.

Estupiñán et al., (2020) expresa otra afirmación de las fake news:

Noticias falsas Challenge, quienes las definen como “una afirmación o historia completamente fabricada creada con una intención para engañar, a menudo por una ganancia secundaria”, esta definición reconoce que las noticias falsas tienen como objetivo la desinformación, por ello usan la Posverdad como mecanismo para generar credibilidad (p. 9).

Siempre existirán movimientos formados que quieran desinformar, quitar credibilidad de algunos o simplemente buscar fama sin ningún fin, por lo que la mejor arma es inventar y lograr confusión entre las personas, sin embargo, siempre existirá otro movimiento que busca indagar y llegar a la verdad, no quedarse quieto y dejar que la mentira y desinformación ganen.

Estupiñán et al., (2020) Además cita la Posverdad:

La primera vez que la Posverdad fue definida, fue en el año 2016 por el Diccionario de Oxford, quien la precisó como “un adjetivo vinculado a contextos en donde los hechos objetivos influyen menos en la formación de la opinión pública que aquellos hechos que apelan a la emoción y a la creencia personal”. Lo que indica que esta palabra se refiere a aquel tipo de información que carece de objetividad, de precisión y exactitud, y que adicional a eso, pondera a las emociones sobre el hecho que se pretende narrar. (p. 10)

Al darse la ola de las fake news por medio de la tecnología y la información que se distribuye, se vio a la tarea y obligación de buscar términos que contrarresten estos temas, que inspiren credibilidad y que las personas se apoderen de él. Por lo tanto, la Posverdad se definió para esta tarea.

Cabrera (2018), explica el término Posverdad.

Posverdad, originariamente post-truth, es considerada como un adjetivo “relacionado o denotando circunstancias en las cuales los hechos objetivos son menos influyentes en la formación de la opinión pública que los llamamientos a la emoción y la creencia personal” (Oxford Dictionarie, 2016). En el propio nombramiento, la institución muestra cómo la frecuencia del uso de la palabra aumentó considerablemente conforme el año avanzaba teniendo su pico más alto en las elecciones de Estados Unidos. Su importancia ha pasado a ser troncal dentro de la comunicación política. Se asocia como sustantivo a la frase política de la posverdad, según muestra el propio Diccionario de Oxford. (p. 10)

Cada día se vuelve más popular y se debe de viralizar, para así generar esa inspiración a formarse, indagar y dudar de fuentes dudosa, logrando desenmascarar aquellas noticias falsas, con doble sentido para algún fin, que ni la misma sociedad indaga, sin embargo, es responsabilidad de la misma sociedad lograr erradicar esto, aunque es muy difícil, la lectura y la información hacen que se fortalezca la posverdad y se debiliten aquellos que están detrás de las fake news.

Cabrera (2018) expresa su opinión con sentido sobre las fake news.

Si la posverdad es la historia, las fake news son los capítulos. Sería imposible crear un relato falso o engañoso sin un goteo de mentiras que finalmente construyan en el imaginario colectivo una idea que no se ajusta a la realidad. Esta palabra (o expresión) fue elegida palabra del año por el Diccionario Collins en 2017, donde se define como información falsa difundida como noticia y que a menudo es sensacionalista. (p. 14)

Las fake news, son parte de un plan, no salen de la nada, siempre llevan un propósito que la protagonista es la mentira, el engaño con un fin, en donde se ve el sensacionalismo ya que insta al lector consumir el producto, tiene un sentido personal para lograr mal informar, crear aspectos y sentimientos negativos hacia un tema específico y además logra la atención completa de la sociedad, es como una enfermedad incurable en ese momento.

Esto sin duda ha sido un auge de la tecnología, que ha logrado un impacto en el periodismo y la difusión de las noticias, en donde ahora todos comparten y producen contenido.

Para esto Cabrera (2018) expresa:

En Internet ha triunfado la instantaneidad y ello ha generado un contexto propicio para mentiras o rumores, dado que no hay tiempo para contrastar y tienen más opciones de convertirse en noticia y propagarse con rapidez según Martínez, Gómez y Torrado (2012). Desde el periodismo existe la obligación de contrastar las fuentes y si es posible, verificar los hechos de forma personal. Si esto no es posible, al menos se deben ofrecer a la audiencia todas las variables que le permitan analizar el producto informativo. (p. 22)

Mientras la noticia se difunde ya en minutos ha logrado un alcance inimaginable gracias a las redes sociales y al impacto tecnológico, mientras la información se revisa y se confronta ya han hecho daño, el producto ya fue consumido y muchas personas ya creyeron y viralizaron aún más la noticia compartida, sin tener una certeza de donde salió.

Por lo tanto, la tecnología ha logrado avances maravillosos, pero en el tema de las fake news es una herramienta y mejor amiga de aquellos que quieran desinformar, pero la enemiga de aquellos que quieran hacer bien las cosas.

Redes sociales

Las redes sociales es el auge del internet y la tecnología digital en estos momentos, Pavón (2015) cita a Mohammed y Ramírez (2009):

La Web 2.0 llamada también la Web Social ha influenciado el mundo gracias a la interacción social y mundial característica esencial del sistema, las necesidades actuales de información, así como el desarrollo de nuevas tecnologías en celulares, tabletas, computadoras, han logrado que las redes sociales se establezcan en la sociedad e influyan en los ámbitos políticos, económicos, sociales, culturales y educativos. (p. 10)

Lo que los consumidores quieren en la actualidad son aplicaciones en donde logren interactuar con otros, publicar, contestar, realizar contenido e informarse y en otros aspectos informar.

Pavón (2015) cita

Otra definición más metodológica es la que establece que una red social es un conjunto de conceptos y procedimientos de tipo analíticos y de índole metodológica que favorecen la recolección de datos de manera metódica, de las relaciones sociales entre las personas (p. 10).

No solo se trata de tener relaciones más allá de un teléfono, sino la interacción constante que hay, el sentirse acompañado y teniendo la oportunidad de cruzar fronteras por medio de la tecnología y uso de redes sociales.

Pavón (2015) cita a Castañeda y Gutiérrez

Las redes sociales como herramientas telemáticas de comunicación que tiene como base la Web, se organizan alrededor de perfiles personales o profesionales de los usuarios y tienen como objetivo conectar secuencialmente a los propietarios de dichos perfiles a través de categorías, grupos o etiquetas personales ligados a su propia persona o perfil profesional. (p. 11)

Por lo tanto, la comunicación actual pasa fronteras mediante las redes sociales, actividades se muestran, informan y además interacciones inimaginables se dan por estos

medios, detrás de los perfiles no se sabe si son reales o falsos, es donde se debe de tener la malicia y en realidad estudiar con quienes se interactúa constantemente.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

Enfoque de Investigación

En el siguiente capítulo se desarrollan los componentes necesarios para llevar cabo la recolección de datos que favorezcan el fin de la investigación. En este apartado se trata temas como el enfoque del trabajo, su diseño y método investigativo, así como las unidades de análisis a establecer por objetivos, además de conocer la población a la que va dirigido el trabajo de campo y la muestra que se analiza como representativo del tema.

Desde el punto de vista de lo teórico, el marco metodológico es definido por Barrantes (2016) como aquel que “describe cómo se elaboró la investigación. Contiene las siguientes partes fundamentales: tipo de investigación, sujetos y fuentes de información, variables, análisis de la información, descripción de los instrumentos” (pp. 346-347).

Por lo cual es importante explicar y entender la metodología, que tipo de investigación y hacia donde llevan los instrumentos para lograr un análisis y desarrollo de la tesis correcto, el marco metodológico marca la ruta a seguir y lograr una meta.

ES importante entender las diferencias existentes entre el enfoque de investigación cualitativo y cuantitativo, así como ventajas e inconvenientes:

Tabla N°1: Análisis comparativo entre enfoque cualitativo y cuantitativo

Enfoque cualitativo	Enfoque cuantitativo
Proceso no definido, proceso flexible.	Plantea un problema concreto.
Se basa en la lógica, y el proceso inductivo.	Se basa en la lógica y el razonamiento deductivo.

Es naturalista.	Identifica leyes causales y universales.
No se aplican procesos estadísticos.	Identifica leyes causales y universales.
Se refiere a investigaciones acerca de la vida de las personas, historias, comportamientos sociales.	Se utiliza para describir condiciones actuales (investigaciones descriptivas y de encuestas).
Sus métodos de recolección de datos no son numéricos, se emplean métodos de recolección de datos que son no cuantitativos.	Sus métodos de recolección permiten examinar datos de manera científica o de forma numérica.
Su propósito es el de explorar las relaciones sociales y describir la realidad del ser humano.	El propósito de los métodos de esta investigación incluye experimentos y encuestas.
Orientada al proceso.	Orientada al resultado.
Realidad dinámica.	Realidad estática.

Fuente: Sánchez Villalta, Gerardo, (2014)

Método

Para desarrollar una alternativa diferente y especializada que piensa en las necesidades del público meta que se trabaja a través de un análisis informativo, así como los canales

digitales, formatos y contenidos que frecuentan, para conocer los modelos de negocio que se encuentran actualmente en el mercado.

De la labor de Barrantes queda despejado que el método dentro de la investigación tiene como labor el cumplimiento de aspectos puntuales y determinantes, la construcción de conceptos verdaderos y mantener vivos los conocimientos que a corto plazo sirven como base para esclarecer la ruta a dar una respuesta al problema que motiva el proceso de investigación actual.

Para el autor es bueno que no se confundan términos que lleven al error de creer que el método es simplemente un conjunto de técnicas, son dispositivos o herramientas que ayudan a alcanzar el objetivo del análisis.

Al cumplir con los conceptos destacados anteriormente, se podrá cumplir con las proyecciones descritas al final del primer capítulo de la presente investigación.

Tabla N°2: Ventajas e inconvenientes de los métodos cualitativos vs cuantitativos

Métodos cualitativos	Métodos cuantitativos
Propensión a “comunicarse con” los sujetos del estudio	Propensión a “servirse de “los sujetos del estudio
Se limita a preguntar	Se limita a responder
Comunicación más horizontal... entre el investigador y los investigados... mayor naturalidad y habilidad de estudiar los factores sociales en un escenario natural	
Son fuertes en términos de validez interna, pero son débiles en validez externa, lo que encuentran no es generalizable a la población	Son débiles en términos de validez interna -casi nunca sabemos si miden lo que quieren medir- pero son fuertes en validez externa, lo que encuentran s generalizable a la población
Preguntan a los cuantitativos: ¿Cuán particulares son los hallazgos?	Preguntan a los cualitativos: ¿Son generalizables tus hallazgos?

Fuente: Sánchez Villalta, Gerardo, (2014)

Enfoque cualitativo

Este enfoque es definido por los teóricos Hernández et al., (2014) como, “Utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (p.7). De esta manera los teóricos afirman que este enfoque permite desplazarse por los contenidos recolectados de una manera circular y no rigurosa, a modo de interpretar los hechos.

Dentro de las características de este enfoque se encuentra el que el investigador no sigue una línea determinada para obtener respuesta a su investigación, y según detallan los autores, se dirige “de lo particular a lo general”. El método cualitativo busca mostrar la realidad a partir de las interpretaciones que se le dan a los hechos y no como una prueba firme de una teoría como el método cuantitativo (Hernández et al., 2014, pp. 9-10).

Por tanto, como el fin de esta investigación se arraiga en el conocimiento de percepciones directas de los involucrados en la regulación de los medios de comunicación, se adapta el enfoque cualitativo como el más apto para dar respuesta a los objetivos planteados, según los señalado por los autores, al permitirse ver la realidad con base en los hechos, es viable la interpretación de los puntos de vista que serán conocidos.

2.2. Enfoque cuantitativo

Se conoce como enfoque cuantitativo al proceso de investigación que se ejecuta de la manera objetiva desarrollando una estructura secuencial.

El enfoque cuantitativo desarrolla cada etapa respetada de principio a fin y los pasos no se pueden saltar puesto esto ocasionaría una alteración en el proceso que indudablemente induce al error de los resultados finales del investigador.

Hernández, Fernández y Baptista resumen de forma sencilla la intencionalidad del enfoque cuantitativo: “Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (2014, p.4).

Como se ha podido leer en el enfoque cuantitativo, las decisiones sobre el método se toman antes recolectar los datos de esta manera se efectúa una medición controlada, objetiva logrando que lo que se determina en los resultados puede perfectamente ser aplicable a toda la población.

En este documento para lograr tener resultados positivos propuestos se va a trabajar, analizar e investigar con el enfoque cualitativo, ya que, aunque es importante saber numéricamente cuantas fake news se dieron en el periodo, es más indispensable conocer de donde surgieron, temas, características y fuentes por lo que la parte cualitativa es más importante e indispensable en este tema.

Método deductivo

Rodríguez Moguel permiten tener un panorama transparente sobre qué es el método deductivo, sus fases y aplicación con el afán de despejar cualquier posible duda durante la investigación y aclarar puntos específicos para trabajar uniformemente.

El método deductivo consta de las siguientes etapas: determinar los hechos más importantes en el fenómeno por analizar, deduce las relaciones constantes de naturaleza uniforme que dan lugar al fenómeno y finalmente del proceso anterior se obtienen las conclusiones (Rodríguez, 2006, p.30).

Cuando se habla de un método que parte de lo general hacia lo específico, y nos permite poder aplicarlo no sólo en la investigación, sino que también puede ser aplicado en la vida diaria o cotidiana en este caso implementado a nuestra investigación.

En palabras de José Cegarra Sánchez, en su libro Los Métodos de Investigación, el método deductivo es: “Es el camino lógico para buscar la solución a los problemas que nos planteamos” (Cegarra, 2012, p.83).

El método deductivo fue el elegido por el autor de la presente investigación para someter a prueba los objetivos planteados.

Tipo de investigación

Toda investigación siempre inicia con una idea que genera fuentes y cuestionamientos para ser estudiados a fondo, la misma debe ser delimitada y transformada en un problema, mismo al que se pretende dar respuesta mediante la puesta en práctica del diseño investigativo seleccionado y el establecimiento del alcance del estudio investigados, ya que depende la estrategia de investigación que se implementa, esto según los requerimientos y características propios del tema a investigar a investigar.

Barrantes menciona en su definición de investigación las características ya expresadas: “Un proceso sistemático, formal, inteligente y controlado que busca la verdad por medio del método científico y que nace de un sentimiento de insatisfacción, ya sea vital o intelectual, cuyo producto es el conocimiento científico” (2000, p.36).

Todos los autores consultados concuerdan en que la averiguación y su conceptualización abarcan una serie de conceptos en común entre los que se pueden mencionar: de la verdad, su rigurosidad, la búsqueda y la utilización del método científico.

Tipo exploratoria

El tipo de investigación exploratorio nos habla un tema en específico logrando se desafíe un problema de investigación en el no existe un conocimiento amplio al alcance del investigador.

Los estudios exploratorios sirven para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre las posibilidades de llevar a cabo una investigación más completa respecto de un contexto particular, indagar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras o sugerir afirmaciones y postulados (Hernández, et al., 2014, p.92).

Este tipo de investigaciones totalmente se realizan para establecer estilos, identifican áreas, y situaciones de estudio, relaciones viables entre variables.

Sujetos y fuentes de información

Para desarrollar y lograr ver la necesidad de una alternativa diferente y que llame la atención a través del contenido que se desarrolla para el público meta es necesario que la investigación cuente con sujetos y fuentes de investigación e información.

Se define a los sujetos como la totalidad de personas que tiene relación con el objetivo de la investigación.

Según Barrantes a los sujetos de información también se les conoce como población o universo y se relacionan entre sí gracias a un conjunto de elementos y características que comparten.

En el caso de los sujetos, Barrantes cita que: “Su escogimiento depende del problema por resolver, los objetivos e hipótesis planteados y las variables por estudiar” (2000, p.135).

Sujetos de Información

Se toma en cuenta la información de comunicadores pertenecientes a medios de información especializados en el tema.

Fuentes de Información Primaria

Hernández comenta que las fuentes primarias o directas son todas aquellas que proporcionen datos de primera mano, al ejemplificar las fuentes primarias el autor indica que se trata de documentos que contienen los resultados de los estudios. “Libros, antologías, artículos, monografías, tesis y disertaciones, documentos oficiales, reportes de asociaciones, trabajos presentados en conferencias, seminarios, artículos periodísticos, testimonio de expertos, documentales, vídeo cintas en diferentes formatos, foros y páginas de Internet, entre otros” (Hernández et al., 2014, p.61).

