

Universidad Autónoma de Chihuahua
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Secretaría de Investigación y Posgrado



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE
CHIHUAHUA

TÍTULO DEL PROYECTO

**TESINA, LAS NOTICIAS FALSAS Y LA NUEVA REALIDAD EN LA ÉPOCA
DE LA POS VERDAD**

QUE PRESENTA:

MAURICIO HERNÁNDEZ RAMOS

PARA OBTENER EL GRADO DE:

MAESTRO EN COMUNICACIÓN

DIRECTOR:

DR. RODRIGO RAMÍREZ TARANGO

Las noticias falsas y la nueva realidad en la era de la pos verdad

Fake news and the new reality in the post-truth era

Resumen

En este trabajo de investigación se abordará cómo las noticias falsas o fake news construyen realidades comunicativas basadas en mentiras, además, se conocerá el impacto de la posverdad en el manejo de la información y cómo, ésta, define perfiles editoriales basados en ideologías. más no en un marco teórico de investigación. Se verá desde diversas perspectivas sociales, culturales y políticas su impacto. Recorreremos cronológicamente la secuencia del origen de las noticias falsas bajo una visión cualitativa e identificaremos las áreas de oportunidad para poder combatir este tipo de contenidos informativos. Se pretende con este artículo aportar desde una óptica individual las posibles alternativas que nos permitan poder identificar las noticias falsas en la era de la pos verdad.

Palabras clave

Pos verdad, noticias falsas, comunicación, información, confusión

Abstract

In this research work, it will be addressed how false news or fake news build communicative realities based on lies, in addition, the impact of post-truth in the management of information will be known and how it defines editorial profiles based on ideologies. but not in a theoretical research framework.

Keywords

Post truth, fake news, communication, information, confusion

Índice temático

Introducción	4
Planteamiento del problema.....	9
Consecuencias de las falsas noticia de la pos verdad	12
El impacto de las <i>fake news</i> en la política; casos Estados Unidos, y Latinoamérica.....	14
La posverdad en tiempos de Covid.....	16
De las regulaciones y el marco jurídico	19
Conclusiones.....	21
Bibliografía	23
ANEXOS	26

Introducción

Las redes sociales nos han presentado un nuevo modelo de comunicación basado en la inmediatez y la improvisación de informadores autodidactas que en aras de ser famosos, recurren a mecanismos de información basados en la creación de noticias falsas o publicación de verdades a medias, las cuales, como bola de nieve, van creciendo y son alimentadas por aportaciones externas que, sin ninguna base teórica o científica, contribuyen con datos basados en mentiras y en realidades construidas en el imaginario individual. Las *fake news* o noticias falsas han llenado de incertidumbre y confusión las diferentes plataformas de comunicación.

En la posverdad, nos encontramos con un modelo de información basado en las verdades a medias y en la información tergiversada con objetivos muy específicos, los cuales, en la mayoría de las ocasiones tienen un tinte político ideológico encaminados a radicalizar e imponer posturas sin importar las consecuencias.

Este trabajo de investigación tiene como principal objetivo reconocer cuales son las principales características que contienen las *fake news* y cuáles son sus consecuencias; además, abordaremos desde una perspectiva académica, la relación entre la información creada desde la pos verdad y las diversas corrientes ideológicas que imperan en este mundo colapsado por el constante ataque a los sistemas tradicionales de comunicación e información

Capítulo 1. Orígenes y definiciones

Según Carlos Salas Abad (2019) la primera *fake news* de la historia la publicó el periódico

Neoyorkino *The Sun* en 1835, informando sobre la presencia de seres que habitaban la luna, esta noticia causó una gran conmoción entre la población estadounidense, que se informaron rápidamente gracias a los nuevos medios de comunicación como el tren que ayudó a distribuir la noticia por toda unión americana. Estos factores influenciaron en la difusión la información falsa y basada en el sensacionalismo para, así, crear la primera *fake news* de la historia.

Existen otros antecedentes históricos sobre el la desinformación y las verdades a medias, en el año 44 a C, Octavio inicia una campaña de calumnias en contra de Marco Antonio, a través de las monedas, distribuye frases y comentarios con el fin de atacar la reputación del llamado romano que no pudo reinar.¹

El siglo XXI llegó con un nuevo concepto de comunicación, donde las tecnologías estaban ya, a la mano de todas y todos, a través de los dispositivos móviles, los seres humanos encontramos nuevas formas de comunicarnos entre sí, Possetti, et al (2020) afirma que estas nuevas tecnologías alteraron patrones y procesos de creación, distribución y consumo de noticias a medida que la Era Digital se afianzaba y tomaba control. Esto trajo consigo nuevos desafíos para los comunicadores y los profesionales de la información.

Las audiencias se han ido transformando de una forma vertiginosa, ahora, el consumidor de información no espera hasta el noticiario de las 5 de la tarde para enterarse de lo acontecido en su comunidad, ahora, toda la información la puede recibir en la palma de su mano a través de los dispositivos móviles.

Los usuarios seleccionan sus propios contenidos, filtran su duración, su línea editorial, y sobre todo, su distribución. Posetti (2020) asegura que esta “libertad de elección de contenidos” a través de lo que llama las redes de confianza (usuarios y pares) ha provocado la creación de contenido inexacto, falso malicioso y propagandístico disfrazado de noticia.

Pero las noticias falsas no han llegado solas a convertir en tormenta lo que denominamos comunicación informativa, la pos verdad es otro de los factores que han influido en los cuestionamientos sobre lo que debemos entender como verdadero o real.

