



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**VIDEO REPORTAJE SOBRE LAS FAKE NEWS PRODUCIDAS DURANTE
LA PANDEMIA DEL COVID19. ESTUDIO DE CASO: FACEBOOK**

Trabajo de titulación previo a la obtención del

Título de Licenciado en Comunicación Social

AUTOR: Steven Paul Lucas Montenegro

TUTOR: Jaime Ramiro Morejón Vallejo

Quito-Ecuador

2022

**CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**

Yo, Steven Paul Lucas Montenegro con documento de identificación N° 1726237470 manifiesto que:

Soy el autor y responsable del presente trabajo; y, autorizo a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Quito, 10 de marzo del año 2022

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Steven Paul Lucas Montenegro', written over a horizontal line.

Steven Paul Lucas Montenegro
1726237470

**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL
TRABAJO DE TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD
POLITÉCNICA SALESIANA**

Yo, Steven Paul Lucas Montenegro con documento de identificación No. 1726237470, expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del Producto Comunicativo: “Video reportaje sobre las Fake News producidas durante la pandemia del Covid19. Estudio de caso: Facebook”, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado en Comunicación Social, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 10 de marzo del año 2022

Atentamente,



Steven Paul Lucas Montenegro
1726237470

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Jaime Ramiro Morejón Vallejo con documento de identificación N° 1720575339 docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: VIDEO REPORTAJE SOBRE LAS FAKE NEWS PRODUCIDAS DURANTE LA PANDEMIA DEL COVID19. ESTUDIO DE CASO:

FACEBOOK, realizado por Steven Paul Lucas Montenegro con documento de identificación N° 1726237470, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Producto Comunicativo que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 10 de marzo del año 2022

Atentamente,



Jaime Ramiro Morejón
Vallejo1720575339

Dedicatoria

Dedico mi trabajo de titulación primero a Dios por permitirme llegar a esta gran etapa de mi vida y por haberme dado salud para poder cumplir con uno de mis objetivos.

A mis padres y hermanos por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos y valores los cuales me han sido de mucha utilidad para ser una persona de bien.

A mi familia por sus mensajes de aliento y apoyo incondicional a mis habilidades y destrezas.

A todos los docentes de la Universidad Politécnica Salesiana de la Carrera de Comunicación Social quienes han sido un pilar fundamental para mi formación académica.

Agradecimientos

Agradezco a mis padres Mariana Montenegro y Andrés Lucas por ser mi guía, por su apoyo incondicional, por haberme formado como un hombre de bien y por darme la gran oportunidad de estudiar una carrera acorde a mis intereses, de igual manera a mis hermanos quienes fueron un gran soporte durante mi proceso de formación y también a mi esposa por brindarme todo su apoyo.

Agradezco a mi tutor Jaime Ramiro Morejón por su paciencia, dedicación y conocimientos impartidos los cuales han sido de gran ayuda en este proceso para poder realizar un buen trabajo.

Un profundo agradecimiento a todos los docentes que fueron partícipes de mi proceso de formación desde el primer nivel hasta mi proceso de titulación, quienes con su alto nivel de conocimiento me han permitido formarme tanto personal como profesionalmente. A las distinguidas autoridades de la Universidad Politécnica Salesiana quienes han velado por el bienestar de los estudiantes teniendo como objetivo formar hombres y mujeres profesionales de bien.

Finalmente agradezco a todas las personas quienes me han rodeado y de alguna manera han puesto un granito de arena en todo el transcurso de estudio y formación profesional para que mi persona pueda cumplir este objetivo.

Resumen

Las Fake News que se difunden en Facebook se han convertido en un problema social que trae consigo muchas consecuencias las cuales pueden impulsar a tomar decisiones erróneas ante las problemáticas que se presenten. Muy claro es el ejemplo suscitado en el Ecuador, donde las noticias falsas y el impacto que tuvo su difusión durante la pandemia del Covid19 provocó un caos en la información: las personas tenían falsas teorías acerca del virus y sus tratamientos para una posible cura, esto generó un descontrol de la situación sanitaria.