En este proyecto de graduación se utiliza las siguientes fuentes primarias: libros, tesis, artículos periodísticos y sitios web.

Fuentes de Información Secundaria

Las fuentes secundarias se extraen mayoritariamente de documentos, es decir, de elementos escritos como libros, archivos, publicaciones, revistas, artículos.

Se utilizan como referencia para las fuentes de información secundaria. Son listas, compilaciones y resúmenes de referencia o fuentes primarias publicadas en un área de conocimiento en particular. Es decir, reprocessan la información de primera mano. Comentan brevemente artículos, libros, tesis, disertaciones y otros documentos” (Hernández et al., 2014, p.66).

Las fuentes que se extraen mayoritariamente de documentos, es decir, de elementos escritos como libros, archivos, publicaciones, revistas, artículos.

Unidad de análisis

A continuación, se definirán las unidades de análisis que servirán como guía para la elaboración de los instrumentos de medición. Dichas unidades se derivan directamente de los objetivos específicos.

Objetivos	Categoría de Análisis	Subcategoría	Definición conceptual	Instrumento
Definir la percepción de las principales alternativas de comunicación digital durante el primer semestre de la pandemia de COVID-19.	Comunicación digital durante el primer semestre de la pandemia de COVID-19.	Comunicación digital	Este concepto engloba todos los métodos y herramientas utilizados para transmitir mensajes a través de un medio digital. Esdesignbarcelona (2021)	Entrevistas. Grupos de enfoque.
Detallar el manejo de información de los medios al cubrir temas relacionados con la pandemia.	Manejo de información de los medios	Medios	Instrumentos mediante los cuales los miembros de una sociedad o de una comunidad se enteran de lo que sucede a su alrededor a nivel económico, político, social, etc. Cuenca (2015)	Análisis de contenido.
Decretar el impacto que generó las noticias falsas en el quehacer de los periodistas	Impacto que generó las noticias falsas	Noticias falsas	Las noticias falsas pueden entenderse en términos generales como los artículos de noticias que se plantan intencionalmente	Entrevistas. Grupos de

durante la cobertura de la pandemia durante el primer semestre 2020.			en los medios de comunicación y son de hecho incorrectos, y podrían engañar a los lectores. Figueroa (2020)	enfoque. Análisis de contenido.
Expresar la percepción de un periodista con experiencia y trayectoria profesional sobre la ola de fake news provocada en el primer semestre de la pandemia.	percepción de un periodista con experiencia	Periodista	Captación y tratamiento, escrito, oral, visual o gráfico, de la información en cualquiera de sus formas y variedades. Sánchez et al., (2015) cita a la RAE	Entrevistas.

Instrumentos

En este apartado se establecen los instrumentos que se utilizarán durante la recolección de datos. Según, Hernández et al., (2014), “el instrumento es un recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente” (p.199).

Los instrumentos por utilizar serán: Las entrevistas a profundidad hacia los profesionales encargados de producir y aprobar las noticias de la sección “Salud” en los medios de comunicación bajo estudio. Se aprovecharán los grupos de enfoque a individuos que se informan a través de La Nación y/o Teletica.com semanalmente. Por último, se realizarán análisis de contenido con el fin de identificar el enfoque utilizado en las notas sobre denuncias sociales.

Entrevista a profundidad

En la entrevista a profundidad lo que se pretende es obtener de primera mano los elementos que sustenten la investigación en curso, así como la obtención de diferentes puntos de vista de los entrevistados. Hernández et al., (2014) establece que la entrevista cualitativa “es más íntima, flexible y abierta que la cuantitativa. Se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados)” (p. 403).

De esta manera, se pretende conocer a través de los propios periodistas encargados de cubrir las noticias sociales y de los editores que buscan hacer cumplir el manual de estilo y la línea editorial del medio de comunicación, los motivos que los guían a brindar el tipo de coberturas que realizan sobre las denuncias procedentes de las comunidades costarricenses.

En este caso en particular, donde las entrevistas serán realizadas a expertos, Hernández et al., (2014) aconsejan que estas sean charlas fluidas y abiertas entre el entrevistado y el entrevistador, con el fin de obtener la información necesaria para la investigación (p.405). Es por ello por lo que se hará uso de la entrevista semiestructurada, con el fin de contar con la libertad para introducir o modificar preguntas durante el intercambio con el entrevistado en

caso de ser necesario para conseguir más información acerca de un tema específico o para precisar conceptos que surjan en el momento y que ameritan de mayor profundidad en su explicación.

Grupos de enfoque

Para conocer la perspectiva de los lectores de los medios de comunicación bajo estudio, se hará uso de los grupos de enfoque, en los cuales, tal y como explican Hernández et al., (2014) “los participantes conversan a profundidad en torno a uno o varios temas en un ambiente relajado e informal” (pp.408-409).

La razón para utilizar este instrumento para los voluntarios en vez de una entrevista en profundidad, es porque así se puede ahorrar el tiempo de recolección de datos al ser reunidos los sujetos de interés en dos sesiones de seis personas cada una, así como aprovechar la interacción entre ellos mismos para recoger todos los intercambios de ideas que puedan nacer de esa conversación y así cruzar los datos durante el momento de análisis para llegar a poseer una conclusión mejor fundamentada sobre el fenómeno en cuestión.

Al mencionar que se realizarán dos sesiones de seis personas cada una, se hace con base en lo establecido por Creswell (2005), citado por Hernández et al., (2014):

(...) el tamaño de los grupos varía dependiendo del tema: tres a cinco personas cuando se expresan emociones profundas o temas complejos y de seis a 10 participantes si las cuestiones versan sobre asuntos más cotidianos, aunque en las sesiones no debe excederse de un número manejable de individuos (p.409).

Se toma finalmente la decisión de utilizar seis sujetos por grupo ya que se conversará de un caso cotidiano, como lo es la lectura de un periódico impreso y/o digital, pero a su vez se tratará un tema complejo como las denuncias comunitarias. Esta combinación significa que no se pueden hacer sesiones con un gran número de participantes, pero tampoco con un número tan pequeño que limite la interacción e intercambio de ideas entre los consultados.

Tabla N°3: Técnicas de investigación

Técnicas e instrumentos	Propósito que cumple en la investigación
Fuentes documentales	Todo proyecto final de graduación (PFG) se fundamenta en un marco teórico o epistemológico, para justificar o explicar la naturaleza, alcances y limitaciones de la investigación.
Normativa jurídica	Brinda el marco jurídico específico que regula la actividad del tema de investigación, a nivel nacional e internacional. Incluye estudio de casos resueltos y la jurisprudencia.
Estudio de casos	Constituyen referentes esenciales para apoyar la propuesta de investigación con situaciones ya resueltas a nivel nacional e internacional. Aportan criterios de solución a problemas comunes.
Entrevistas	De vital importancia para conocer y valorar la opinión de profesionales vinculados directamente con el proyecto de investigación. Es una opinión autorizada de expertos en el campo específico de la investigación. Es un instrumento decisivo para garantizar el logro de los objetivos u hipótesis.

Fuente: Sánchez Villalta, Gerardo, (2014)

Análisis de contenido

Otro de los puntos a trabajar es el analizar el material que brindan los medios La Nación y Teletica.com sobre el tema en estudio. Mediante este análisis se brindarán parámetros certeros sobre la resolución o no de las denuncias comunitarias que exponen en sus notas. La importancia de este proceso la explican Hernández et al., (2014) de la siguiente manera:

Una fuente muy valiosa de datos cualitativos son los documentos, materiales y artefactos diversos. Nos pueden ayudar a entender el fenómeno central de estudio. Prácticamente la mayoría de las personas, grupos, organizaciones, comunidades y sociedades los producen y narran, o delinear sus historias y estatus actuales. Le sirven al investigador para conocer los antecedentes de un ambiente (p. 415).

Con este instrumento de análisis se podrá llegar a conocer si existen herramientas dentro de las publicaciones de los medios de comunicación en estudio que ayuden a solucionar las denuncias comunitarias que se publican en sus páginas y se logrará indagar en la eficacia de dichas publicaciones.

Proceso de recolección de datos

Posterior a la escogencia de los instrumentos que se van a usar en la investigación, se continúa con el proceso de recolección de datos.

Hernández, Fernández y Baptista Hernández et al., (2014) explican que “la siguiente etapa consiste en recolectar los datos pertinentes sobre los atributos, conceptos, o variables de las unidades de muestreo/análisis o casos (participantes, grupos, fenómenos, procesos, organizaciones, etcétera)” (p.198).

Para este trabajo de tesis se realizarán entrevistas de profundidad, por lo que se pretende conocer la opinión de expertos en comunicación_____

En el caso de la entrevista, esta se llevará a cabo con relación al tiempo que se acuerde con los entrevistados. De igual forma, la entrevista con los especialistas se va a ajustar al lugar que más le convenga de reunión. Consiste en una entrevista a profundidad relacionada al tema de la comunicación_____

Con las entrevistas listas se medirá la percepción de los expertos en comunicación, se averiguará si hay disconformidad con el contenido y los procesos de la página, o si por el contrario se sienten satisfechos con la cobertura_____

El análisis de contenido permite ordenar y clasificar la información para luego medir las calidades del contenido y del proceso antes de las_____

Método de análisis

Para recolectar la información atinente a la_____, se necesita clasificar de manera _____ las publicaciones que proporcione este canal de comunicación. La recolección de información y su debida clasificación se realizará de forma digital debido a que _____ es un medio digital que se encuentra en la web.

Por otra parte, las entrevistas se van a analizar de acuerdo con los objetivos trazados en la investigación, se realizará un cuestionario de preguntas que confirmen y den respuesta a los interrogantes que nacen en los objetivos.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE DATOS

En este capítulo se presentará el análisis de las respuestas dadas en la aplicación de los instrumentos, se mostrarán divididos en cada unidad de análisis descrita en el Capítulo III del Marco Metodológico.

En la muestra, se realizó un focus group con estudiantes de la carrera de periodismo de la universidad, además se entrevistaron periodistas que están ejerciendo la profesión en este momento.

Unidad de análisis 1: Comunicación digital durante el primer semestre de la pandemia de COVID-19.

La comunicación en sí es constante, nunca se detiene, sin embargo, las formas de transmitir un mensaje van cambiando, se conoce que en el pasado era una comunicación solo personal, luego llegó la carta, la radio, televisión, teléfono hasta que se incursionó en el internet y llegando a la actualidad se da el auge de la tecnología con redes sociales.

Bayas (2021) expresa

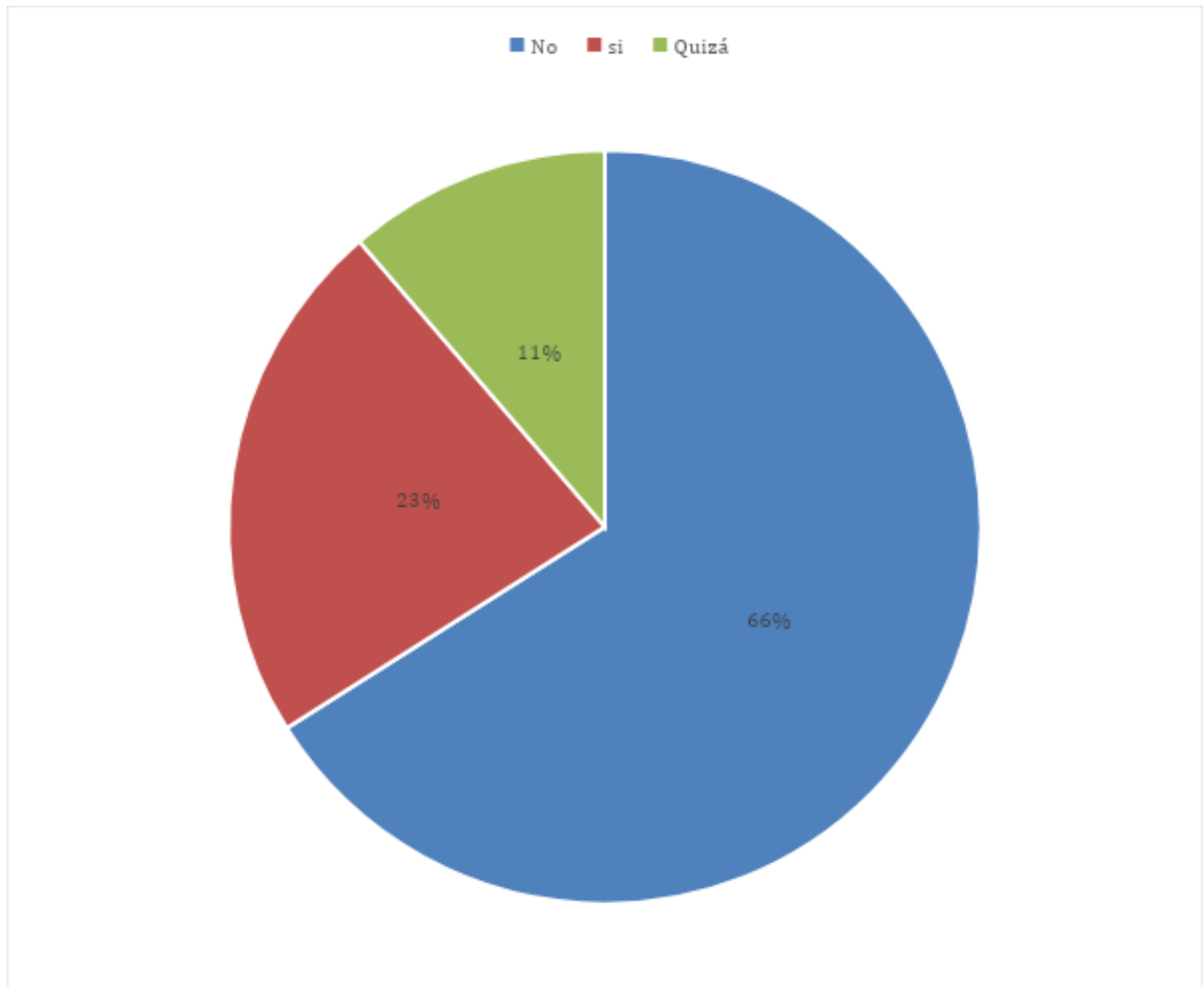
Es importante comprender que la comunicación ha sufrido cambios apresurados debido al acceso a internet y la velocidad con que se produce información, ya sea por medio de textos, fotografías o vídeos. Es así como en este nuevo paradigma, los usuarios de la comunicación —que ya no es vertical ni unidireccional— adquieren un papel protagónico como emisores. La generalización de las TIC ha permitido el acceso a internet por intermedio de computadores y dispositivos móviles, pasando por el rápido aprendizaje de uso por parte de los usuarios, incluso de personas con experticia nula en navegación de internet.

Por lo cual, en la pandemia se evidencia que las redes sociales marcaron una tendencia en la información y desinformación, ya que la gran cantidad de personas tienen accesos a redes

sociales, sin importar la edad, cualquiera puede compartir, opinar, subir contenido y esto hace que la red se vuelva más interactiva.

La información de la Pandemia estaba en los periódicos, televisión, radios y redes sociales, sin embargo, la moda está en la tecnología y redes; se les consultó si utilizan los medios tradicionales para informarse y contestaron:

Ilustración 1 ¿Se informa usted a través de los medios tradicionales?