El diccionario de Oxford eligió la palabra posverdad como la palabra del año 2016; la definió como “las circunstancias en que los hechos objetivos influyen menos en la formación de la opinión pública que las referencias a emociones y a creencias personales”. Para Lee McIntyre, la posverdad no es tanto la afirmación de que la verdad no existe, sino que la de que los hechos están subordinados a nuestro punto de vista político ²

El creciente aumento de las noticias falsas y la posverdad tiene su origen en la decadencia de los medios tradicionales, que crearon un sesgo informativo en el que antepusieron intereses políticos, económicos y sociales al derecho humano de recibir información veraz y objetiva. Para Forti (2022) el auge de las redes sociales y la creación de medios de comunicación “alternativos” solaparon fenómenos como la disonancia cognitiva, la conformidad social y el sesgo de confirmación.

Para Rodrigo-Alsina y Cerqueira (2019) un fantasma recorre el mundo del periodismo: el fantasma de la posverdad, renacido del neogilismo (McIntyre, 2018) y penetra sigilosamente en las salas de redacción de medios informativos profesionales, que, apelando a que otros difusores de contenidos lo hacen, ellos, los grandes medios, se suman a la cadena de verdades contadas a la medida del cliente.

Pero lo preocupante no es el aumento de este tipo de contenidos, sino el que la gente lo crea, a pesar que existe suficiente evidencia de que es falso. Duran (2019) aporta datos del Premio Nobel de Economía Daniel Kahneman, el cual, explica que el 95% de nuestras decisiones se basan en pensamientos rápidos e inconscientes y solo el 5% son elecciones conscientes y con pensamiento crítico. Estos sistemas son los que reflejamos, según Kahneman al momento de creer o no en una noticia falsa.

La organización *First Draft*³ ha diferenciado siete tipos de contenido falso que puede circular en las redes sociales:

- a) Sátira o parodia (no pretende causar daño o engaño)
- b) Contenido engañoso (uso engañoso de información para afectar a alguien)
- c) Contenido impostor (suplanta fuentes genuinas de información)
- d) Contenido fabricado (creado para engañar y perjudicar)
- e) Conexión falsa (cuando los titulares no confirman el contenido)
- f) Contexto falso (cuando un contenido real se difunde con información falsa)
- g) Contexto manipulado (cuando imágenes genuinas se manipulan para engañar).

Los factores que permiten la proliferación de este tipo de contenidos son variados, pero *First Draft* establece ocho principales:

- 1) Periodismo deficiente
- 2) Parodia
- 3) Provocación
- 4) Pasión
- 5) Partidismo
- 6) Provecho
- 7) Poder e influencia política
- 8) Propaganda

Para Arrojo (2020) existen dos fenómenos comunicativos que inciden a la hora de tratar las noticias falsas (i) los fenómenos comunicativos por una necesidad humana de comunicación, (ii) los derivados del carácter artificial de la actividad comunicativa, que ha crecido exponencialmente en las últimas décadas.

Una de las expresiones más recurrentes dentro del análisis de las *fake news* y de la posverdad es que en el ecosistema digital, las noticias son unidades que cobran vida desligadas de los medios y contextualizadas por los usuarios. García Acosta & Gómez M.E. (2022).

La potestad que se atribuían los periodistas sobre la noticia ha quedado pulverizada por los nuevos modelos de información Orihuela (2018) establece que la tecnología ha alterado el ecosistema

informativo, desplazando a los medios y a los periodistas de la función exclusiva de la intermediación, ahora, las redes asumen el control de la agenda pública de forma inmediata y global, dejando al periodismo tradicional en condiciones de desigualdad.

Facebook ha asumido el papel de juez y parte en la dinámica comunicativa, imponiendo según García Acosta & Gómez M.E(2022) una especie de espiral del silencio (Neumann, 1995) al enmudecer, según los autores, a quienes prestan o tienen posiciones diferentes a las mayorías, lo que provoca la inacción del usuario de las redes sociales que consume lo que las plataformas digitales le ofrecen, sin el más mínimo control de los contenidos.

Yvonne Jewkes afirma que las redes son una forma sofisticada de reclutamiento y de unificación, que facilita la creación de una identidad colectiva que conduce al empoderamiento de esa sociedad.

Ramirez Corzo (2019) nos dice que hoy en día convertir en viral cualquier noticia falsa es un ejercicio relativamente fácil; El pasado 11 de julio del año en curso se difundió en el mundo una noticia falsa que daba a conocer la muerte del SS Benedicto XVI. A través de una cuenta falsa de Twitter, el periodista italiano Tomasso Debenedetti publicó que el sumo pontífice en retiro, había perdido la vida por causas desconocidas; de inmediato El Vaticano a través de sus diferentes plataformas de información desmintió dicha versión. Debenedetti es famoso en Italia por publicar información falsa, el, en su defensa afirma que ““la falsificación era uno de los pilares de la información que circulaba en los medios italianos””.⁴

Para la industria de la información falsa, es muy fácil atrapar a sus usuarios, pues conocen a detalle sus gustos, aficiones, temores, familia y amigos; a través de los algoritmos, conocen a la perfección las necesidades informativas de las personas, para, así, poder tener su atención.

Planteamiento del problema

¿De qué tamaño es el impacto de las noticias falsas y de las verdades a medias? Según José Manuel Pérez Tornero (2020) y Juan Miguel Aguado (2020) su impacto es tal, que se han creado dos noticias falsas extraordinariamente peligrosas: por un lado, la idea de que los medios públicos no son necesarios; por otro, la idea que el espacio mediático, por definición de debe estar sujeto a vigilancia y regulación por una autoridad independiente como los consejeros audiovisuales.