El motivo de la problemática proviene de la desinformación que provocan las Fake News por lo tanto la gente se crea en su imaginario ideas erróneas que se deslindan de la realidad. Todo esto debido a que en la red social Facebook existe mucha libertad por parte de los usuarios para compartir diverso tipo de contenido, sin embargo, en los últimos años la empresa ha tenido como prioridad combatir la proliferación de noticias falsas mediante la implementación de verificadores de datos o también conocidos como Fact-Checkers los cuales revisan el contenido publicado en Facebook, en caso de que este sea falso es eliminado.

Palabras Clave: Noticias falsas, información falsa, pandemia, Covid19, Facebook, redes sociales.

Abstract

Fake News that spread on Facebook have become a major social problem that carry numerous consequences which can lead to misled decision making when facing problems. A very clear example is Ecuador, where fake news and the impact of their dissemination during the Covid19 pandemic caused chaos in information: people had wrong theories about the virus as well as treatments for a possible cure, which led to a lack of control of the health situation.

The reason for the problem stems from the misinformation caused by Fake News, which leads people to create ideas that are far removed from reality. In Facebook's case users are free to share various types of content, however, in recent years the company has made it a priority to fight the proliferation of fake news by implementing Fact-Checkers that control the veracity of posted content and remove it in case it is proven to be false.

Keywords: Fake news, wrong information, pandemic, Covid19, Facebook, social networks.

Índice

Introducción	1
Objetivos.....	3
Objetivo General.....	3
Objetivos específicos	4
Justificación	4
Aproximación Teórica	6
Escuela de Chicago.....	6
Escuela de Frankfurt	7
Medios Digitales – Redes Sociales	8
Facebook.....	8
Fake News.....	9
Tipos de información falsa	9
Metodología	10
Producción audiovisual.....	11
Resultados	13
Conclusiones	14
Bibliografía	15
Anexos	17

Introducción

El término Fake News se ha empleado con mayor frecuencia en el ámbito informativo debido a que:

Es utilizado para conceptualizar la divulgación de noticias falsas que provocan un peligroso círculo de desinformación. Las redes sociales permiten que los usuarios sean productores y consumidores de contenidos a la vez, y han facilitado la difusión de contenido engañoso, falso o fabricado. Así se genera un circuito vicioso, y una noticia falsa se replica miles de veces en cuestión de segundos. (International Federation of Journalists [IFJ], 2018, pág. 1).

La desinformación y la propaganda son elementos que tienen un gran vínculo con la comunicación humana desde hace muchos siglos atrás en Roma en los años 30 a. C., en la cual tuvo lugar un enfrentamiento entre Octavio y Marco Antonio por la lucha de poder. Ambos demostrando de diversas maneras ser aptos para comandar. Esto desató una guerra de desinformación en la cual Octavio utilizó para su campaña frases cortas escritas en monedas algo similar a lo que en el siglo XXI se conoce como un tuit. Dichas frases señalaban a Marco Antonio como un mujeriego, borracho y no apto para liderar. Tiempo después Octavio había logrado su objetivo y las noticias falsas generadas por él le dieron la victoria convirtiéndose en Augusto, el primer emperador de Roma. (Kaminska, 2017).

Las noticias falsas, en sí, tienen origen en 1835 cuando el conocido periódico de New York “The Sun” publicó la primera Fake News en la que se comunicaba acerca de seres extraños que habitaban la Luna. Esta noticia provocó un gran impacto en la población norteamericana debido a tres situaciones:

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 superaban 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 (Salas, 2019).

Estos aspectos contribuyeron en la difusión de gran magnitud de esta noticia falsa disfrazada de información veraz.

La desinformación ha sido utilizada en gran magnitud en el ámbito político para el beneficio de los grupos de poder, tal es el caso de la manipulación de las noticias que dieron inicio al nazismo, donde la información fue distorsionada para solventar intereses particulares. El método empleado es la reiteración o repetición, la cual genera credibilidad a dichos datos tal como menciona uno de los creadores de la propaganda nazi, “Miente,

miente, miente que algo quedará, cuanto más grande sea una mentira, más gente la creará” (Goebbels, 1941).