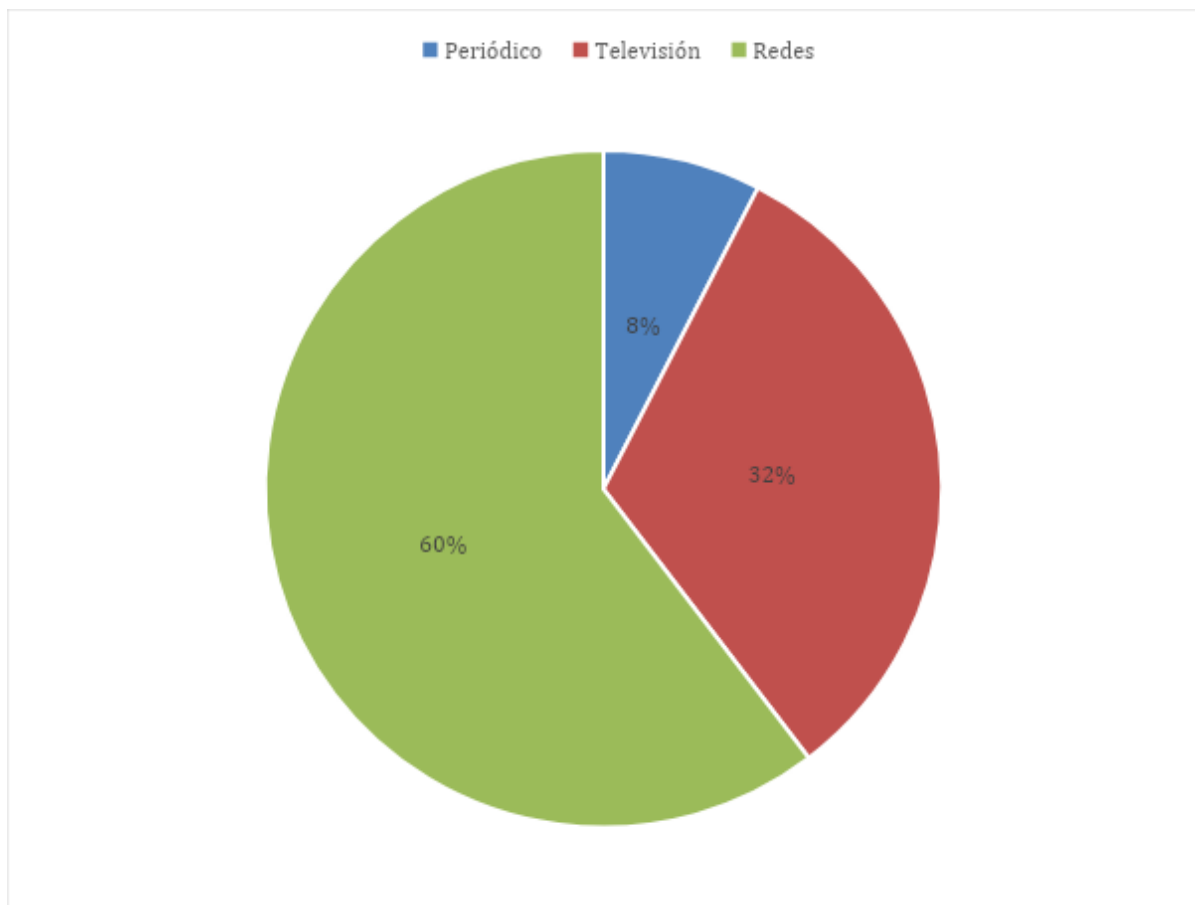


Fuente: Elaboración propia, 2021

Queda evidenciado que el 66% expresa no informarse por medios tradicionales, entendiéndose que es por radio, televisión y periódico, un porcentaje considerable expresa que, si y solo el 11% cita que en algunas ocasiones puede quizá informarse por estos medios, siendo evidente que lo tradicional pasó a segundo plano.

Además, se les preguntó con cual medio se informan frecuentemente, siendo sus respuestas las siguientes, presentadas en el gráfico.

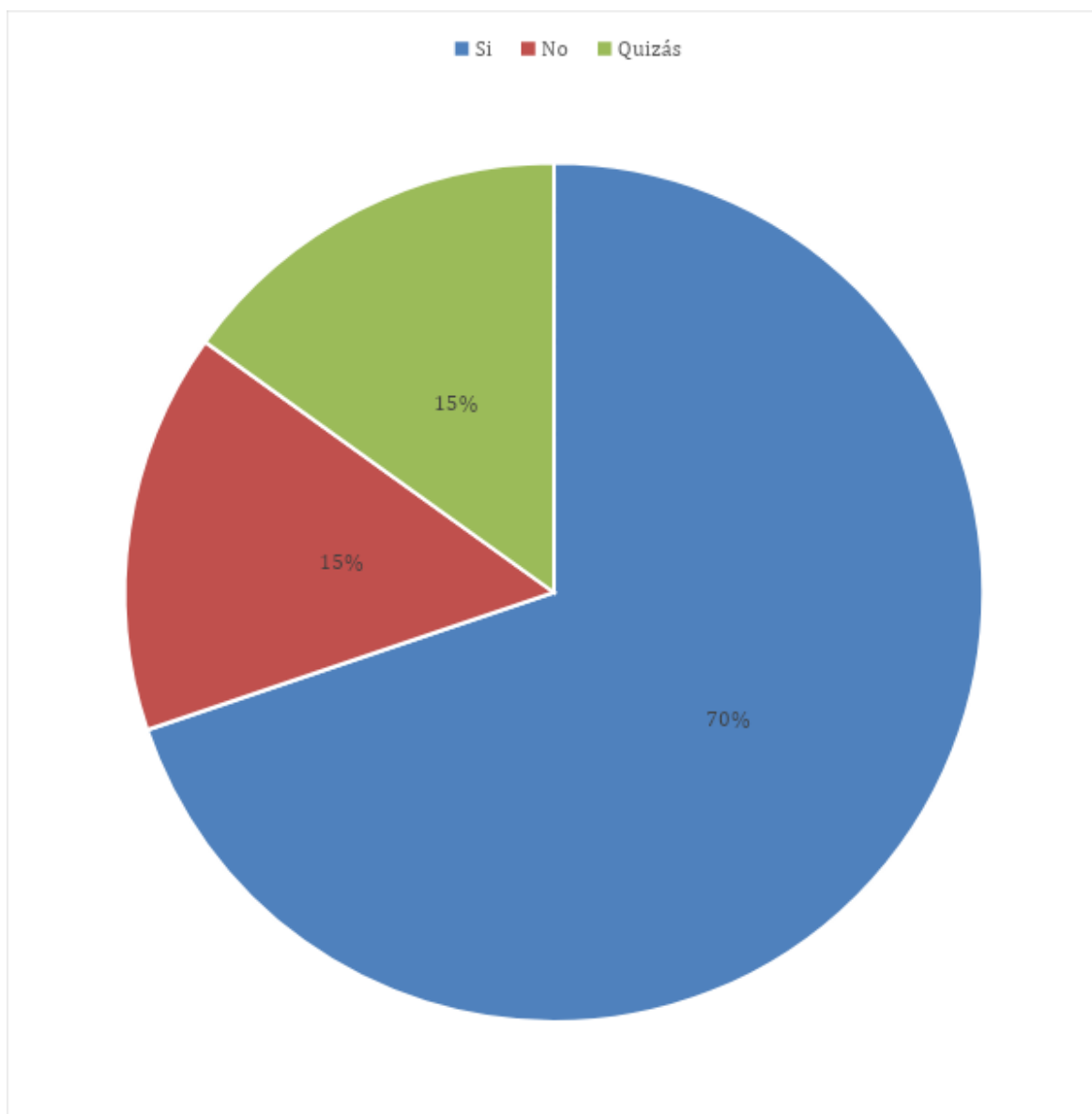
Ilustración 2 ¿Por cuál de estos medios suele informarse con más frecuencia?



Fuente: Elaboración propia, 2021

Es importante consultar para evidenciar que, si se le esté dando uso a las plataformas digitales para informarse, por lo que contestaron.

Ilustración 3 ¿Utiliza usted las plataformas digitales para mantenerse informado?



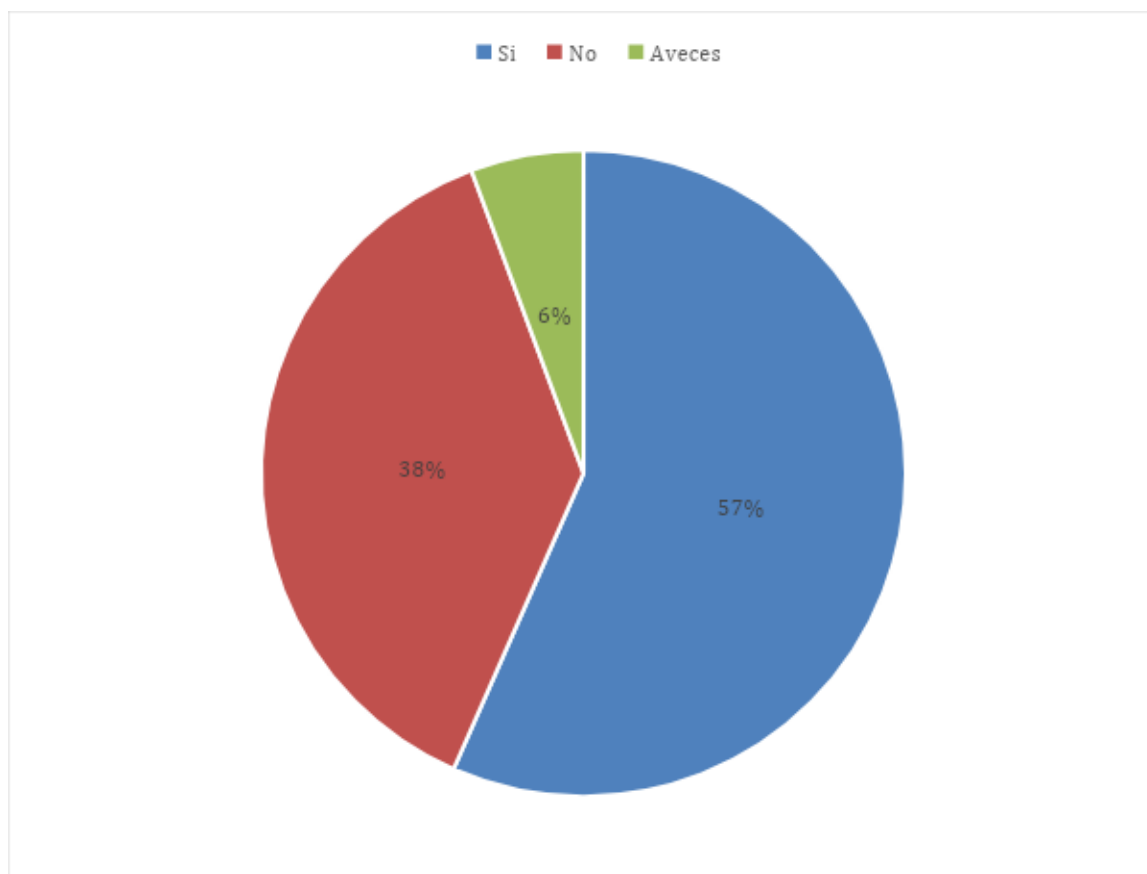
Fuente: Elaboración propia, 2021

El gráfico representa que la mayoría de las personas si las utilizan dando como resultado el 70%, los otros 30% se divide de manera igual en que del todo no lo utilizan y que en ocasiones pueden darle ese uso.

Se recalca que las redes sociales, igual que cualquier otro medio de comunicación a parte de informar y recibir noticias importantes sirven para diversión y entretenimiento.

Una práctica un poco común entre alguna población es solo leer títulos de las notas, sin ingresar a leer de una manera completa toda la información, esto se les consultó y sus respuestas fueron:

Ilustración 4 ¿A la hora de informarse, lee usted la noticia completa?



Fuente: Elaboración propia, 2021

Se refleja en los resultados una realidad que es lamentable, ya que la lectura no está entre las prioridades de quienes consumen tiempo en las redes sociales y la tecnología en general. El gráfico representa que el 56% expresa que, si leen la noticia completa, sin embargo, el 38% contestó que no lo hace, siendo un número alto, solo un 6% reportó leer en ocasiones.

Siendo la tecnología por medio de la comunicación de redes sociales una herramienta que se puede aprovechar al máximo para una actualización de información constantes, muchos de las personas no lo aprovechan y logran ignorar las noticias relevantes para la actualidad.

En el focus group se les consultó sobre la comunicación en redes, por lo que se analizarán las respuestas de los participantes, es importante conocer la opinión de lo que ellos piensan con respecto a la información digital en la pandemia, por lo que se les consultó ¿Considera que las plataformas de comunicación digital fueron importantes para informar a la población durante la pandemia?

Genesis Castillo

Yo creo que sí han sido fundamental las redes sociales y todas las plataformas digitales en estos tiempos de pandemia. De hecho, muchas comunidades optaron por que como perdieron los trabajos, en el caso mío yo conozco familiares que quitaron el servicio de las cableras entonces ya no se informan por medio de la televisión y sin duda las redes sociales han funcionado mucho, más que todo Facebook. De hecho, es la red social que tiene más usuarios activos aquí en CR entonces siento que ha funcionado mucho.

Luis Estrada

Es importante en tiempos de crisis la información importante debe cubrir y estar al alcance en toda plataforma posible. Eso es parte de lo que se llama democratización de la información no solo el acceso a múltiples plataformas sino también el contenido que por sí solo, todos puedan ser capaces de entenderlo. Entonces considero que sí ha sido fundamental ese aspecto.

Grethel Hodgson

Creo que siempre ha sido importante y ahora en la pandemia ha sido mucho más. Las personas se estaban informando acerca de lo que estaba ocurriendo en el mundo y en el país también a través de las plataformas.

Shairok Moore

Yo considero que ha sido importante porque es mediante esa forma en la que la población se ha informado y ha mantenido a todos al tanto con respecto a todo lo que ha acontecido los avances para la vacunación del COVID, cómo fue su inicio y demás sin embargo si considero que ha sido un tanto contraproducente porque tanto exceso de información ha sido algo que ha mantenido la población confundida porque al principio se decían unas cosas luego se cambiaban versiones, todos los medios decían cosas diferentes entonces eso tenía a la población enredada.

Todos coinciden con la importancia y fundamental que son las redes sociales y las plataformas en general, el alcance que tiene es impresionante y existen canales y páginas de mucha seriedad que dan aportes a las informaciones reales.

Estrada menciona la democratización de la tecnología, por lo que es importante recalcarlo, ya que gracias a eso es que todos tienen acceso a la información a primera mano, se puede decir que, de forma gratuita, aunque hay que resaltar que en el país el pago del Internet es considerable.

En el tema del Covid-19 ha jugado un papel importante, y sigue siendo protagonista en las redes sociales para bien, sin dejar de lado lo que dice Shairok, ya que en algunos puntos ha sido contraproducente ya que por exceso de información las versiones cambiaban, personas con fuentes no confiables hacían publicaciones y eran falsas, aquí es donde salen a reducir las fake news y todas las consecuencias negativas que trajo en la población y siguen dándose casos. Cada uno maneja las redes según su estrategia, sin embargo, muchos comunicadores independientes solo agregan información sin orden, a como la van consiguiendo, por eso como punto importante, en referencia al tiempo de la pandemia se les consultó ¿Si fuese un medio de comunicación cómo hubiese manejado la información en la pandemia?

Génesis Castillo

Es primordial siempre darle la cara social a todo lo que pasa porque no es solo dar datos, decir que hoy hubo tantos casos, o x cantidad de hospitalizados porque la gente ya no le pone atención. Yo estoy segura de que si usted va y le pregunta a la gente cuántos casos hay diarios ya las personas ni siquiera saben porque no ven. Entonces es eso darle un enfoque social ver cómo está afectando actualmente la pandemia, los negocios. Siento que es buscar ese lado social para que las personas vean no solo lo negativo sino lo positivo. hacer reportajes de cosas distintas entonces yo haría eso. De hecho, me gusta mucho el trabajo que hace Edgar Fonseca que en las conferencias de prensa tal vez a muchas personas les aburría porque duraba mucho haciendo las preguntas, pero él siempre pone cosas positivas entonces eso es bueno en estos momentos.

Luis Estrada

Creo que la mejor forma es ir de la mano con la evidencia científica. La nueva era de la información hablando de las plataformas digitales, nos han vendido siempre que hay que estar publicando y publicando yo no creo que haya noticia cada 10 min, no hay una noticia cada 10 minutos. La rigurosidad del contenido tiene que ser el aspecto más importante de un medio de comunión y en un tiempo de tanta incertidumbre creo que la evidencia científica es lo que tiene que predominar a nivel de contenido, ir de la mano con las investigaciones que surja. El desarrollo propiamente del periodismo científico verdad, si bien habiendo mucha incertidumbre cada día se actualiza muchísimo lo que podemos saber hacer del COVID, de la pandemia en general. Entonces yo creo que esa es la pauta que deberían seguir los medios esto donde las cosas se hagan bien y no la necesidad de estar publicando cada 5 minutos porque necesito clics y necesito entradas a mi sitio web.