Aquí estamos entrando a un tema por demás controversial, pues hablar de la libertad de expresión y de control de contenidos genera todo tipo de cuestionamientos, las interpretaciones de donde inicia el respeto individual y donde comienza la diversidad de opiniones, ha sido tema de conversación durante siglos, sin que logremos ponernos de acuerdo como sistema social organizado cuales son los límites que no trasgreden la privacidad de las personas.

Castillo Riquelme et. al. (2021) afirma que la banalización y el sensacionalismo son los ingredientes principales para crear una noticia falsa, los espectadores, están dispuestos a realizar esfuerzos cognitivos para procesar la información, apelando a mecanismos que no impliquen mucho esfuerzo en la interpretación del mensaje que reciben.

La información “a la carta” personalizada producida a través de las plataformas digitales, ha ocasionado una revolución en términos de interpretación del significado de la palabra noticia, Amoros (2018) afirma que las noticias falsas son una amenaza endémica de las sociedades modernas, que socavan la confianza y tambalean las estructuras de la democracia.

La limitante jurídica que tienen los medios de comunicación tradicionales con respecto al manejo de la información, los condiciona a estar en desventaja con respecto a las páginas de noticias falsas que sin ningún reparo publican notas que carecen de toda lógica, sin ninguna referencia sólida que sustente sus dichos. Estos medios (los digitales) argumentan que ellos únicamente publican información que consideran “ atractiva” para sus audiencias; dejando de lado, así, cualquier concepto básico de regulación

Pero lo preocupante aquí es que esos medios están convirtiéndose en los administradores de la agenda pública de las naciones; me refiero a que la información que están publicando, aun y

cuando se sabe que carece de veracidad, las personas la aceptan como una verdad. Castillo Riquelme et al. (2021) afirma que la difusión generalizada de noticias falsas tiene el potencial de penetrar en el sistema de creencias, incluso cuando son inconsistentes con la ideología política del lector (Pennycook & Rand, 2019).

Hablamos anteriormente de la opinión pública, pero, ¿Qué es la opinión pública? Rubio J.M. (2009) asegura que no debemos confundir la opinión pública y la cultura, pues la primera de estas, emana de criterios determinados principalmente de los medios de comunicación que establecen un juicio determinado sobre alguna situación o persona; este prejuicio, estará determinado por la ideología política y la ética del medio; en la cultura, encontramos aprendizajes que emanan principalmente desde nuestro primer entorno social, como lo es la familia, ahí, aprendemos las tradiciones, los modelos éticos y morales que como sociedad en su conjunto respetamos y defendemos.

La agenda setting, Shaw, Mc Combs (1976) afirma que los medios de comunicación tienen una gran influencia en la toma de decisiones de la población, ya que son los medios, quienes definen la agenda pública, la cual, como se mencionó en líneas anteriores, estará siempre condicionada a los intereses económicos y políticos de las compañías. Para Rubio J.M. (2009) los efectos de la agenda setting son: efectos cognitivos, puesto que influyen en los sistemas de conocimiento que la audiencia asume y estructura establemente. Esto nos reafirma la idea que se tiene con respecto a la importancia que la psicología colectiva tiene la información que se recibe a través de los medios de comunicación.

No podemos negar la influencia que tiene la cultura en el exponencial aumento de la réplica de las noticias falsas, tal parece que las personas prefieren compartir una responsabilidad en la distribución de los contenidos falsos a dejar de hacerlo, pues esto implicaría, no ser tomado en cuenta, para futuras distribuciones de este tipo de material, Morales E. Hernández (2018) afirma que este tipo de información conlleva un apremio social, ya que a través de ésta, se apoya de manera instantánea posturas o ideas políticas y sociales, aun y cuando en realidad no se esté de acuerdo, pero, para evitar la segregación social, asumen la defensoría de ideas o conceptos, de los

cuales, en la mayoría de las ocasiones se carece de la información suficiente para crearse una opinión.

Para (Pauner-Chulvi, 2018) el peligro de las noticias falsas es que “crean una sociedad que no es capaz de ponerse de acuerdo sobre hechos básicos lo que impide construir una democracia funcional”. Turan F. Duran M. (2019) establecen que quienes hacen posible la existencia de este tipo de desinformación son los mismos ciudadanos que comparten información errónea, sin siquiera someterla a filtros de verificación.

La inmediatez con la que la información es distribuida provoca errores preocupantes, en el afán de ser los primeros en “dar la noticia” las plataformas digitales, mienten en muchas de las ocasiones sobre cuestiones básicas en el manejo de información, el cómo, donde, cuando y porque; preguntas elementales para construir una noticia, pocas veces son realizadas, en su lugar, se recurre a la mofa y la burla como recurso de información, los memes, los videos en tik tok, y las producciones audiovisuales cómicas, se han convertido, ya, en la principal forma como los ciudadanos se informan de lo que pasa en su comunidad y en el mundo. Los algoritmos que se utilizan no están programados para categorizar los contenidos hechos memes, tik toks etc. Forti S. (2022) afirma que lo caricaturesco del meme provoca un repunte de emociones activadoras de sensaciones guardadas en lo más profundo de las personas, y las cuales, brotan con total libertad al sentirnos identificados con esas expresiones.