De igual manera sustentando el poder de la desinformación en la frase “Una mentira repetida mil veces se convierte en verdad” (Goebbels, 1941).

Actualmente, en el 2021, se sigue evidenciando la producción y difusión de Fake News de una manera impresionante puesto que es notorio la gran cantidad de información manipulada que circula en las redes sociales y las mismas poseen una gran capacidad de viralización en muy poco tiempo, muestra de aquello se puede evidenciar en el problema sanitario que está acarreado a todo el mundo debido a una pandemia por el Covid19.

A finales del año 2019 se conocían ciertos rumores sobre el surgimiento de una neumonía de origen desconocido en China precisamente en la Ciudad de Wuhan, para inicios del año 2020, las autoridades del país asiático denominaron al problema como una nueva cepa de coronavirus.

Durante las primeras semanas, en las cuales el nuevo virus estaba tomando fuerza, existió negligencia por parte de las autoridades chinas quienes en ese contexto se ocultó información sobre la transmisión de la enfermedad en humanos, además el personal de salud habría sido instruido a mantenerse en total reserva y limitarse a informar sobre la situación (BBC News, 2020). Eso provocó que el virus se expanda a nivel mundial tornándose incontrolable puesto que no existían límites fronterizos ni protocolos sanitarios para evitar el masivo contagio, esto se convirtió en un gran problema el cual dio como resultado una pandemia de Covid19.

Oficialmente, el primer caso en ser confirmado en Ecuador fue el día sábado 29 de febrero de 2020, se trataba de una mujer ecuatoriana proveniente de un vuelo desde España la cual arribó al país el 14 de febrero del mismo año. La ciudadana tuvo contacto con varias personas sin saber que estaba contagiada de coronavirus, como resultado el virus se fue esparciendo a nivel nacional, teniendo un aumento considerable de casos positivos.

El problema sanitario dio paso a varios conflictos entre los cuales están los económicos, donde se desató una crisis impactante, debido a que la sociedad entro en confinamiento obligando a empresas y negocios a paralizar sus actividades temporalmente teniendo como resultados grandes pérdidas económicas. De igual manera notorios problemas en el sistema de salud el cual colapsó por el alto índice de casos positivos, los cuales requieren

hospitalización, el sistema educativo y laboral se vio obligado a migrar a la modalidad virtual como las clases en línea y el teletrabajo, respectivamente. En este sentido, las Fake News no se hicieron esperar, puesto que hubo una gran cantidad de noticias falsas que fueron producidas y siguen produciéndose manteniendo la característica de ser virales y provocando desinformación en la ciudadanía.

A principios del 2021 se empezó a distribuir las vacunas de diversos laboratorios a nivel mundial, cada país se encuentra inoculando a su población con la finalidad de erradicar al virus.

La última pandemia que se tiene registrada en la historia de la humanidad data:

Del año 1918 fue la más grave de la historia reciente. Fue causada por el virus H1N1 con genes de origen aviar. Si bien no hay un consenso universal respecto de dónde se originó el virus, se propagó a nivel mundial durante 1918-1919. En Estados Unidos se detectó por primera vez durante la primavera de 1918, entre el personal militar. (Centers for Disease Control and Prevention [CDC], 2018).

Es por esto que se está realizando un producto audiovisual sobre el impacto de las Fake News en las personas durante la pandemia del Covid19 en los primeros tres meses de su detección en el país.

Este producto tiene una duración de 25 minutos y cuenta con entrevistas a periodistas, médicos y especialistas involucrados en la temática a tratar para tener una profundización del tema y poder entenderlo de mejor manera. El género en el que se desarrolla el producto audiovisual es el reportaje.