Grethel Hodgson

Primero verificar la información que se va a publicar que sea de una fuente verdadera porque al final eso es lo que diferencia a cada medio y me gustaría si fuera algún día directora de un medio de comunicación, tener un espacio para desmentir cierta información que ha salido y demás porque es mucha la información falsa que sale quizás no se pueda abarcar toda pero poco a poco se puede llegar a reducir y eso pienso yo que sería una forma positiva de que las personas indaguen un poco más antes de compartir una información que no va a proporcionar nada positivo para los demás.

Shairok Moore

Yo estoy de acuerdo con lo que han mencionado los otros compañeros con respecto a ir de la mano con la paciencia. Si bien es cierto están las fuentes como la ONU, en cada país está el ministerio de Salud. Considero que siempre se debe trabajar con personas que tengan el conocimiento y el buen manejo de la información para poder informar de la mejor manera y no causar ese gran impacto por decir lo que se anda diciendo en los países. No solo está dando tanto la cantidad de personas fallecidas sino también darle ese impacto social como

lo mencionaba Genesis. Es claro y entendible que la salud y vida de una persona es importante pero también es importante cómo ha afectado la economía, los niños de la escuela no es nada más el daño que ocasiona como pandemia en sí sino ha sido un impacto más grande, como el social, educativo. Ha sido bastante trágico lo que ha sucedido debido al COVID.

Jarok Mendoza

Lo primordial sería tener evidencias principalmente científicas, comprobar que es lo que está pasando en caso del COVID. Seguir todas las informaciones que dice la organización mundial de la salud, estar buscando entrevistas con algún experto en epidemiología, farmacología y en este tipo de áreas que puedan explicar un poco acerca de lo que está pasando y lo de la propagación y demás y seguir tomando las medidas del Ministerio de Salud.

Es importante recalcar e informar más allá de datos, claro, estos son una base, pero la sociedad es más importante que eso, hacer un periodismo social hubiese sido indispensable así no se hacía tanta tensión ya que las primeras semanas las personas se guiaban por los números y esto los alteraba, un centro de enfoque en la parte positiva, tratando de olvidar un poco la tensión que estaba viviendo el mundo en general.

Estrada propone un periodismo más científico, menos noticias, pero mejor sustentadas, no pensar en excesivas publicaciones llenas de morbo sino en publicaciones sensatas que informen de verdad, expresa que no todo es like y visitas, claro se debe recalcar que es parte de los ingresos económicos, pero en noticias se debe de tener cuidado con ello.

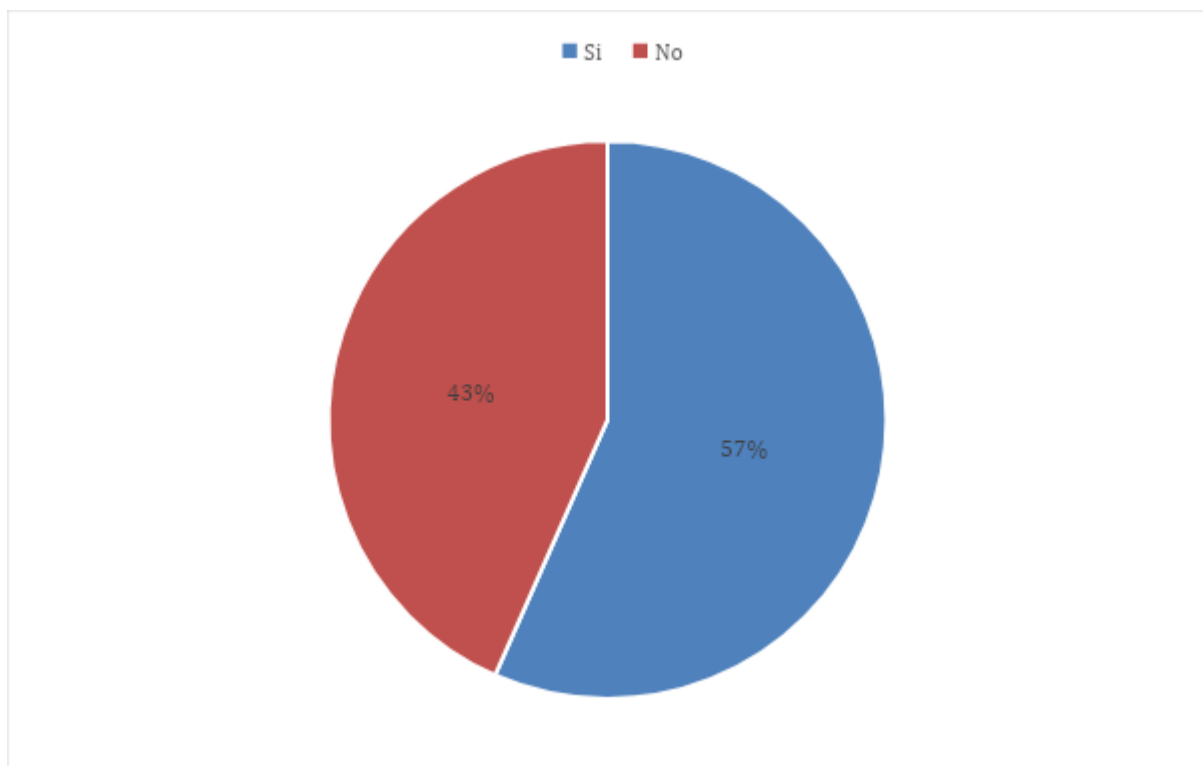
Hodgson expresa que lo primero es revisar fuentes, haría segmentos para evidenciar las fake news que hacen tanto daño y con esto impactar de una manera positiva.

Por lo tanto, todos coinciden en hacer un mejor periodismo, sin dramas y llevándolo de la mano de la parte social, evidenciando lo que en realidad está pasando y no lo que el gobierno diga que va a pasar o cree que está sucediendo. Un periodismo con ojos social, más allá de datos y de publicaciones innecesarias.

Unidad de análisis 2: Manejo de información de los medios

El manejo de información se da dependiendo la perspectiva de cada uno, de la empresa o departamento encargada de la comunicación e información, por lo cual se le consultó a la población algunos temas importantes en referencia a cómo creen que manejaron la información los medios en la pandemia y la confianza que se da en las redes sociales.

Ilustración 5 ¿Cree usted que las redes sociales son una Buena Fuente para informarse?



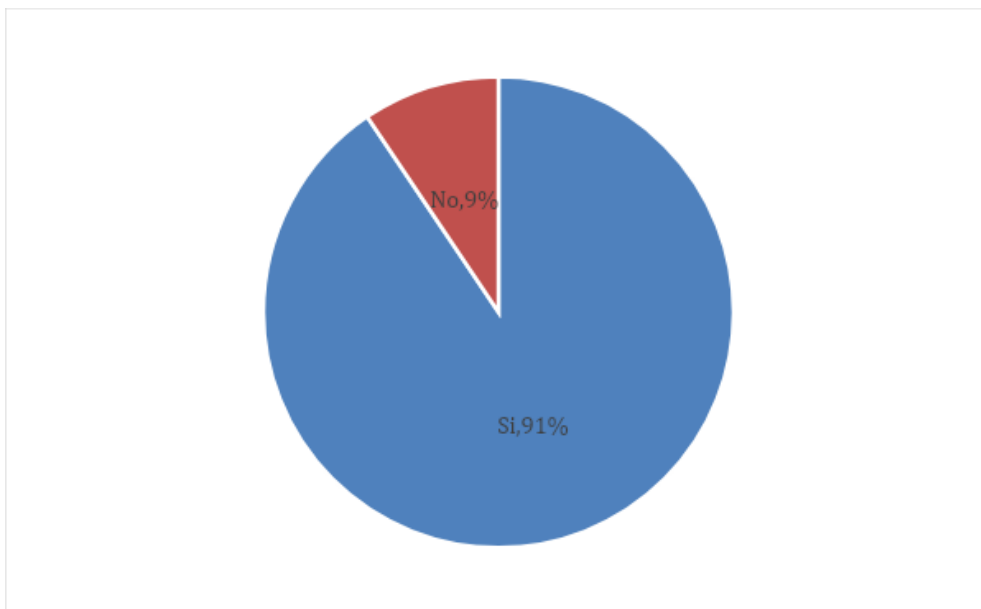
Fuente: Elaboración propia, 2021

Se identifica que el 57% no confían en las redes sociales, sin embargo, un 43% si, esto representa una contradicción ya que en el análisis 1 se refleja que la mayoría de las personas utilizan las redes para informarse y no lo hacen por medios tradicionales.

Expresan no creer en la veracidad de las noticias, pero de la misma manera las consumen, esto refleja una escasez de querer identificar realmente las noticias, ya que si no hay confianza no se debería de consumir y se analiza que sucede todo lo contrario, sin confianza y de la misma manera hay consumo alto de la información de redes.

Esto lleva a analizar si la población conoce realmente los fake news, o porqué es que no tienen confianza en la información de las redes cuando es su casi único medio de información. Saben y están conscientes que no es del todo confiable, pero ¿hacen algo para identificar que sí y qué no?, por lo cual se les consultó sobre el término fake news.

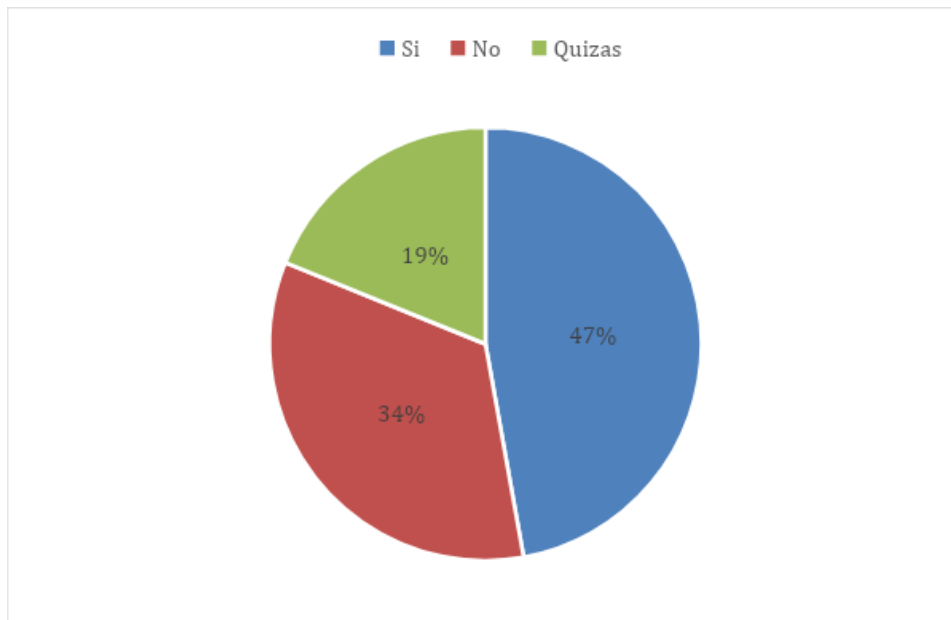
Ilustración 6 ¿Sabe usted lo que significa el término de fake news?



Fuente: Elaboración propia, 2021

Es contundente que la población sí conoce el término, o al menos lo ha escuchado, ya que en los últimos casi 2 años se ha popularizado, sin embargo, no basta con saber el término o no, por lo que es importante saber si identifican las fake news.

Ilustración 7 ¿Sabe usted identificar una fake news?



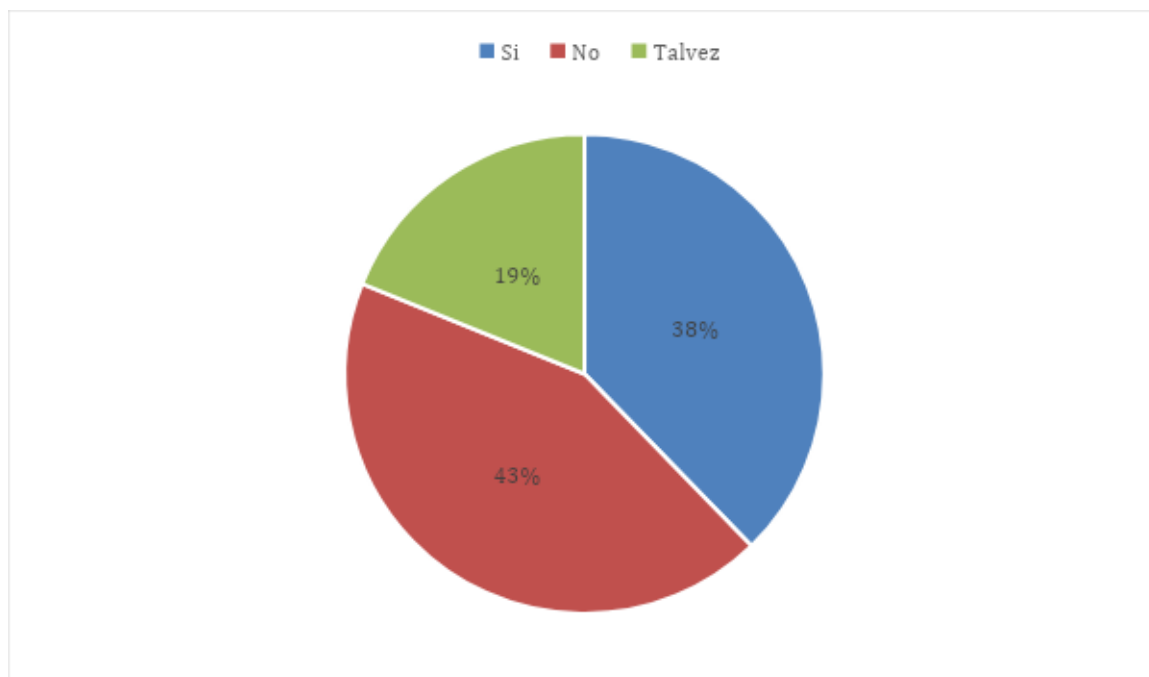
Fuente: elaboración propia, 2021

Se refleja que casi la mitad expresa si identificar una fake news, el 34%, un porcentaje muy alto representa que no identifica las noticias falsas y un 19% que en ocasiones si y otras no las reconoce.

Es más, de la mitad de la muestra que representa el no identificarlas, esto hace que las fake news cumpla su labor estratégica y confunda a la población, la desinforme y como consecuencia hace que al final duden de toda información de la red, que en información relevante tampoco van a creer y trae consecuencias más fuertes.

Al no saber identificar noticias falsas caen en la posibilidad de haber compartido y difundido una publicación de una fuente no confiable, por lo tanto, se les consulta si estaban seguros de que en algún momento leyeron o compartieron una fake news.

Ilustración 8 ¿Ha leído o compartido una fake news?



Fuente: Elaboración propia, 2021

Según lo que dijeron los encuestados, el gráfico representa que el 19% duda de lo que ha compartido, un 43% afirma no haber compartido noticias falsas y el 38% expresa que sí.

En teoría, los que expresan que no, es porque siempre leen la noticia completa, ven sus fuentes y se aseguran de lo que van a compartir, esto refleja que más del 50% comparte publicaciones sin conocer su procedencia, sin leer las notas completas y con dudas de lo que leen.

Además, en el focus group se le preguntaron temas referentes a esta variable por lo que una de ellas es ¿Por qué cree usted que durante la pandemia se generaron muchas fake news?

Luis Estrada

Creo que eso va por la incertidumbre, enfrentarse a lo desconocido y como lo decía Génesis, los nuevos grandes canales de comunicación en este caso las redes sociales, no tienen filtros o son muy pocos los filtros entonces cualquier persona podría poner o afirmar cualquier cosa y esto podría llegar a un amplio espectro de personas que la compartían y se masificaba. También creo que empezó a jugar el sesgo ideológico. Llegó un punto de la pandemia donde se

formaron 2 bandos muy definidos que son los que estaban y creían, apoyaban las restricciones y otros donde creían que el COVID no existía, no a la vacuna, todo este caos que ya conocíamos. Entonces entre un bando y otro principalmente del lado de negación se construyen afirmaciones que no tienen ni pies ni cabeza, noticias falsas que la gente acepta por su sesgo ideológico.