Lo más preocupante es que la información falsa está destapando emociones en las personas que se creían controladas, se están elaborando contenidos que son utilizados con fines manipulativos y de discriminación y odio hacia grupos minoritarios, Fortí S. (2022) asevera que la información se combina con prácticas que van mucho más allá de cualquier cosa que se parezca a noticia, ya sea disfrazada de publicidad, modificación de videos o uso sistemático de bots.

Consecuencias de las falsas noticia de la pos verdad

Como advertimos en el capítulo anterior, el encono sistemático que provoca la posverdad y las noticias falsas, han encendido los focos rojos de los gobiernos que ven como a través de las plataformas digitales de comunicación, se promueve la cultura del odio y de la confrontación entre los seres humanos; no son poco los ejemplos de cómo las redes sociales se han encargado de permear en el colectivo, posturas ideológicas derivadas de posiciones radicales, Morales E y Hernández J.J (2018) afirman que la posverdad tiene varios fondos, por ejemplo, afirman que la charlatanería ya ocupa un espacio importante dentro de las estructuras comunicativas de la política, el periodismo, la cultura y en la vida cotidiana de las personas. Nada más cercano a la realidad; ahora, las redes sociales se han encumbrado como el terreno ideal para la creación de cámaras de eco. Según el estudio de comunicación “ La influencia de las noticias falsas en la opinión pública⁵, las burbujas digitales se convierten en caldo de cultivo para promover diversas posturas radicales; aquí, nos adentraremos en el tema de los bots, que no son otra cosa que programas tecnológicos que tienen como función la de imitar o sustituir el accionar humano; según la revista Science estos mecanismos igual distribuyen noticias falsas que información verídica, es decir, su programación no distingue entre veracidad y falsedad, lo que provoca un confusión grande a la hora de recibir información a través de nuestro móvil.

La jerarquización informativa pasó a manos del consumidor, quien es quien define qué tipo de información quiere recibir, a qué horas, de que fuente, y de que calidad, la sectorización de los contenidos, más allá de acercarnos unos a otros, nos ha alejado cada vez más, la gran gama de variedad informativa que hay en las redes sociales, provoca que nos estemos aislando en pequeñas tribus, las cuales compartimos intereses comunes, afinidades políticas e ideológicas, también provoca que veamos a los que no piensan igual que nosotros como el enemigo a vencer, como el adversario al que debemos de derrotar, la radicalización de las ideas, son cada vez más intensas, cada vez más agresivas, y la difusión de las noticias falsas tienen un mayor alcance de las noticias verdaderas, el estudio antes mencionado arrojó que las noticias verídica solo tuvo un alcance promedio de 1500 personas, mientras que una noticia falsa, en promedio, llega a alcanzar a 10 mil personas.

Wachis S. et al.(2022) establecen que dentro de las expresiones de odio que se promueven a través de las redes sociales, se utiliza regularmente un léxico basado en la denostación, la discriminación, el acoso, la exclusión y el desprecio, que van dirigidos a grupos sociales específicos (etnia, religión, sexo, discapacidad etc.). Ballazch et al.(2021) afirma que los grupos sociales a los que las personas se sienten parte se les denomina endogrupos, mientras que a los grupos sociales a los que no nos identificamos con ellos y que sabemos que no pertenecemos a él, se le denomina exogrupos.

La investigación sobre el impacto del discurso de odio a través de las redes sociales esta aun en etapa temprana, no existe, estudios científicos cualitativos suficientes para poder establecer un parámetro de conducta, ya que no podemos establecer como único y definitivo a los estudios elaborados en países del primer mundo, y querer ubicar los resultados de éstos, es países en vías de desarrollo que tienen otro tipo de problemáticas relacionadas con el odio y la discriminación.

El impacto de las *fake news* en la política; casos Estados Unidos, y Latinoamérica

“No creemos exagerado señalar que el futuro de la democracia se juega muy especialmente en el espacio mediático. De ahí que manifestemos reiteradamente nuestra preocupación por la independencia de los medios públicos, que necesitan contar con recursos financieros suficientes” Marzal F. Caserri-Ripol J (2022), bajo esta premisa iniciamos este capítulo en donde abordaremos la afectación que producen las noticias falsas y la pos verdad en los procesos electorales de los países, no son pocos los ejemplos a nivel mundial que nos demuestran que los bots y la falsedad en la información han cambiado el rumbo de una elección local, estatal o federal. Callifano B. (2015) aborda el tema desde una perspectiva muy interesante, identifica que no todos los hechos son transformados en noticia, sino sólo aquellos que resultan seleccionados por los medios para tal fin; asegura que dichos medios, construyen una realidad social en la que permiten a las personas informarse sobre acontecimientos fuera de su alcance inmediato.

García- Marín D. y Guimar Salvat M. (2021) aseguran que la llegada al poder de Donald Trump, el referéndum del brexit, y diversas elecciones presidenciales en America Latina, estuvieron plagadas de desinformación y falsedad de contenidos. La elección presidencial de los Estados Unidos del 2018 es el ejemplo claro de cómo la manipulación mediática a través de las redes sociales influye determinadamente a la hora de emitir el sufragio. Facebook y twitter reconocieron la publicación de noticias falsas a más de 126 millones de usuarios en la campaña presidencial, Ramírez Corso C. (2019) establece que estas noticias falsas se produjeron en la empresa Internet Research Agency, compañía, según el autor, vinculada al Kremlin en Rusia (El País, 2018).

Este descubrimiento puso al descubierto los mecanismos de los que se valen los partidos políticos para alcanzar sus objetivos, la compañía en mención, difundió a través de las redes sociales información falsa, orquestadas, según García-Marín, con el fin de inducir a través de verdades a medias en el electorado estadounidense.