Es preciso recalcar la importancia del tema para la comunidad académica ya que es de gran utilidad para conocer, analizar e investigar con gran detalle los diversos factores que interfieren en el ser humano la masificación de noticias falsas y las consecuencias que acarrearán las mismas tal como lo presenciamos con la divulgación de Fake News durante la emergencia sanitaria que atraviesa el Ecuador y el mundo entero debido al Covi19.

Objetivos

Objetivo General

Elaborar un video reportaje sobre las Fake News difundidas en Facebook durante la pandemia del Covid19 en los meses de marzo y abril del 2020.

Objetivos específicos

Identificar las noticias falsas que circulan en Facebook y su incidencia en los usuarios.

Conocer cómo se expresan las Fake News y qué les caracteriza para generar un gran impacto en la audiencia mediante la recopilación de opiniones de expertos.

Comprender el surgimiento y producción de las Fake News y su capacidad de viralización que las mismas poseen.

Justificación

Existen varias instituciones académicas del país que tienen investigaciones acerca de este tema en formatos textuales como artículos, tal es el caso de los autores (Ochoa , Moreno, & Monserrat, 2020). *Fake News en tiempos de crisis: aproximación a su reconocimiento y percepción durante el confinamiento por COVID-19 en Ecuador* [Tesis de pregrado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/15070>.

Por otro lado, tenemos estudios enfocados en la desinformación como es el caso de (Simon & Orellana, 2015). *La responsabilidad civil en la difamación ¿cuáles son los límites para los medios de comunicación?* [Tesis de pregrado, Universidad San Francisco de Quito]. <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/5202>.

Así mismo existe información importante que nos permite fortalecer la investigación con el proyecto de (Echeverría Proaño, 2018). *Responsabilidad extracontractual de los proveedores de contenido en sitios web, sobre la emisión de noticias falsas* [Tesis de pregrado, Universidad de las Américas]. <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/9274>.

Es importante mencionar que en ningún caso se ha desarrollado un producto audiovisual en formato reportaje para mostrar, de manera ilustrativa, mediante la proyección de material gráfico, el cual ayuda a la profundización del tema que se está tratando.

La siguiente investigación es una propuesta que tiene como punto primordial, el abordaje de una temática que está dirigida a la comprensión del funcionamiento y desarrollo de las Fake News; en una primera mirada la propuesta pretende conocer todos los aspectos que se evidencian en el proceso de producción y difusión de las Fake News, para después pasar a exponer el impacto que genera su viralización durante una gran problemática social y de salud como la pandemia del Covi19.

El Internet cambió muchas prácticas comunicativas, reduciendo tiempos y espacios las cuales por un lado se han visto favorecidas ya que brindan una mayor accesibilidad en cuanto a la socialización en la que se mantiene el ser humano. Las redes sociales nos han dado la posibilidad de reencontrarnos, repensarnos, compartir, producir y difundir contenidos, creando la idea del prosumidor.

El concepto “prosumidor” fue propuesto por (McLuhan & Barrington, 1972), ellos manifestaron que las nuevas tecnologías permitirían al consumidor adoptar de manera simultánea los roles de productor y consumidor de contenido.

Es por esto que surge la idea de investigar y estudiar esta problemática la cual a través de diversas indagaciones nos permitirá conocer los factores principales que encierra esta globalización de la información y que a la vez supone un gran reto, un riesgo y una responsabilidad con el fin de educar al prosumidor.

Breves cifras del movimiento que existen en los entornos digitales nos muestran (Torres Briegas & Lorenzo Pérez, 2018) los cuales señalan que “se realizan más de 3,5 millones de búsquedas en Google, se producen 900.000 accesos a Facebook y se envían 156 millones de emails”

Secuelas de esta problemática nos encontramos con la catastrófica situación de que los medios tradicionales como radio, televisión, prensa, los cuales son medios informativos regulados por una entidad la cual permite que el usuario obtenga información real y verificada hayan perdido audiencia entre las nuevas generaciones, ya que las redes sociales han logrado tener una mayor aceptación.

La transformación que ha sufrido la producción de la información ha provocado la deslegitimación de fuentes informativas provocando la desestimación de los medios tradicionales y del trabajo periodístico realizado por los profesionales de la comunicación.