Grethel Hodgson

Durante la pandemia se generaron muchas fake news debido a la incertidumbre de muchas personas, a la desesperación me imagino que querer tener una solución pronta, no es excusa tampoco. Pues una fake news confunde a las personas, pero el hecho de que las personas estaban en su casa en confinamiento y no tenían nada que hacer entonces pienso yo que empezaron a tirar mucha información fuera verdadera o falsa entonces si hay que tener mucho cuidado con respecto a ese tema.

Shairok Moore

Debido a ese gran flujo de información que era algo totalmente nuevo, procedente de un país tan lejano como el nuestro, creo que fue un gran impacto el que tuvo. Las personas veían mucha información que surgía de otros medios de otros países. Normalmente estamos acostumbrados a que, si es una noticia, proveniente de nuestro país y no reconocemos uno de los medios de comunicación que normalmente vemos, ya sea tv, plataforma digital o esos medios en redes sociales, pues uno puede distinguir y tener la certeza de que son ciertos pero otros países mucha gente empezó a compartir sin tener esa seguridad de que lo que estaban compartiendo y difundiendo fue esa información pues verificada y lista para ser difundida

Jarok Mendoza

Bueno con respecto a lo que son las fake news, para nadie es un secreto que eso siempre ha existido desde hace mucho tiempo. ¿Mi punto de vista es más relacionado a como es China, allá es todo un país muy comunista, reservados,

callados, autoritarios e independientes y lo que pasa fue que cuando se propagó toda la pandemia empezamos a especular ciertas cosas a la incertidumbre a ver que es el virus, de qué trata, cómo se contagia, de qué forma? Todas esas preguntas no sabíamos cómo contestarlas entonces qué es lo que pasaba que como dice Shairok agarramos medios internacionales que eran fiables o no fiables y empezábamos a difundir información entonces claramente nosotros nos desinformábamos y no sabemos bien qué es lo que está pasando y eso fue muy marcado al principio de la pandemia. Otra parte es el tema de la desinformación que ahora todos tenemos redes sociales entonces se pueden crear medios digitales una de las causas es que se crean medios disque para informar y lo que buscan es más dañar la sociedad para nadie es un secreto que hay mucha gente que está en contra de la vacuna, piensan que trae un chip, quizás si uno nunca sabe, pero lo que pasa es que generan mucha desinformación y las personas no entienden que es lo que pasa. Siempre hay que buscar en todo lo que nosotros tenemos buscar las fuentes exactas.

Entre lo que expresaron citaron la incertidumbre que había en el momento que inició la pandemia, las fake news si integraron ya que los canales actuales de información como las redes sociales no tienen filtro, y se permite publicar todo lo que las personas quieran, por lo tanto, está la libertad y conciencia de saber lo que se quiera publicar, teniendo en cuenta que puede afectar tanta positiva como negativamente una población.

El que las personas tuvieran mucho tiempo libre al inicio Gracias a las restricciones y el confinamiento hizo que muchas personas usarán ese tiempo para desinformar a los demás, de ponerse en contra del gobierno y la ciencia y lograr dividir una población a nivel mundial.

Las fake news siempre han existido, pero ahora, por la facilidad se logran viralizar de una manera rápida sin capacidad de reacción.

Es relevante conocer además que plataforma creen que es más vulnerable a las fake news por lo tanto se les consultó ¿En qué plataforma cree que se generan más fake news y por qué?

Génesis Castillo

El cuatrimestre anterior hice un trabajo sobre esto para investigación, bueno con otro enfoque, para periodismo investigativo y había entrevistado a Esteban Mora que él es analista digital y me estaba mencionando que Facebook es de las más perjudicadas por esto mismo porque no hay filtros, usted puede publicar lo que sea, y por la cantidad de usuarios activos que hay en Costa Rica. También considero que la otra es WhatsApp más que todo porque se han ido mandando muchos videos como lo decía Jarok, de hecho, en WhatsApp se veía mucho lo del chip, que me pongo una llave, una moneda entonces siento que son las 2 redes sociales que más influyen, pero la primera es Facebook.

Luis Estrada

Si estoy de acuerdo, Facebook no es solo la red social con usuarios más activos sino también hay que comprender el perfil de esos usuarios. A qué grupo etnológico, rangos de edades y cómo esto influye en el consumo de noticias falsas. También siento que WhatsApp es una red que se presta mucho para compartir cualquier información verificada o no y también considero que el auge de grupos en Telegram porque ahora que las redes sociales están teniendo especial atención en bloquear contenido anticientífico o conspiranoico con esto del COVID se han abierto grupos de Telegram en donde la gente puede unirse para conseguir este tipo de contenido sin que baneen nada, sin que les cierren nada sin que haya ningún tipo de control, creo que estas 3 han sido las principales herramientas con las cuales las fake news han ido viajando.

Grethel Hodgson

Yo diría que en Facebook concuerdo con todos mis compañeros y lo creo porque es una plataforma popular aquí en costa rica y cualquier persona puede tener acceso a crearse un perfil y lo digo porque también hay personas menores de edad que cuando se registran pueden poner que son mayores entonces no hay tanto control con esta plataforma como lo puede haber con otras entonces si

pienso que esto contribuye mucho a la desinformación porque se van replicando información falsa y va llegando a más y más personas.

Shairok Moore

Yo considero que la plataforma en la que más se han dado los fakes news en estos momentos sería Facebook porque siento que es una plataforma en la que todo el mundo tiene acceso y a pesar de que tiene filtros de contenido no son filtros tan estrictos y la información se puede publicar, pero pasan por el filtro estando ya publicadas. Entonces siento que esa ha sido la plataforma de poder publicar muchas cosas sin tener la veracidad necesaria.

Jarok Mendoza

La que predomina más es Facebook definitivamente, se refleja siempre es la que se puede compartir absolutamente todo inclusive contenidos exclusivos para mayores de edad. Es increíble que hay políticas que ciertas cosas no se permiten, pero cómo es posible que las noticias se puedan difundir sin tan siquiera ser revisadas o verificadas y la otra que también predomina es WhatsApp como dijo Génesis ahí es como difundieron la información y lamentablemente no hay algo que pueda regular ese tipo de cosas.

Según expresan, Facebook en la actualidad es la aplicación con más descargas y usada en Costa Rica, logrando que los usuarios consuman el contenido de esta Red, por lo tanto, al no tener filtros se cree que es la más propensa, más que la usan personas de todas las edades, para diversión, trabajo, información y demás.

WhatsApp ha logrado crear cadenas grandes de desinformación, ya que se han visto vídeos, audios, imágenes y hasta mensajes escritos desinformando a la población, lo más relevante es que son los mismos usuarios sin saber de dónde proviene sólo le dan compartir a todos sus contactos y grupos.

La información y contenido que se comparte no es verificada, sólo la ven, se asustan, y logran alarmar a los demás.

Las personas que están en contra de las acciones tomadas se han encargado de hacer contenido que sea visible, llamativo que logre entrar en las redes de las personas y así mismo

compartirla ya que crean un sentimiento de miedo y las personas sienten la necesidad de compartirlo, o la otra parte que no se informa de redes sociales y cree todo lo que le dicen sin fundamento.

Porqué las personas creen las fake news, existen bastantes motivos, pero en este momento se les consulta si, ¿Considera que el hablar tanto de COVID en las noticias creó un pánico en las personas al punto de llevarlos a creer en fake news?

Génesis Castillo

Este bombardeo ha afectado la parte emocional y el desinterés no solo en las notas de medios nacionales. Han bajado la interacción porque antes ponían que hubo 200 casos diarios y la gente interactuaba un montón y se sorprendían. Ahora, puede que haya 500 casos diarios y ya las personas no comentan ni dicen nada. Siento que las personas ya están cansadas. Es importante que se esté dando la información, pero como la cobertura no fue la mejor, las personas no se interesan en buscar información con el COVID.

Luis Estrada

Las veces que contesto esta pregunta doy este ejemplo. Yo tengo una primita que tiene 4 años y que ve noticias, es rarísimo jaja pero le encanta ver noticias y recuerdo en cierto punto de la pandemia, estaban las noticias y se daban las cifras y noticias del COVID y la chiquita ya se obstinaba y se iba entonces si le pasa a una niña de 4 años que tiene todavía un contexto muy separado de las cosas como no le va a pasar a una persona ya adulta pero sí más grande y con un sentido más amplio del contexto como no le va a suceder también y a un grado mayor. Los medios no supieron evitar el monotema, refieras de hablar de un solo tema. El exceso de información también genera contradicciones dentro de él y al suceder esto la gente va a buscar alternativas a nueva información, aunque exista aquí es donde entra el tema de las fakes news entonces si es secuencial, todo afecta todo. Sí, se manejó mal esa sobre oferta informativa.

Grethel Hodgson

Puede llegar a generar desinterés, leer contenido, también la influencia que tienen los medios de comunicación sobre la población es un poder grande que tiene como en la salud mental y física se llegan a enfermar de ver tantas noticias falsas y que llega a replicar que cierto medio casero puede eliminar el COVID entonces ellos mismos los empiezan a replicar con otras personas, familiares por eso se va creando una tendencia bastante errónea. Si genera mucho desinterés a tal grado que ya dejan de ver noticias o lo que tenga que ver con COVID no lo leen.

Shairok Moore

La interacción de las personas a veces puede ser contraproducente porque a veces veo una noticia y veo los comentarios, y veo cosas que comentan la gente, se van creando ciertas ideologías porque ven más personal y cercana la opinión de una persona en un comentario que la que puede obtener leyendo realmente la noticia en sí, viendo a ver dónde pueden encontrar información certera entonces siento que eso es lo que ha afectado.

Jarok Mendoza

Como lo dijo Grettel principalmente afecta la salud emocional de la persona, porque como le digo a mí me estresa ver todo el día las noticias, cuántos casos, es muy tedioso y yo siento que no debería ya de seguir dando ese tipo de información. Más que suficiente compartir y difundir la imagen que publica el Ministerio de Salud de las cifras y demás siento que no es necesario hacer todo el drama en los medios tradicionales y en el caso de las fake news, si sucede que tal señor le dijo a la mamá de fulanita, que no que es bueno para el COVID tomar tal jarabe entonces si siento que, si se aprovecha del exceso de información, el provocar o comentar cierto de cosas que generan algún tipo de información.

Al inicio de la pandemia, aparte de la afectación física la psicología del ser humano tuvo un chok, al cambiar drásticamente su vida, su cotidianidad, por lo que la vulnerabilidad era más eminente.

El creer cualquier información al principio afectaba, ya que al darse un bombardeo de notas de todo lado las personas decidieron no darle la importancia por lo que las noticias reales también se afectaban ya que no llegaban a toda la población.

Al darse tanta información las personas se cansaron y por su paz mental poco a poco fueron dejando de lado las informaciones importantes y llegaron a utilizar las redes solo para diversión.

No es solo ver lo malo o lo negativo, es también, proponer y ayudar entre todos mejorar lo que se está haciendo mal, así mismo se les consultó ¿Si usted fuera un medio de comunicación, cuáles herramientas pondría en práctica para detectar y disminuir las noticias falsas?

Génesis Castillo

Al revisar no confiar en todas las personas que le pasan información siempre asegurarse, tener esa identidad como medio de comunicación de inculcarle a los periodistas que siempre vayan a verificar todo que no consulten solo una fuente y que tengan ese equilibrio de solo buscar 2 partes o dos caras de la moneda.

Luis Estrada

Que complicado, verdad, porque parar los fake news es difícil, pero si se puede minimizar su impacto. Hubo algo que dijo Génesis que yo también lo pienso y es super importante y valioso, la identidad como medio de comunicación. Si como medio de comunicación tenés una identidad forjada en la excelencia periodística en la calidad del contenido ya de por sí quien llegue a trabajar ahí va a tener eso en cuenta y sus filtros van a ser más rigurosos eso de la identidad del medio es muy importante, aplican filtros rigurosos de comprobación, actualización. Incluso también que es una costumbre y un valor que se ha

perdido en el medio de comunicación que es poder decir nos equivocamos al dar esta información lo que se llama una fe de erratas. Ya los medios no lo hacen porque siento que temen, cuidan más la reputación que tienen que la información que pueden dar entonces mal. La identidad de la excelencia es muy importante para disminuir el impacto de las fake news.

Grethel Hodgson

Coincido con todos. Fuentes confiables y revisar la información que me están brindando porque al final si la afirmación que estoy publicando como medio de comunicación está bien, la gente va a querer seguir confiando en el medio y seguir informándose con el medio digital. Esto va a generar que como periodistas queramos seguir adquiriendo conocimientos de temas delicados del COVID y todo lo que ha generado la pandemia.

Shairok Moore

Buscaría la forma de crear un vínculo de medios en el cual no se basen en primicias sino más bien en informar en conjunto y así quitarles validez y fama a los medios falsos

Jarok Mendoza

Concuerdo con Genesis, una de las herramientas es primero verificar las fuentes siempre hay que decirle eso a todos los periodistas, a todos se nos ha dicho. Buscar toda la información en las páginas oficiales siento que esto es similar a lo que dije en la respuesta pasada siempre hay que buscar eso por más confianza que le tenga a una persona nunca confíe en ella, en la información siempre hay que verificar todo.

Lo indispensable es buscar la fuente real, llegar hasta el fondo de donde salió la noticia, el estar llevando formación nueva a los periodistas es indispensable para así crear estrategias nuevas para identificar las fake news.

La identidad como medio de comunicación es indispensable, lograr credibilidad y estar atentos para que un fake news minimice el impacto, ni se puede detener, pero se puede contrarrestar con la noticia verdadera.

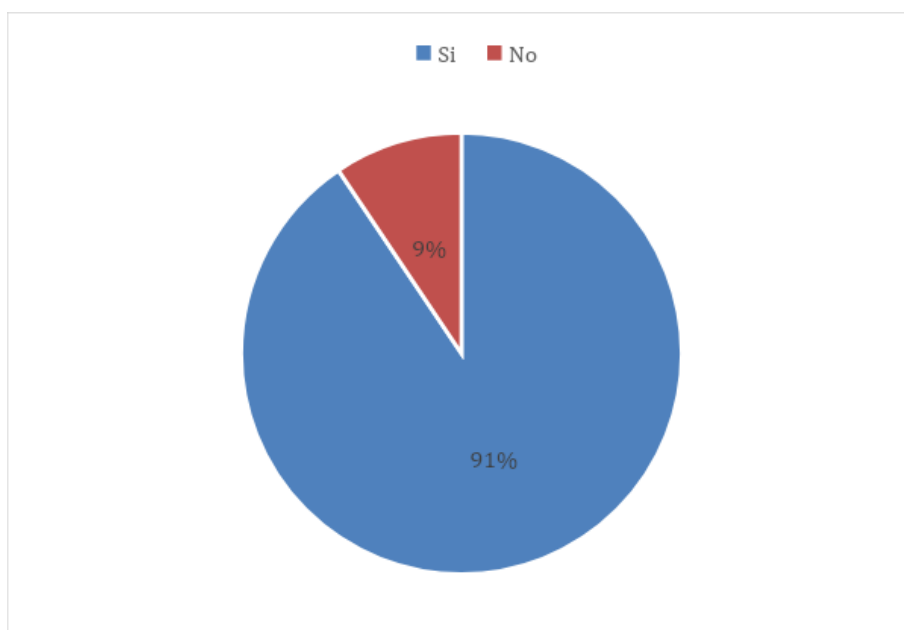
Lograr una unión de medios, en donde no sea una competencia sino una organización en pro de la comunicación, trabajar en equipo para que los grandes beneficiados sean la población y además la credibilidad de los noticieros.

Unidad de análisis 3: Impacto que generó las noticias falsas

Toda información falsa trae consecuencias en el momento y en el futuro, por lo que es importante analizar este punto.

Que tanto auge se dio en las fake news durante la pandemia, por lo que se les consultó ¿Considera usted que las noticias falsas tomaron más auge después de la pandemia?

Ilustración 9 ¿Considera usted que las noticias falsas tomaron más auge después de la pandemia?