Su estrategia se basó en ubicar a los usuarios de Facebook y twitter con perfiles ideológicos radicales a través de los algoritmos, pudieron identificar a su “mercado potencial”, después, comenzaron a enviarles de forma “aleatoria” información afín a sus ideales con el propósito de

poder manipular su voto. Yvonne Jewkes, afirma que las redes son una forma sofisticada de reclutamiento y de unificación ideológica que facilita la creación de identidades colectivas que conduce al empoderamiento de esa comunidad (Jewkes, 2015).

En las elecciones presidenciales en México en el 2018, ocurrió un fenómeno similar, los detractores del candidato puntero Andrés Manuel López Obrador, estructuraron una campaña en redes sociales para denostar la imagen del tabasqueño; creando perfiles falsos en Facebook, orquestaron toda una estrategia mediática para relacionar al candidato de Morena con países en donde, según los detractores, se impulsa al socialismo. Establecieron una estrategia para deslegitimar la candidatura de López Obrador, a quien acusaban de estar en contra de la familia y los valores tradicionales del pueblo mexicano.

En Brasil ocurrió algo similar, durante las elecciones presidenciales, se utilizó la etiqueta #EleJamais para denostar las políticas “fascistas” de Jair Bolsonaro, la etiqueta utilizada principalmente por mujeres, junto a otras como #Elnao, atribuían a el candidato de izquierda el intentar promover una política educativa basada en la promoción de la homosexualidad desde el pre kínder. García Acosta& Gómez M.E (2022) estudiaron a fondo la influencia de las falsas noticias y las verdades a medias dentro de las campañas presidenciales.

Los resultados no favorecieron a los impulsores de esta guerra sucia, sin embargo, sí lograron sembrar la semilla de la duda en el electorado, sobre todo en la población con menor educación, en ellos, encontraron la tierra fértil para sembrar la duda para futuras elecciones. Rubio Núñez (2018) afirma que la comunicación se ha vuelto política de estado, ya que adopta fines principales que se adhieren a la idea, proyectos y propuestas del gobierno en turno. En la comunicación no está en duda la credibilidad, sino el alcance que logre tener el mensaje enviado. Para Rubio, la comunicación se ha convertido en un espectáculo premiando los conceptos simples, los titulares engañosos, y la creatividad en la producción de los contenidos. En el ecosistema de la posverdad prima la forma sobre fondo, las imágenes sobre las ideas, la búsqueda de las respuestas simples, que dividen el mundo en blanco y negro, en sí o no, y no admiten matices (Rubio, 2018)NNo debemos olvidar el papel fundamental de la prensa en desarrollo de los países, según establece Califano (2015), el papel tripartito de los medios dentro de los procesos políticos; como No

observador, como participante y como catalizador, no lo tienen las redes sociales, pues a pesar de que su influencia en la toma de decisiones va en crecimiento, los medios tradicionales aún ejercen cierto poder en los ciudadanos a la hora de difundir información. Maquiavelo advertía que los gobernantes no son como son sino como son vistos, y en esa percepción de la realidad subjetiva, los medios tradicionales y las redes sociales juegan *un papel trascendental*. (Rubio, 2018).

La posverdad en tiempos de Covid

El año 2020 marcó sin duda alguna un antes y un después en el mundo; la aparición en China en el 2019 de una enfermedad desconocida, parecida a una gripe, pero con consecuencias letales, encendió las alarmas en todo el mundo, su propagación a través del aire, aumentaba día tras día en todas las regiones del globo terráqueo. El 11 de marzo de ese mismo año, la OMS declaró al coronavirus como una pandemia de impacto mundial; lo demás es historia, con más de 6 millones de muertes en todo el mundo por esta enfermedad, las consecuencias económicas, sociales, políticas y culturales continúan. Con la llegada de vacunas que controlaran la caótica situación de salud, surgieron también voces que advertían el peligro de utilizar esas vacunas, aduciendo miles de teorías, todas ellas conspirativas, que pretenden, hasta la fecha, negar lo innegable; el efectivo resultado de la aplicación global del medicamento, que ha traído consigo una disminución importante de enfermos y de muertos.

El 8 de diciembre del mismo año, Gran Bretaña dio el primer paso para combatir la enfermedad, al vacunar a una persona de la tercera edad, con el pro biótico que combate al Covid 19, a partir de entonces, hemos sido cientos de millones, las personas que hemos decidido aplicarnos la vacuna anticovid, sin embargo, no han sido pocos los que han denostado las virtudes del medicamento.

A raíz de la enorme cantidad de información que se generó derivada del desconocimiento de la enfermedad, surgieron voces que pretendían desestabilizar la estrategia global contra el covid, Según Larrondo et al. (2021) la necesidad de la ciudadanía de recibir información actualizada sobre estas cuestiones genera actuaciones y dinámicas mediáticas a tomar en cuenta, porque, según el

autor, puede ocasionar el efecto contrario, una desinformación, derivada de una sobresaturación informativa. (Larrondo et al. 2021).

Ha sido tanta y tan variada la información generada por el covid-19, que la Organización Mundial de la Salud llegó a recurrir al término de “infodemia” para referirse a la cantidad de información falsa, o con verdades a medias, las cuales, su base teórica se establece primordialmente en las teorías conspirativas. (Larrondo et al, 2019).