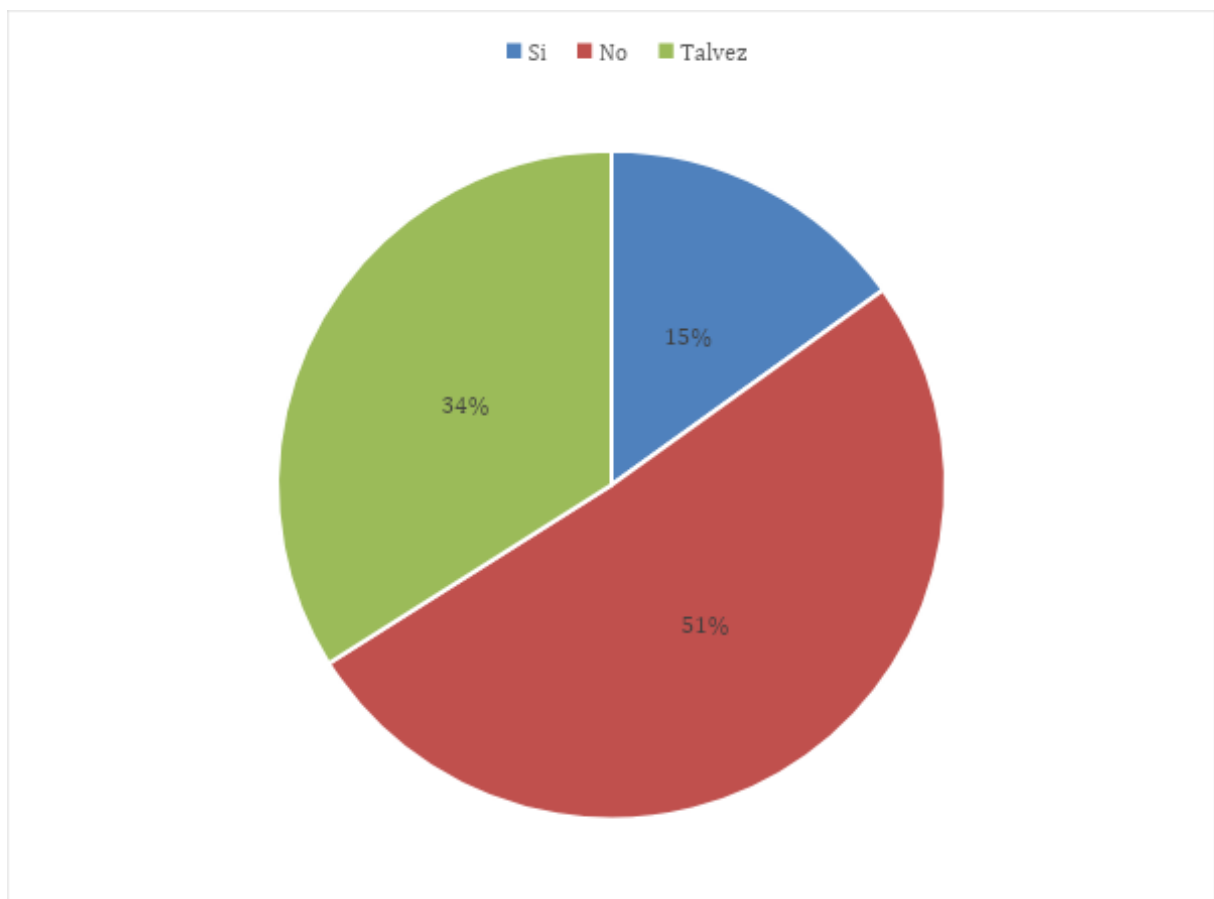


Fuente: Elaboración propia, 2021

En evidencia queda que de las 58 personas entrevistadas el 91% representa que, si tienen la opinión de que las noticias falsas aumentaron en el inicio de la pandemia y el 9% expresa que, siendo este un porcentaje muy bajo.

La influencia de las fake news es importante tenerla clara, ya que se debe de estar atentos para detectar cuando se encuentra con una y así no seguir haciendo daño, a los encuestados se les preguntó ¿Cree usted que las noticias falsas pueden influir a que los medios de comunicación tradicionales desaparezcan en algún momento?

Ilustración 10 ¿Cree usted que las noticias falsas pueden influir a que los medios de comunicación tradicionales desaparezcan en algún momento?



Fuente: Elaboración propia, 2021

El gráfico expresa que el 51% no está de acuerdo con que las noticias falsas influyen en los medios tradicionales, ya que la mayoría de fake news se dan directamente en la red y no en un medio profesional, ya que en el medio tienen reglas y ética, una de ellas y la más

importante es corroborar la información para no desinformar. El 34% expresa que si pueden tener afectación y un 15% dudan entre sí o no.

Como se mencionó anteriormente, no solo la salud física se vio afectada, sino la emocional e integral de las personas, por lo que en el focus group se habló de este tema preguntándoles ¿Qué consecuencias cree usted que trajeron las fake news a la salud mental de las personas?

Génesis Castillo

Yo creo que ha afectado muchísimo tanto la parte de la salud física como la mental. Y no solo en los adultos sino los niños se han visto afectados y han sido de los más perjudicados porque no han tenido un desarrollo integral de la niñez y también los adolescentes por todo este tema de la pandemia. Hay que irse adaptando a los nuevos cambios, pero también a veces se hace más complicado cuando hay mucho bombardeo de noticias falsas.

Luis Estrada

Eso que dijo Jarok sobre que las personas ya no se saludaban, eso es importantísimo... Somos seres sociales por naturaleza una de las principales afecciones de las personas en su salud es reprimir ese ser en sociedad. Eso afectó y sigue afectando a muchas personas y ese aspecto lo rescato como algo importantísimo que ha sucedido. Una de las principales consecuencias de la pandemia es la salud mental. ¿La supresión de un ser social y en cuanto a las fakes news voy a dar un panorama muy generalista como ha afectado las fake news en el contexto general? Que sigamos más tiempo en esta crisis. Siento que entre más fake news, más escepticismo hay, más dudas, incertidumbre se crea entonces esto alarga el tiempo de crisis.

Grethel Hodgson

La salud mental es desinterés, llegar a un grado de no querer saber nada de la pandemia, enfermedades. Una inestabilidad emocional, miedo, pánico a querer

salir de mi casa y poderse contagiar. El hecho de estar encerrada y que nadie llegue ni con protocolos entonces pienso que la salud emocional es un todo y si está mal entonces mi salud física también puede estar y las personas con las que estoy en mi círculo se pueden ver afectadas o beneficiadas.

Jarok Mendoza

Trae muchas consecuencias en caso a la salud mental como digo Grettel principalmente el exceso de información puede traer pánico, angustia, depresión eso ahorita es como otra pandemia. Todo eso puede afectar y generar problemas de salud a las personas y trae consecuencias como depresión, angustias. La gente se encerró, estaban atemorizados. Está bien que sigamos los protocolos del Ministerio de Salud, pero llegó un punto en que nadie quería hacer nada, ni saludarse y siento que eso está mal y también es a causa de la información de que a uno lo acongoja, saber que si me contagio me puedo morir. Siento que lo primordial es una salud mental muy estable.

Las consecuencias son a nivel general, no excluye edades, sin embargo, los niños al cortar su desarrollo y vida cotidiana a nivel social incluyendo la educación y el compartir con sus amigos, logra un impacto mayor que es importante tratar para evitar consecuencias fuertes en el futuro a nivel psicológico.

El tener la presión de no tener contacto con los demás es un punto fuerte para la mente, ya que el sistema antes nos instaba a saludar, ser cordiales, dar la mano, demostrar afecto y que esto lo cortaran de un pronto a otro es un rol por cambiar fuerte a nivel de la sociedad.

La inestabilidad emocional en donde llegó el pánico y el miedo se inundó en todas las casas del país es una realidad que no se puede ignorar, no se puede creer que eso no trajo consecuencias fuertes en la psicología de las personas.

Unidad de análisis 4: Percepción de un periodista con experiencia

Es importante tener en cuenta la opinión de profesionales que vivieron la experiencia de estos temas en el proceso del inicio de la pandemia, se entrevistaron 5 periodistas para conocer su opinión y perspectiva sobre la ola de fake news en el período de la pandemia.

Para iniciar es importante conocer la opinión de lo que causaron las fake news según ellos por lo que se les consultó ¿Cuál considera usted que ha sido el detonante para que las fake news se hayan viralizado al punto que lo están hoy en día?

Jerry Alfaro

Bueno es evidente que alrededor de los temas de interés periodístico y sobre todo aquellos temas de mucha relevancia porque usted no verá fake news con temas que son de poco impacto generalmente son temas de alta relevancia que siempre hay personas que están a favor y en contra, como en cualquier cosa de la vida, siempre hay gente a favor y gente en contra, lo que pasa es que antes no existía digamos o no tenía la posibilidad de poder viralizar, de poder filtrar, de poder hacerse sentir con esas posiciones equivocadas en la mayor parte de los casos, entonces diay no pasaba nada verdad, ahora con toda la digitalización de internet que es poderosísimo y que ha propiciado la ampliación de muchísimas páginas, supuestamente informativas.

David Castillo

Los fake news no debe ser entendido solamente como aquel que lo genera una persona que no es periodista, un fake news también lo pueden hacer los

periodistas, pero realmente conformen ha ido creciendo la evolución de la digitalización de la información eso ha provocado que los fake news se visualice y que al hacerlo provoque que le llegue a muchísimas más personas porque es contenido fácil de compartir, en redes sociales, WhatsApp, audios videos, entonces realmente se vuelven muy sencillo de compartir.

Oscar Marín

Lo que ha desarrollado o intensificado la velocidad ha sido lo fácil que se tornan las nuevas redes sociales para difundir la información. La agilidad con la que uno puede compartir la información de interés. Antes teníamos que esperar al día siguiente a que una noticia fuera curada a través de un medio para recibir la información. Eso ha sido el detonante más grande que con la sociedad de la tecnología y la información ya nosotros no tenemos que esperar a que alguien nos cree valor a través de darnos una noticia sino que nosotros la podemos buscar por nuestras propias maneras, y lo que ha intensificado esto es que a la información tener más facilidad de llegar a la gente y de transición eso intensifica mucho a que la gente tomó como palabra intentar dar noticias actualizadas o pasar de primera mano la información sin curarla debidamente sin verificarla. Solo se traspasa a través de WhatsApp entre otras redes que se han ido adjudicando formatos noticiosos. Twitter es por excelencia el medio en el que lamentablemente por información no confirmada la gente cae más en viralización de fake news.

Andrea Mora

Que las fake news son más entretenidas siempre, por ejemplo; el caso que pasó en Costa Rica hace poco de los Pandora Papers, donde un periodista en Univisión se equivocó y mencionó que entre los presidentes implicados estaba Carlos Alvarado y él se equivocó porque no estaba implicado, primero es carnosos porque todo el mundo dice que Carlos Alvarado está implicado, Costa Rica fue trending topic en Twitter y no estaba implicado pero el hecho de que alguien lo mencione ahí hace que sea interesante, que la gente lo llame y le dé clic, al día siguiente este periodista se disculpa, la presidencia de Costa Rica le

envía un mensaje, le pide una rectificación pública que diga que Carlos efectivamente no está involucrado y la nota también sale, evidentemente la segunda nota no fue tan entretenida, no tuvo tanto movimiento y probablemente haya gente que cree todavía que el presidente está involucrado en los Pandora Papers cuando no lo está porque además una cosa que tienen los fake news es que confirman o caen en el sesgo de confirmación, por ejemplo; yo Andrea creo que todos los políticos son corruptos, si a mí me dicen que un político es corrupto., yo digo si de fijo todos son corruptos, entonces si a mí llegan y me dicen, su diputado es un corrupto mi cabeza va a decir que todos los diputados son corruptos y yo voy a decir, si de fijo todos lo son, es la típica falacia y como la gente cae en esos sesgo de confirmación porque el fake news responde a aquello que él sí cree que pasa ya la gente dice que sí, luego cuando te dicen que no ya no te interesa tanto y prefieres creerte lo que te creíste al inicio, entonces eso es como uno de los mayores riesgos que tiene.

El año pasado me acuerdo que pasaba mucho cuando mandaban aquellos audios de WhatsApp diciendo que ya íbamos para alerta roja y que ya iban a cerrarlo todo y que no íbamos a poder hacer otra cosa más que ir al super como estaban en España, era una noticia tan importante que la gente quería creerlo y la gente compartía la información a pesar de que era falsa, porque la gente dice si, de fijo va a pasar eso porque este virus nos va a matar a todos entonces de fijo si van a declarar alerta roja y no vamos a poder salir de la casa, ya después cuando te dicen que no, el cerebro si prefiere quedarse con lo más interesante y eso es uno de los grandes temas que tienen los fake news que son interesantes, pero eso no quiere decir que sean ciertos y generan clics por supuesto.

Andrés Ramírez

Ok, para mí uno de los detonantes de las fake news son las redes sociales verdad, ahí incluyo medios digitales que no necesariamente son medios de comunicación serios o profesionales y esto evidentemente que hace que pululen digamos páginas que no tengan digamos unas bases sólidas de información que no lleven digamos la noticia comprobada o corroborada sino que esté basada en puras opiniones que van circulando a través de las redes sociales y que muchas

personas creen más lo que les llega a través de esas redes sociales que la información corroborada por un periodista profesional, por ejemplo.

Es relevante resaltar que todos coinciden. Gracias a la exposición que hay hoy en día en la tecnología y redes sociales, eso hace que la proyección sea mejor y además las herramientas son más sencillas para hacer daño y crear beneficios en otros.

Alfaro confirma que el Internet es poderoso y que se han creado páginas "supuestamente informativas" para lograr atraer usuarios y desinformar, además resalta que las fake news siempre salen en temas importantes y relevantes para las personas por lo cual hay gente poderosa e inteligente detrás de ellas.

Castillo confirma que no sólo los comunicadores y usuarios ciudadanos son los que promueven, muchas veces los mismos periodistas lo hacen con o sin culpa, sin embargo, crea opiniones y desinformación.

Mora recalca que una fake news es entretenida, provoca morbo y crea espacios en donde las personas opinan tengan o no razón, aunque se haga una nota aclaratoria ya el daño está y la fake news cumplió su propósito, ser consumida, leída y viralizada.

Se deben de crear herramientas, espacios o una estrategia para disminuir las Fake news, es importante conocer desde la opinión profesional que propuestas pueden realizar, así mismo se les consultó: La facilidad y acceso que tienen las personas hoy en día ha sido una de las principales razones para que las fake news se vuelvan cada día más potentes, entonces, ¿Cómo considera usted que esto puede disminuir?

Jerry Alfaro

Yo creo que en la medida que nosotros como periodistas hagamos trabajos de calidad, mejoramos en calidad, yo creo que en esa medida la gente va a tener que darse cuenta que la mejor información y la información más confiable la va a encontrar en los medios serios, y cuando yo hablo de medios serios, no es la televisión, la radio y los periódicos solamente, el consumidor que no se sienta

en la sala de su casa a ver televisión, que no compra el periódico, que no escucha los noticieros en la radio, ese va a buscar la información en su celular o en su Tablet o computadora, ese consumidor va a tener que empezar a diferenciar cuáles sitios visita para obtener información confiable, pero eso es responsabilidad a final de cuentas de nosotros los periodistas, si nosotros por ejemplo empezamos a reproducir, a ser simple reproductores de lo que nos encontramos en internet sin verificar la fuente por no buscar a los especialistas, las voces oficiales, buscar documentos que nos ayuden a confirmar lo que nos dicen las fuentes, a triangular la información con diversidad de fuentes, yo creo que la medida que si nosotros no hacemos eso evidentemente también estamos ayudando a la desinformación, yo creo que ahí el receptor del mensaje, en este caso la audiencia va poco a poco dándose cuenta y diferenciando donde si puede obtener información fiable y donde no la tienen, pero eso es un procesos y es un proceso que ya está en camino que creo que los medios ya están en camino, que también hemos logrado entender que necesitamos plataformas informativas también rigurosas, serias y de calidad para que la gente logre informarse de forma correcta, por ejemplo yo ahora estoy viendo mucho esfuerzos en medios como La nación que tiene una sección que se llama “No coma cuento”, donde precisamente ellos a través del buen periodismo descalifican las informaciones o las fake news que pululan en las redes sociales.

David Castillo

Realmente para disminuirlo hay varios factores, no solamente es un factor periodístico, desde el punto de vista periodístico creo que los periodistas debemos ser más cuidadosos en el tipo de información que estamos presentando, es decir que corroboramos, porque en muchas ocasiones como te decía en muchas ocasiones un fake news puede salir hasta de la misma prensa, entonces que corroboremos las fuentes, que nos apeguemos a los valores periodísticos que realmente sea información clara, concisa, detallada, con fuentes de credibilidad, confiables que tengan un peso y que sean la voz dentro del tema que se está analizando, pero no solamente va a partir de allí sino que

también en la usabilidad y el acceso a la información que se le da a las personas que acceden a internet.

Recordemos que fake news como término, nos referimos a noticias, pero realmente a nivel digital hay muchísima información falsa no solamente noticias, sino que también otra información que es falsa entonces aquí es donde la educación que tienen las personas que no solamente proviene de cómo presentar esa información, sino que proviene realmente del tipo de acceso que le estamos dando.

Oscar Marín

Positivo diría yo se ha mencionado, de hecho creo que Reuters que es un instituto especializado en cuantificar información sobre periodismo habían delimitado que ya uno de las tendencias más importantes de periodismo para este año y venideras van relacionados a todos el concepto de suscripciones digitales a 5 g inteligencia artificial pero sobre todo más afianzado a la parte de la lucha contra los fake news entonces la transparencia, que la gente se sienta segura través de un medio periodístico y la información que comparte hace que se pueda volver una fortaleza. Estamos hablando de que columnas como no coma cuento, investigación especializada para hacer esa corroboración de data. Ahorita que estamos cercanos al proceso de elecciones nacionales, la verificación de fake news de data falsa se hace en vivo en muchos debates y cuestiones de estas entonces esto va ampliado al mercado para los periodistas haciendo un filtro basado en esta tendencia verdad que sería como los medios cada vez van a adoptar modelos para evitar la replicación de fake news y no caer en este tipo de acontecimientos con tal de tener una primicia que creen procesos y sistema de control de calidad que desde un medio salga información que puede ser o no confirmada o con algún tipo de variable entonces hay oportunidades de empleo, mejora de procesos dentro de empresas definitivamente es algo muy bueno que se ve pero así como hay cosas positivas tiene rangos negativos. Los medios que caigan en modelos de noticias falsas inclusive los periodistas que lo hacen o recurren a este tipo de acontecimientos pierden mucho su credibilidad y por ende parte de las bases fundamentales del ejercicio profesional y de ahí

también toda la gente que por la circulación o lo agilizada que es la circulación de noticias cae en estas desfachatez que acaba replicando información que nos llega por WhatsApp sin tener debidamente verificadas las fuentes o sin corroborar mucho esta información. Ha facilitado el trabajo para los periodistas, pero también los ha metido en fuentes o círculos de transición de información donde las cosas no están tan debidamente culpadas.

Andrea Mora

Porque en la era de la información en la que estamos es super fácil compartirlas, super fácil de hacer, compartir porque, por ejemplo, va de nuevo el tema de la pandora papers, para hacerte una nota que explique todo el tema de la pandora papers duras dos años de investigaciones, tenés que pagarle un montón a un periodista para que revise centenares de miles de documentos que contraste todo, en cambio para hacer un fake news dura tres segundos, copias, pegas, haces viral y ya. Yo de hecho tengo conocimientos, cuando todavía no lo llamábamos fake news, era apenas algo que pasaba de que campañas electorales costarricenses se les ha pagado a un diseñador para que agarrara titulares y pusiera otra cosa entonces a la gente se le mandaba el pantallazo de la nota de la nación por ejemplo y el titular estaba cambiado, eso pasa y lo único que tienes que hacer es mandar un WhatsApp, compartir un post en Facebook, mandar un DM por Instagram y eso es muchísimo más fácil que pagarle a alguien que te haga un buen brete de periodismo de investigativo o que tarde un rato haciéndote una nota decente.

Andrés Ramírez

Bueno ese es otro factor, digamos yo no lo pongo como un detonante, para mí el detonante es redes sociales y la libertad que tiene la gente de acceder y escribir lo que quiere, pero si lo coloco como un factor el tema de pérdida de credibilidad en algunos medios tradiciones verdad, que vamos a ver los medios tradicionales deben de tener media culpa en esto, deberían hacer conciencia de que se hizo mal para que algunas personas no crean la información que está dando un medio de comunicación, sin embargo, definiendo completamente que los medios de

comunicación profesionales corroboramos la información que se transmite, entonces, ahorita estamos en el tema de las fake news en un gran reto, frente a un gran reto hablándote como reportero de un medio tradicional, el reto es reconquistar a quienes no creen en los medios de comunicación tradicionales y cómo hacerlo porque la inmediatez ya la dan las redes sociales, las fake news están en las redes sociales, el gran reto de los medios de comunicación frente a esto es dar un extra a la información y ese extra lo da, corroborar con la mayor cantidad de fuentes directas posibles, por ejemplo; Todo el mundo va a saber que el presidente renunció, todo el mundo que el ministro renunció, pero como medio nos toca ir más allá, por qué renunció o como medio nos toca corroborar o confirmar de si realmente el ministro renunció o no verdad, si realmente es una fake news o no, entonces creo que ahí hay un papel importante un reto que tienen los medios tradicionales.

Aspectos que recalcan es realizando trabajo de calidad como periodistas, indagando y presentando una noticia a tiempo, se debe lograr que el consumidor identifique cuales son los medios confiables y que consuma ese producto, los procesos no son sencillos ni rápidos, sin embargo, se deben de iniciar para ir desarrollando y viendo cambios a través del tiempo.

Es relevante rescatar que no sólo hay noticias falsas, sino que la red está inundada de información dudosa y además que las personas consumen Asiduamente, y este es un problema a nivel general, no sólo les compete a los periodistas.

Toda la era de la tecnología a traído consecuencias a la salud, de distintas maneras, en este caso, que tanta afectación hace las fake news a la salud mental de las personas, consultado a los periodistas que, si Cree usted que las fake news influyeron en la salud mental de las personas, ¿De qué manera?, contestaron:

Jerry Alfaro

Terriblemente, no solo las fake news, las noticias no están nada bonitas, aunque la digamos los periodistas que hemos pasado por las aulas, nos hemos graduado y que tenemos gran experiencia en esto, las noticias son muy dolorosas, generalmente la gente dice que porque no se dan noticias positivas, nosotros damos noticias positivas y la gente no las ve, les gusta lamentablemente las noticias negativas y eso es una realidad nosotros en muchas ocasiones hemos

intentado por ejemplo disminuir los sucesos, entonces hemos hecho experimento a lo largo de muchos años, dejemos un mes de dar noticias de sucesos, las hemos disminuido, las hemos bajado al diez por ciento y empezamos a dar otro tipo de informaciones y el rating se nos va. Entonces lógicamente las fake news generalmente a veces ponen circunstancias más tenebrosas por así decirlo de lo que ya es en realidad una noticia negativa, diay el hecho de que por ejemplo en el tema de la vacunación le diga a la gente vea no se vacune porque cuando usted se vacuna resulta que le va a quedar un chip en su cuerpo y la gente lo cree, entonces eso causa temor, afecta directamente la salud mental de la población, así hay miles de circunstancias donde las fake news lejos de ayudarle a la gente lo que hace es alterarlas aún más y desequilibrar esa tranquilidad mental que mínimamente como seres humanos debemos de tener para tener una calidad de vida medianamente buena, pero si evidentemente las fake news causan un gran impacto en la salud mental de la gente que tiene acceso a la internet y medios que no son reconocidos y que también consumen en medios conocidos.

Oscar Marín

En que mucha de la información que circuló que era falsa o que no era respaldada por médicos o científicos llevaba a la gente a tomar decisiones desesperadas en muchas situaciones vimos por ejemplo toda la cuestión que sucedió con el papel higiénico cuando la gente pensó que se iba a acabar , inclusive casa presidencial sacó una conferencia de prensa explicando que no estaba pasando eso y que aun así la gente iba a Price Smart y gastó todo su dinero en ese tipo de circunstancias lo hemos visto con las vacunas ahora la anti información de la vacuna la gente hablando de que hay componentes que nos están rastreando que los satélites cuestiones descabelladas de este tipo cuando la ciencia ya ha rectificado metodologías formas de como confeccionar vacunas la de no virus que es de las más comunes que se encuentra en Astra ceniza, en otro tipo de inyecciones entonces toda la circulación de noticias falsas claro que afecta a la gente puede ser por un factor meramente de tomar acciones que le implica un sentido de urgencia ante un hecho que está ocurriendo o psicológica la saturación de información masiva durante largos periodos de tiempo además

teniendo a la gente encerrada a la casa definitivamente afectó muchos planos psicológicos no tengo en detalle ahorita números como para entregar pero sí sé que escuelas de psicólogos entre otro montón de plataformas ya han sacado estadísticas de cuánto afectó a la gente inclusive en EEUU cuanto afectaba a la gente estar escuchando 24/7 solo información relacionada al virus.

Andrés Ramírez

Sí y rotundamente sí, las fake news llegaron a afectar emocionalmente a la gente por el exceso de rumores y chismes infundados, inventos de lo que generaba la vacuna, inventos de lo que estaba pasando con la enfermedad como tal por supuesto que sí.

Aparte de la tecnología, las fake news, hay que agregar que las noticias negativas traen consecuencias fuertes a la salud, la noticia negativa se consume, por el Morbo o el "chisme", pero en las redes queda evidenciado que tiene más afluencia un posteo negativo que positivo en algunas ocasiones.

Las fake news buscan este tipo de noticias, buscar seguidores y consumidores que tengan y sientan la necesidad mental de tener que estar consumiendo eso.

En el tiempo de los inicios de la pandemia la información que introdujo miedo a las personas fue bastante, esto ayudó a que la ansiedad, estrés, y otros aspectos afectarían a las personas y su mentalidad.

Las fake news inevitablemente juega un papel importante en las emociones de las personas logrando crearlas y afectando su salud.

Además, se les consultó; ¿Cuál considera usted que fue el impacto que generó las noticias falsas en el quehacer de los periodistas durante la cobertura de la pandemia en el primer semestre del 2020?

Jerry Alfaro

Esta pandemia a todos nos afectó de alguna u otra manera y evidentemente en el manejo de la información también tuvo una afectación en los periodistas porque hace cuanto no vivíamos una pandemia, ni siquiera nuestros padres la habían vivido, ni siquiera nuestros abuelos, porque habría que tener más de cien

años para haber vivido una pandemia, entonces este fue un tema totalmente nuevo para todos nosotros, como humanidad es algo totalmente nuevo por lo menos para las nuevas generaciones, lógicamente los periodistas también tuvieron un impacto muy fuerte porque nos enfrentamos a una nueva enfermedad, nos enfrentamos también a contarle a la gente cosas nuevas y ahí nos vimos obligados a revisar muchísima información a estar leyendo constantemente, metiéndonos a las páginas oficiales de la organización mundial de la salud, la organización panamericana de la salud, a meternos a conversar con expertos en microbiología, en cardiología porque desconocíamos absolutamente todo sobre esto y también venía acompañado paralelamente con información que trascendió y nos sabíamos si era cierto o no y la misión de nosotros es corroborar esa información, la manera responsable es eso verificar nosotros primero y después transmitir la información, la gente confinada en sus casas al inicio de la pandemia necesitaba información pronta, entonces quienes estábamos con toda la presión encima para contar las cosas éramos nosotros los periodistas y tuvimos que convertirnos en ser estudiosos de una manera muy rápida y saber informar de manera correcta, sin duda alguna todo un reto y afectó a muchos periodistas que se dieron cuenta que la cosa no era jugando porque se dieron cuenta que había que dar la milla extra, había que trabajar más, leer fuera del horario de oficina y prepararse mejor, nos enfrentábamos a cosas absolutamente nuevas y eso no es fácil.

Oscar Marín

Mucho trabajo de investigación y revalidación no era solo el hecho de tener que ver la noticia buscar la primicia sino curar debidamente esta noticia que implicó que los periodistas tuvieran que hacer un trabajo más exhaustivo en investigación que tuvieran que verificar que generar procesos para medir qué tan verdadera o falsa fuera una información gastar recursos, reinventarse a la hora de conseguir información recordemos que el periodista al puro inicio de la pandemia cambio todo sus sistema de siempre calle y de estar visitando a los encuestados, a las figuras interesadas en dar información y tuvo que migrar rápidamente a un trabajo digital hablando que un 76% de las empresas a nivel mundial en periodismo tuvieron que acelerar su transición digital a inicios del

COVID eso implicó que los periodistas cambiáramos completamente la manera de trabajar y ya mis mañanas no implicaban la reunión con el equipo sino y después ir a conseguir el contenido sino estar en mi caso y tener que llamar, buscar gente, reuniones por zoom, audios por WhatsApp para tener sus impresiones entonces cambió radicalmente el esquema de trabajo a un punto que talvez ya está muy normalizado pero estamos hablando que las empresas del periodismo no tenían una idea de adaptación o innovación tan grande y 76% tuvieron que acelerar sus planes de transición según Reuters.

David castillo

En realidad para una fake news yo no veo impacto positivo, realmente lo único positivo es una viralización del contenido, ojalá el contenido real se viralizara a la misma velocidad del contenido falso, ojala el contenido real, claro, preciso se produjera igual de rápido y le llegara las personas a la misma velocidad de un fake news, es lo único positivo pero realmente decir que una fake news es positiva pues no, si tiene todo negativo, es información errónea, es imprecisa, no es clara, confunde a la audiencia, contribuye con la labor que realmente debería haber a la hora de presentar la información, desprestigia a los comunicadores.

Andrea Mora

El primer semestre del 2020 fue un caos completo y absoluto en el que nosotros luchábamos contra información falsa, eso fue, o sea, si digamos dedicamos el día completo a cubrir había que sacarle medio día más a desmentir, fue muy fuerte, a mí me llegaban todos los días información falsa al chat de WhatsApp, preguntándome si era cierto y era un brete continuo a estar desmintiendo, entonces en eso se fue el primer semestre fue muy cansado y agotador, me genera la impresión de que había gente viviendo de generar pánico obviamente estábamos en una posición muy incómoda llevábamos como cien años sin vivir una pandemia, todo era horrible, todo estaba incomodísimo, se moría gente fatal, entonces el año pasado fue eso vivir constantemente desmintiendo rumores.

Se sabe que en el transcurso de los años y siglos se ha dado una pandemia, sin embargo, las generaciones actuales no habían vivido una situación así, por lo tanto, se debe tener en cuenta que los periodistas antes de ser profesionales son seres humanos y ellos fueron afectados de manera económica y principalmente su parte integral también sufrió, los miedos, el estrés y sus emociones fueron dando giros que no se pueden invisibilizar, estar siempre listos para coordinar, presentar, leer, recibir las noticias a Primera mano para ser transmitidas a aire son precio es que la psicología reciente.

Las fake news llegaron para agregarle más trabajo a los periodistas, ya que aparte de enfrentarse ellos mismos con la pandemia debían revisar fuentes, estudiar, analizar y tener la presión social de que todo lo que decían era certero.

El trabajo de investigación aumentó considerablemente, las fake news no tiene consecuencias e impacto positivo en ese momento, al contrario, logró desestabilizar el periodismo y la comunicación.

Es importante lograr definir el porqué de estas noticias, siendo así se les consultó ¿Considera usted que la expansión de las fake news se debe a que las personas prefieren informarse por medio de redes sociales y no por medios tradicionales como el periódico o la televisión?

Oscar Marín

La red social es lo que está más al tacto a simple vista por eso es por lo que es infalible para un medio estar en redes sociales tener medios inscritos dentro de su plataforma porque al final hay mucha gente que si se interesa por la noticia y aprovechando que usan la plataforma como entretenimiento pues encuentra un valor agregado en eso. Sin embargo, lo que pasa es que no todas las redes sociales nos pueden garantizar fidelidad o información fidedigna que al final eso es lo que pasa a diferencia de por ejemplo una red como Twitter donde siempre podemos hacer un seguimiento de dónde proviene la noticia principal o Instagram que tiene un perfil profesional de cada uno de los medios. Muy diferente a WhatsApp verdad que tal vez en el grupo de la familia tío Hernán mando una imagen de una información que tal vez le pasaron de otro chat que no era verificado. El siguió circulando esa información y como son dos clics

para compartir una noticia dentro de WhatsApp eso hace que el efecto masivo sea más rápido. Hemos visto que por ejemplo cuando pasan acontecimientos o cuestiones que son como chismes lo rápido que viaja la información porque está a dos clics en redes sociales implica el esfuerzo para publicar implica solo dos o tres pasos. Cuando estamos en computadoras u otros tipos de sistemas, ir a poner el canal en la tele y demás esperar a los anuncios y toda esta cuestión se atrasa mi efecto de inmediatez noticioso verdad que al final eso es lo que ha acelerado las redes sociales.