Tabja J. (2021) afirma que según una investigación publicada en *Nature Physics*(David et al. 2020) las *fake news* se dispersan con un patrón similar a los virus biológicos, pero más rápido como consecuencia de la selección de que se hace a la hora de distribuir este tipo de contenidos, que regularmente ocurre entre familiares y amigos, y estos, a su vez, lo comparten con otras personas. El problema no es menor cuando se involucra a la comunidad científica en la difusión de noticias falsas o tergiversadas, los movimientos antivacunas, las organizaciones en contra del calentamiento global, entre otras, alardean tener la verdad absoluta en el conocimiento científico, apuestan al desconocimiento generalizado de información científica, para, así, posicionar su agenda pública.

La Federación Internacional de Periodistas, organización que agrupa a más de 600 mil comunicadores en todo el mundo, publicó en el 2018 una Guía para combatir la desinformación en la era de la posverdad⁵. En ella, delinean diversos pasos a seguir para poder detectar, anular y combatir noticias falsas y verdades a medias, entre otros puntos, proponen buscar varias fuentes de información para poder comparar y establecer una referencia editorial, además, sugieren que las paginas donde se busque información siempre tengan en su código de acceso o link, una terminación, org, com, net, o referenciada a algún gobierno en específico.

Científicamente es imposible crear un algoritmo de la verdad como afirma Cristina Pauner (2018, 314). Pero la tecnología si puede ayudar a detectar y frenar la proliferación de noticias falsas. (Arrojo M.J. 2020).

Pero, ¿Cuáles son las motivaciones de estos movimientos antivacunas y anti statu quo? los anti-realistas, cuestionan que se pueda alcanzar la verdad, mediante el conocimiento científico.

Sustituyen a lo teórico por lo empírico; le atribuyen al sentido común, la solución a la mayoría de los problemas. (Arrojo. M.J., 2020).

La realización de revisiones de la literatura científica permite tener un conocimiento actualizado sobre un determinado tema, además de proporcionar a la comunidad científica nuevas líneas de investigación aún por explorar en ese campo de estudio. (Blanco, Tejedor, 2019). Aquí es donde los “salvadores del mundo” se topan con pared, pues, al no poder sustentar científicamente sus teorías, recurren a la ofensa y la denostación como mecanismo de defensa a sus argumentos.

Autores como Wardle y Derakhshan (2017) proponen encontrar soluciones a la necesidad de ampliar el estudio de las noticias falsas y sus consecuencias, ajustándose a la realidad mediática en la que vivimos. Para Blanco y Tejedor (2019) las *fake news* pueden concebirse como un escenario proclive al desarrollo de trabajos científicos por parte de los docentes, investigadores y grupos de investigación, pues es, aún, un territorio poco explorado para su análisis. Para Larrondo et al. (2021) la literatura científica sobre el papel de las redes sociales como herramientas de comunicación en materia de vacunas ha aumentado... y los debates a través de twitter sobre la eficacia o ineficacia de las vacunas han convertido a esta plataforma en un foco de interés académico. (Larrondo ET AL, 2019).

“La valoración entre la verdad y la ficción es lo que da fuerza a las *fake news*, y enciende la falacia de la autoridad...por ello, es fundamental mantener la credibilidad y la aceptación del ecosistema mediático (Gelfert, 2018; Scheufele,2014).

Considero que aún falta mucho por ver en el tema de la pos verdad y el Covid-19, pues se sigue alimentando a la confusión y a la anarquía mediática con fines políticos y electoreros que anteponen sus intereses a los de la sociedad en su conjunto.

De las regulaciones y el marco jurídico

la Unión Europea ha sido la primera autoridad de gobierno en tomar cartas en el asunto para combatir las noticias falsas, en el 2019 se publicó un documento denominado Informe sobre cómo combatir la desinformación, lo que dio como resultado, en primer lugar, sustituir el término de “*fake news*” por el de desinformación, pues este es más amplio y adecuado para abordar la compleja realidad de los desórdenes informativos de la sociedad actual. (Galdámez, 2019).

La realidad es preocupante, pues en otro estudio elaborado por la empresa Simple lógica, arrojó que casi ocho de cada diez españoles son incapaces de distinguir una noticia falsa de una verdadera, lo peor, es que los encuestados se definen con el suficiente criterio para poder distinguir una noticia falsa de una verdadera. (Galdámez, 2019). En el 2013, el Fondo Económico Mundial señalaba la rápida extensión de la desinformación como uno de las 10 tendencias dominantes de la época (WEF, 2013).

La autorregulación es, hasta ahora, la mejor herramienta para combatir la desinformación, para Aznar (2019) esta apuesta es uno de los principales ejes rectores en la actividad política y reguladora, el principio de Subsidiariedad. Para 2018, las grandes compañías tecnológicas, firmaron el Código de Buenas Practicas contra la Discriminación, en ese documento, Facebook, Google, Twitter, Mozilla y la industria publicitaria se comprometen a implementar medidas específicas para combatir la desinformación. (Aznar, 2019).

Pero el problema no se puede resolver de una manera tan metódica, pues influyen en él, factores diversos, antropológicos, sociales, culturales, económicos, religiosos, éticos y morales, que obstaculizan el camino hacia la libre expresión de las ideas sin afectar las libertades de otros.

Rubio Núñez (2018) afirma que las desigualdades provocadas por la brecha digital, motivan que aspectos como la edad, el sexo, la raza y la educación, influyan de manera negativa para la propagación de contenidos carentes de verdad.

El Tribunal Constitucional de España determinó, hace varios años como se debe asumir la verdad periodística. En la Sentencia 6 del 21 de enero de 1998, se estableció que la veracidad de la información tiene que ver con la diligencia del reportero al investigar, Se busca, menciona la

Sentencia, que se agoten todas las vías que tenga a su alcance para acceder a los detalles de un suceso y corroborarlos antes de publicarlos. Para el tribunal es posible que se presenten imprecisiones o equivocaciones, que no son ajenas a cualquier intercambio de información. (Mejía Upegui, 2021).

La Corte Constitucional de Colombia emitió entre 1992 y 2019, diversos fallos en donde se definió el significado de las palabras verdad y periodismo, en un interesante análisis jurídico, se definió en la Sentencia T-332 de 1993, que la información es un derecho de doble vía, que se compone de un sujeto activo (quien emite) y un pasivo (quien recibe los mensajes). Entre 1992 y 2015, la Corte Constitucional colombiana adoptó dos puntos de vista respecto a la verdad periodística. El primero se enfoca en la concepción de la verdad como descubrimiento, al segundo, asume la verdad como adecuación porque establece que la veracidad no es certeza absoluta sino diligencia en la investigación. (Mejía, 2021).

Galdámez (2019) establece que el primer estado en dar una respuesta contundente al problema de la desinformación fue Alemania, quien, en el 2017, aprobó una Ley para la mejora en el cumplimiento jurídico de las redes sociales, una norma que no se centra en el creador del contenido, sino en el reproductor y distribuidor del mismo. Posetti et al(2020) establece que el compromiso de los periodistas con las audiencias y las fuentes de información a través de los canales de las redes sociales también pueden verse como una nueva y destacada característica de los marcos de responsabilidad que ayudan a la autorregulación.

Coincido con Galdámez (2019) cuando afirma que el paradigma ha cambiado, pues el modelo tradicional informativo ya no está adecuado a la necesidad inmediata de información por parte del usuario, ahora, el mismo usuario se ha convertido en un sujeto pasivo que permanece inmóvil bajo la lluvia de titulares, muchos de ellos, estridentes, sin filtros previos que no garantizan la fiabilidad de su origen. (Galdámez, 2019).

Conclusiones

Conclusiones

Después de analizar y comprender con base en el marco teórico desarrollado durante este proyecto de investigación podemos concluir que las noticias falsas son un recurso que se utiliza mayormente para generar usuarios de determinadas redes sociales, además, que se utilizan para denostar u ofender a personas, sistemas de gobierno, grupos sociales etc. son en las noticias falsas donde encontramos el terreno fértil para que personas con ideologías radicales expongan su pensar y su sentir sobre determinados temas, no es coincidencia que este tipo de información se comparta entre familiares y amigos cercanos, como tampoco es coincidencia que se nos presenten de forma involuntaria mientras estamos revisando nuestras redes sociales.

Los algoritmos juegan un papel determinante en la distribución de este tipo de materiales, pues son los códigos tecnológicos, los que nos van “escaneando” digitalmente, y al quedarnos observando una imagen por determinado tiempo en nuestro móvil, el algoritmo asume que es de nuestro agrada y comienza a bombardearnos de información relativa a la imagen observada. Es así como las grandes compañías de comunicación conocen de nuestros gustos y temores, de nuestras filias y fobias, y de esa información se basan para ofrecernos productos que nos ayudarán a resolver nuestros problemas.

La pos verdad es un tema que pasa más por lo político que por lo ético; es en ese mecanismo de comunicación donde conocemos de verdades a medias, o verdades contadas según las necesidades ideológicas del usuario de las redes sociales, en este modelo comunicativo, el fin es confrontar al sistema de gobierno en turno, no se trata de hacer un momento divertido mientras observamos fotos y videos; el objetivo principal es penetrar en nuestra conciencia y modificar nuestro criterio sobre determinado tema.

No podemos desligarnos de este tipo de información, la cual, se genera desde estructuras comunicacionales bien establecidas que tienen como meta desestabilizar el statu quo. La editora en jefe de The Guardian, Katherine Viner, afirmó que “Facebook se ha convertido en el editor más rico y poderoso de la historia al reemplazar a los editores tradicionales con algoritmos”. (Posetti,

et al, 2020). Y concuerdo con esa visión, ya que ahora, ya no es necesario un editor de contenidos informativos, puesto que el usuario se ha convertido en su propio editor de información; el usuario selecciona que ve, a qué horas, de que fuente, la duración de la información, el contexto y hasta la línea editorial.

García-Marín et al. (2021) establecen que “Desde el campo de la comunicación, han sido prolijos los esfuerzos por determinar cuál debe ser el papel de las instituciones periodísticas para afrontar este desafío y, en este sentido, gran parte de los estudios realizados a nivel internacional se han enfocado en el análisis del periodismo de investigación como instrumento indispensable”.

Pero, ¿Dónde entra la justicia en la defensa de la trasgresión de las libertades? el concepto de regulación por sí solo genera confusión y rechazo, las legislaciones a nivel estatal y federal en todos los países, deben ponerse de acuerdo, primero en definir lo que conocemos como verdad, ya que, a partir de esa definición podemos recorrer el duro camino de la conciliación y el respeto sin violentar el estado de derecho ni la libertad de expresión, otra pregunta que debemos hacernos es ¿Dónde comienza la individualidad en el ejercicio de la libertad de expresión y donde concluye para convertirse en una postura de grupo? La respuesta es complicada, porque influyen aspectos ideológicos, sociales, culturales y políticos, y en la interpretación de cómo cada quién le demos a nuestra libertad, es donde en automático, trasgredimos la libertad de otros.