No se puede modificar o minimizar lo importante que son las redes sociales, son cambios que se van generando y hay que irse adaptando, no se puede creer que los medios sociales seguirán siendo los únicos medios confiables, es importante reconocer que en las redes hay medios y páginas muy buenas, sin embargo, el usuario no se dedica a identificarlas y se va por lo que los demás publican y ven.

El WhatsApp en la actualidad es otro medio que ha logrado ser parte importante de la viralización de las fake news, siendo así, una red que puede compartir a diversos usuarios la información al mismo tiempo. En las redes todo es más rápido que en los canales tradicionales eso es una realidad.

Qué se puede hacer para intentar disminuir este tipo de noticias, es una pregunta que permanentemente se hace, sin embargo, las respuestas n siempre son lo que se espera ya que es muy difícil y hasta el momento imposible de lograr eso, se le consultó que, ¿Considera usted que los medios de comunicación deben realizar campañas para enseñarle a las personas como identificar noticias falsas y que no se comparta y viralice este contenido?

Andrea Mora

Definitivamente, como las fake news son una realidad y no van a dejar de serlo, un día de esto leí que las noticias falsas son la nueva pandemia y eso si es algo que no nació hoy las noticias falsas que giraban en torno a Donald Trump y que se reprodujeron en facebook vienen desde 2016. O sea esto no es nuevo y más bien al ir creciendo con el tiempo no va a desaparecer y por eso tampoco podemos obligar a la gente a que aprenda de la noche a la mañana a no creer el audio que le acaba de mandar un amigo que trabaja en el ministerio de salud que mañana declaran código rojo por ejemplo, o sea, hay que enseñarle a la

gente cómo identificar estas cosas, no creerlas y no compartirlas, porque eso también es muy importante si dudas de una información no la compartas, entonces sí, es sumamente importante entendiendo que es una pandemia real, una pandemia fuerte, no dejemos de dudar, poner en mesa, tenemos que estar informando seguidamente a la gente y al final la gente termina por esperar y empezar a confiar en los medios en los que ha creído siempre y yo creo que es ahí donde se va generando una ciudadanía más informada, pero si es una lucha constante que no creo que finalice pronto.

El verlo como una pandemia en redes sociales es un término que puede explicar en la actualidad muy bien lo que representa esto, se pueden realizar acciones, pero no es un determinante para creer que se va a extinguir, no es que se deba aprender a vivir con ellas, solo que la cultura debe de ir formándose para que estas páginas tengan menos impacto. El ser una persona astuta y precavida lograr dudar de una fake news, no creer en todo lo que le dicen o ven en redes ya que no se sabe la procedencia real de estas.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este capítulo se presentarán las conclusiones a las que arrojaron el análisis realizado en el capítulo anterior, además de recomendaciones importantes para mejorar en el respectivo tema propuestos, el objetivo principal está basado en “Analizar la influencia de las fakes news en las personas durante el primer semestre de la pandemia de COVID-19”, por lo tanto, se plasmarán mediante cada objetivo o variable planteada.

Conclusiones

Objetivo 1 Definir la percepción de las principales alternativas de comunicación digital durante el primer semestre de la pandemia de COVID-19.

La comunicación es constante, se transforma, pero no se termina, el Internet trajo cambios, las redes sociales lograron impactar y siguen impactando en la vida del ser humano, pero se concluye además que la comunicación al inicio de la pandemia marcó una tendencia tanto de información veraz como de desinformación.

Se concluye que los medios tradicionales no son los favoritos de las personas para informarse en la actualidad, sino que invierten el tiempo en las redes sociales mezclando el tiempo para ocio e información.

Es importante recalcar que muchos usuarios se guían sólo por el título y no sacan el tiempo para informarse realmente leyendo la noticia completa.

Las redes sociales en la actualidad son la herramienta más frecuentada de los seres humanos, esto hace que el alcance sea mayor y más rápido.

Objetivo 2 Detallar el manejo de información de los medios al cubrir temas relacionados con la pandemia.

Los medios tradicionales han logrado hacer un trabajo de información relevante en el tiempo de la pandemia, sin embargo, existen medios oficiales en redes sociales que también se debe de rescatar el trabajo realizado de una manera profesional.

Existen páginas o perfiles personales que han logrado engañar a los ciudadanos y han hecho que las fake news se vuelvan virales, por lo cual, estas personas con poco profesionalismo hacen que las Redes sociales no se vuelvan confiables para una información certera.

Es importante concluir que el término de Fake news, las personas si los conocen sin embargo no saben identificar o no se preocupan por revisar fuentes para corroborar que sea un medio de comunicación confiable que da la noticia.

Aunque los medios de comunicación confiables realicen un trabajo ejemplar se concluye que más del 50% de los usuarios han compartido una fake news.

Objetivo 3. Decretar el impacto que generó las noticias falsas en el quehacer de los periodistas durante la cobertura de la pandemia durante el primer semestre 2020.

Se concluye que un impacto fuerte negativamente fue el aumento de consumo y viralización de fake news en los inicios de la pandemia.

Es importante recalcar que al estar estas noticias en circulación dejaban consecuencias e impacto en los medios tradicionales, ya que creían más las fake news que la noticia real por lo que la credibilidad se vio afectada.

Un impacto fuerte es en los seres humanos, la parte psicológica y mental fue bombardeada directamente al escuchar tantas noticias falsas en esos tiempos.

No se puede dejar de lado el impacto que le generó a los medios tradicionales, ya que les trajo molestias a los medios oficiales que las personas no les creían y preferían darle la veracidad a la fake news, logrando impactos tanto de imagen como económica.

Objetivo 4. Expresar la percepción de un periodista con experiencia y trayectoria profesional sobre la ola de fake news provocada en el primer semestre de la pandemia.

Se concluye que a nivel general los periodistas afirman que la ola de fake news se da por el exceso del mal manejo de las redes sociales, la libertad que tienen los usuarios de publicar sobre cualquier tema y además que consumen un contenido sin saber sus fuentes, indagar o en ocasiones hasta sin leer la nota completa.

Además, concluyendo que la solución es la cultura de leer, de informarse, de ver más allá del título e inculcar a los usuarios a no creer en todo lo que ven. Como periodista, es

importante realizar un trabajo más confiable para lograr atraer a los consumidores a las páginas confiables.

Es evidente que no sólo trae consecuencias negativas en la información, sino en la salud de las personas, ya que se crea un ambiente tenso y lleno de miedos.

Recomendaciones

Se le recomienda a la población crear un sentido de cultura más fuerte, incentivar la lectura y el indagar las fuentes de información de las publicaciones que leen en redes sociales, además de realizar una lectura completa para que se logre entender y tener certeza de lo que publican y comparten en sus muros.

A los medios de comunicación, crear campañas con información educativa en donde incentiven una lectura efectiva de la información, que estén alertas de las páginas en donde reciben la información y sigan páginas confiables, con nombres creíbles y periodistas certificados o comunicadores reales.

A los periodistas, hacer un trabajo de excelencia, en donde no se den brechas de dudas de las fuentes de información, con pruebas y claridad, así dan ejemplo que si se puede hacer un periodismo profesional de una manera clara y confiable.

A los profesionales y futuros profesionales de la comunicación, procurar no caer en la comercialización de las noticias, estar siempre al día e informando en el tiempo real, demostrando que a nivel de redes y de periodismo tradicional se puede trabajar en conjunto siempre con veracidad y respeto hacia los ciudadanos que consumen las noticias.

A los ciudadanos, en esta actual pandemia y en temas a futuros de índole local, nacional o mundial, es importante leer, actualizarse y creer en los medios oficiales, sin dudar de su veracidad, así mismo acatando indicaciones logrando hacer un balance entre las noticias y las emociones.

Se le recomienda a toda la población en general que la ola de fake news provocada en el 2020 sirva de experiencia para no caer en información falsa en el momento de buscar datos de interés público. Que la malicia haya crecido antes de leer cualquier noticia o ver cualquier video de la web.

Referencias

Álvarez et al., (2020), “análisis de las características clínicas, biopsicosociales, epidemiológicas y las acciones a las cuales fueron sometidos los pacientes abordados en el “programa de supervisión del estado de salud de la población con covid-19 durante el aislamiento” del 30 de marzo al 30 de abril del año 2020 en el centro de desarrollo estratégico e información en salud y seguridad social”, Universidad de Costa Rica, Costa Rica.

<http://www.kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/82135/Tesis%20COVID-19%20MFC.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Aránzazu et al., (2020), Las fake news durante el Estado de Alarma por COVID-19. Análisis desde el punto de vista político en la prensa española. Revista Latina de Comunicación Social <file:///C:/Users/Tatiana/Downloads/Dialnet-LasFakeNewsDuranteElEstadoDeAlarmaPorCOVID19Analis-7625674.pdf>

Ayala, C. (2015). La importancia de la Comunicación y el Periodismo Social e inclusivo. Propuesta de una revista de salud y recreación para adultos mayores, que sirva de material didáctico, apoyo de trabajo divulgativo - recreativo - para varios grupos de este segmento poblacional existentes en Quito. [PDF]. <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/4786/1/UDLA-EC-TMP-2015-05.pdf>

Barrera, C. (2004). Historia del periodismo universal. [PDF].

https://www.academia.edu/8917943/Historia_del_periodismo_universal_Carlos_Barrera

Buitrón, R. (1996). Periodismo Comunitario: Más preguntas que respuestas. [PDF].

<https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/1074>

Cabrera (2018), Noticias falseadas: Reacciones desde el periodismo y la política. España https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/79160/TFG_Emilio%20Cabrera_FINAL.pdf?sequence=1

Carazo, C. (2018). Periodismo y Agenda Setting: Una discusión sobre el interés por asuntos públicos de la ciudadanía. [PDF].

<https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/sociales/article/view/34805/34368>

Carazo, Tristán y Siles (2020) “Noticias falsas en Costa Rica: hacia una agenda de investigación”, del Informe estado de la nación en Desarrollo Humano Sostenible 2020 https://repositorio.conare.ac.cr/bitstream/handle/20.500.12337/8025/Carazo_C_Noticias_falsas_Costa_Rica_hacia_agenda_investigacion_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cuenca G (2015) influencia de los medios de comunicación en el proceso de enseñanza aprendizaje de los estudiantes de octavo y noveno año de educación general básica superior, del colegio de bachillerato Orianga, de la parroquia de Orianga, cantón Paltas, provincia de Loja, año lectivo 2014- 2015. Quito, Ecuador http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/17416/1/62593_1.pdf

Cuentas L (2020), “Características de las fake news que se difunden por las redes sociales sobre el coronavirus COVID19 y sus consecuencias en la credibilidad de los medios de comunicación en Arequipa – Primer semestre del 2020”, Arequipa, Perú <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12773/11648/CCcuarl.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Estupiñán et al., (2020) Fake news o los nuevos ecosistemas de comunicación personalizada: Comunicación política en las elecciones regionales de 2019 en Colombia https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/7137/2020_Tesis_Lucia_Fernanda_Estupi%C3%B1an_Garnica.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Figueroa R. (2020), Las fake news: impacto social y nuevos desafíos para los servicios de información, Lima, Perú. https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/15620/Tapia_fr.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- García et al., (2019), Propuesta de asignatura de “Periodismo Digital” para fortalecer los aprendizajes y la formación profesional de Comunicadores para el Desarrollo, de la UNAN-Managua, durante el II Semestre 2018/19. Managua, Nicaragua
<https://repositorio.unan.edu.ni/12425/1/9721.pdf>
- García-Alonso, P. (2006). Periodismo Digital y Ciudadano. [PDF].
http://fama2.us.es/fco/digicomu/37_20.pdf
- Gayà, C. (2015). El Periodismo de Interacción Social, una propuesta de dinamización de campo periodístico. La aplicación en el caso de las tripulaciones abandonadas en el Mediterráneo. [PDF].
<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/313453/cgm1de1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ghiso, A. (2012). Investigación social comunitaria en contextos conflictivos. [PDF].
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5123818.pdf>
- Guzmán, V. (2016). El periodismo como poder protagonista de cambios sociales. Estudio de casos específicos: Watergate y Wikileaks. [PDF].
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/23980/1/tesis.pdf>
- Llobet L. (2006). ¿La función social del periodismo o periodismo social?
<http://www.kimerius.es/app/download/5796020239/La+funci%C3%B3n+social+del+periodismo+o+periodismo+social.pdf>
- Martínez (2013) Los nuevos medios y el periodismo de Medios Sociales, Madrid, España
[file:///C:/Users/Tatiana/Downloads/Dialnet-LosNuevosMediosYEIPeriodismoDeMediosSociales-39369%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Tatiana/Downloads/Dialnet-LosNuevosMediosYEIPeriodismoDeMediosSociales-39369%20(1).pdf)
- Medina, P. (2019). Periodismo Comunitario y Democratización. [PDF].
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/17422/1/T-UCE-0009-CSO-089.pdf>
- Obeso J. (2015) Licenciatura, “Percepción de la calidad de atención por el usuario externo del servicio de emergencia del Hospital Regional II-2 Tumbes, 2015” ICA-Perú
<http://repositorio.autonmadeica.edu.pe/bitstream/autonmadeica/56/1/JULISSA%20DEL%20CARMEN%20ADONAIRE%20OBESO.pdf>

Página web [esdesignbarcelona.com](http://www.esdesignbarcelona.com) “Escuela superior de diseño de Barcelona”
<https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disen-publicitario/el-concepto-de-comunicacion-digital-en-la-actualidad>

Palanco, N. (2009) Historia del periodismo, en Contribuciones a las Ciencias Sociales.
www.eumed.net/rev/cccscs/06/nmpl6.htm

Pavón M (2015),
"el uso de las redes sociales y sus efectos en el rendimiento académico de los alumnos del Instituto San José, el progreso, Yoro-honduras" Guatemala
<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/05/83/Pavon-Martin.pdf>

Ramírez M (2017) en la tesis “Libertad de Expresión y Responsabilidad Civil en el Uso de las Redes Sociales” de la Universidad de Costa Rica. <https://ijj.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/bsk-pdf-manager/2017/09/Maribel-Lucrecia-Ram%C3%ADrez-Ast%C3%BAa-tesis-completa.pdf>

Romero (2016), Renacer, la revolución del periodismo migrante, Bolivia
<https://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/11945/1/%5BP%5D%5BW%5D%20T.M.%20Per.%20Romero%20Salinas%2C%20Jos%C3%A9%20V%C3%ADctor..pdf>

Salas C (2019) La primera fake news de la historia. <file:///C:/Users/Tatiana/Downloads/66268-Texto%20del%20art%C3%ADculo-4564456576615-1-10-20191212.pdf>

Sánchez et al., (2015) “Las funciones inalterables del periodista ante los perfiles multimedia emergentes”
<file:///C:/Users/Tatiana/Downloads/Dialnet-LasFuncionesInalterablesDelPeriodistaAnteLosPerfil-5008444.pdf>

Tijaro J. (2020), análisis de la comunicación interna y recomendaciones para el mejoramiento del posicionamiento de la comunicación externa de la empresa en la U, mediante su cuenta oficial de Instagram @enlau.co, Pontificia Universidad Javeriana, Colombia.
https://www.google.com/search?q=Pontificia+Universidad+Javeriana&rlz=1C1CHZN_esCR952CR953&oq=Pontificia+Universidad+Javeriana&aqs=chrome..69i57j46i512j0i512l6j46i512j0i512.626j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8

Trujillo L. (2017), “influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector energía y minas; 2017”, Lima Perú.

<http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2193/TESIS%20DE%20TRUJILLO%20MARI%C3%91O%20LUPE%20KARIN.pdf>

Ureña, L. (2013). Periodismo Comunitario en Costa Rica: La información en manos de la ciudadanía. [PDF]. <https://revistas.uned.ac.cr/index.php/rupturas/article/view/322/222>

Vega, P. (2016). Periodismo y literatura en Costa Rica (1833-1950). [PDF]. <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/historia/article/download/8412/9467/>

Villalobos, J. (2010). La misión del periodismo en José Martí. [PDF]. <https://www.redalyc.org/pdf/666/66620114013.pdf>