“La teoría del encuadre (framing) pone de manifiesto como los marcos organizan la realidad (Sadaba Garranza, 2001). Mediante el framing, las narrativas imponen determinados puntos de vista sobre la realidad... los hechos adquieren sentido en términos de sus sistemas de marcos, o serán ignorados” (Rodrigo-ALSINA, Cerqueira L (2019).

El papel de la ética y la justicia fue abordado por Guareschi (2000, pp.52-55) para él,” las dos son mediadoras de las relaciones entre las personas, pero la justicia es la virtud central de la ética, porque comanda actos que rigen las actitudes de los seres humanos entre sí” (Rodrigo-Alsina, Cerqueira (2019).

El instituto Poynter publicó en 2015 una nota de Alexios Mantzarlis que indica cinco consejos para desacreditar noticias falsas:

Bibliografía

- Arrojo M J (2020) Las ciencias de la comunicación desde el realismo científico: el problema de la complejidad de las noticias falsas. España. Ediciones Universidad de Salamanca
- Aznar H. (2019) Desorden informativo y autorregulación. España. Telos
- Blanco I. García C. Tejedor S. (2019) El impacto de las fake news en la investigación en Ciencias Sociales. Ediciones Computense
- Califano B. (2015) Los medios de comunicación, las noticias falsas y su influencia sobre el sistema político. Revista mexicana de opinión pública
- Castillo-Riquelme et al. (2021) Noticias falsas y creencias infundadas en la era de la posverdad. Universitas
- Estudio de comunicación (2018) Influencia de las noticias falsas en la opinión pública. España. Servimedia
- Forti S. (2022) Posverdad, fake news y extrema derecha contra la democracia. Argentina. Nueva sociedad N° 298
- García Acosta D.& Gómez M.E. (2022) Fake news en tiempos de pos verdad. Análisis de informaciones falsas publicadas en Facebook durante los procesos políticos en Brasil y México 2018 Estudios sobre mensaje periodístico
- García-Marín D. Guiomar Salvat M. (2021) Investigación sobre desinformación en España. España. Ediciones Universidad de Salamanca
- Galdámez Morales A. (2019) Pos verdad y crisis de legitimidad: el creciente impacto de las fake news. #RET Revista española de transparencia
- Hidalgo A. (2022) ¿Qué es la pos verdad? (27 mayo 2022) Smartick. <https://www.smartick.es/blog/otros-contenidos/pensamiento-critico/que-es-la-posverdad/>
- Larrondo Ureta, A., Peña Fernández S. Morales i Gras J. (2021) Desinformación, vacunas y covid-19 España. Revista latina de comunicación social

Marín –Casanova J. (2019) Posverdad y fake news ¿moda o modo? Ámbitos N^o 41 p 108

Rodrigo-Alsina M. Cerquería L. (2019) periodismo, ética y pos verdad. Cuadernos.

Marzal F. Caserri-Ripóles J. (2022) El sistema mediático ante la desinformación. Madrid. Revista Científica de comunicación

Mejía Upegui J. (2021) Pos verdad y fake news: la cuestión filosófica sobre la verdad periodística y su interpretación en la jurisprudencia de la corte constitucional colombiana (1992-2015) Comunicación

Morales E. Hernández J.J. (2018) La pos verdad y las noticias falsas: el uso ético de la información. México. UNAM

Posetti J. et. al (2020) Periodismo, noticias falsas & desinformación. UNESCO

¿Qué son las fake news? Guía para combatir la desinformación en la era de la posverdad [qué son las fake news.pdf](#)

Ramírez Corzo C. (2019) Noticias falsas: el nuevo poder en la era pos verdad. Opción. Año 35

Rodrigo-Alsina M. Cerquería L. (2019) periodismo, ética y pos verdad. Cuadernos.

Rodríguez J.M. (2021) Marco Antonio, el romano que no pudo reinar. (febrero 2021) Historia en prensa. <http://cliocanarias.com/marco-antonio-el-romano-que-no-pudo-reinar/>

Rubio J.M. (2009) Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting. Gaceta de antropología

Rubio Núñez R. (2018) Los efectos de la pos verdad en la democracia. UNED. Revista de derecho político

Tabja J. (2021) El montaje en ciencias y las fake news (s.f) Revista CTS

Tusa F. Duran M. (2019) La era de la desinformación y de las noticias falsas en el ambiente político ecuatoriano de transición. Ecuador # Per Debate, Vol. 3

Visionmty (2022), ¡!Ultima noticia!! Muere el papa Benedicto XVI. (11 de julio, 2022). Twitter.
<https://twitter.com/visionmty1/status/1546648945723686915>

Wachs S. Wettstein A. Ludwig B. Gudix M. (2022) Discursos de odio en comunicación. España.
Comunicar.

ANEXOS

Los anexos que se deben incluir son:

Anexo A: Instrumento utilizado

Anexo B: Carta de liberación de tesis, carta de certificación de revisión, Carta de autorización,

Anexo C: Reporte de autenticidad por el software anti-plagio que sea señalado por la coordinación de investigación de la facultad

Anexo D: en caso de haber realizado entrevistas, la transcripción de estas. En caso de no haber realizado entrevistas se omite el anexo D

Anexo E (opcional): si no se realizaron entrevistas este anexo puede ser el D, es opcional y servirá para adjuntar información que se considere relevante.

Nota: los anexos A, B, C, etc., no se incluyen en el índice temático, ya que solamente se debe incluir esta página en el índice para informar al lector donde inician los anexos.