Por lo tanto, es importante la realización del video reportaje planteado, el cual nos permitirá tener una mirada más profunda sobre el problema, contando con aportes de expertos que ayuden al entendimiento de la situación que conduce la difusión de las FakeNews y las secuelas que deja esta práctica.

Aproximación Teórica

La comunicación al igual que otras disciplinas posee una base con fundamentos teóricos los cuales ayudan al estudio del acto comunicativo, así como también sus mecanismos y herramientas que determinan su relación con el ser humano.

Es por ello que han existido un sin número de investigaciones que fundamentan y respaldan teóricamente los análisis de la comunicación teniendo como resultado diversas escuelas enfocadas en el estudio de la comunicación y sus derivados. Diversas teorías de suma importancia para la investigación tanto científica como académica han surgido de la Escuela de Chicago, Escuela de Frankfurt y la Escuela latinoamericana.

Escuela de Chicago

En la Escuela de Chicago se iniciaron los estudios formales de la comunicación y de los mensajes debido al contexto de crisis socio-cultural y económico que se atravesaba en el siglo XX.

Las investigaciones enfocadas en la sociología urbana se inician por parte de miembros de la Universidad de Chicago entre los años 1920 y 1930 con académicos como Robert Ezra Park, Jhon Dawey y George Mead.

Mediante el aporte de Park y su concepto de la ciudad como un laboratorio social es posible estudiar diversos conceptos de la comunicación, así como también comprender las relaciones sociales.

La ciudad y el entorno urbano representan para el hombre la tentativa más coherente y, en general, la más satisfactoria de recrear el mundo en que vive de acuerdo a su propio deseo. Pero si la ciudad es el mundo que el hombre ha creado, también constituye el mundo donde está condenado a vivir en lo sucesivo. Así pues, indirectamente y sin tener plena conciencia de la naturaleza de su obra, al crear la ciudad, el hombre se recrea a sí mismo. En este sentido y en este aspecto podemos concebir la ciudad como un laboratorio social. (Park, 1929, pág. 115).

Desde esa perspectiva y mediante la aplicación de los instrumentos metodológicos de esta investigación podemos tener una mirada al comportamiento de la gente y el uso que le dan a los medios masivos digitales para analizar su conducta y los entornos sociales que se generan a partir del uso de las redes sociales (Facebook).

Escuela de Frankfurt

La Escuela de Frankfurt tiene como punto de partida en la ciudad alemana de Frankfurt en el año de 1923 mientras se desarrollaban tres eventualidades importantes a nivel mundial. La consolidación del régimen fascista, el proceso de burocratización en la unión soviética y la potencia integradora del capitalismo.

Los filósofos más representativos Max Horkheimer, Theodor Adorno, Herbert Marcuse, Walter Benjamin, buscaban la posibilidad de construir un pensamiento crítico, el cual cuestione las ideas totalitaristas que conducen a la dominación del ser humano por parte de los grupos de poder mediante la elaboración de la Teoría Crítica, para de esta manera lograr independencia e igualdad.

Según la Teoría Crítica, los medios de comunicación masiva tienen efectos alienantes los cuales se evidencian en la pasividad de la opinión pública haciendo que el ser humano deje de pensar por sí mismo y de esta manera poder ser manipulado a través de los medios.

Es por esto que los mensajes que se emiten a través de los medios de comunicación se interpretan como reales produciendo inacción en las ideas del ser humano debido a que las personas no poseen un pensamiento propio o autocrítico.

En relación a ello (Horkheimer & Adorno, *Dialéctica de la Ilustración*, 1998) manifiestan que “La humanidad (...) no solo no ha avanzado hacia el reino de la libertad, hacia la plenitud de la Ilustración, sino que más bien retrocede y se hunde en un nuevo género de barbarie” (pág. 11).

Adorno y Horkheimer en su obra “*Dialéctica de la ilustración*” crean el concepto de industria cultural permitiendo diferenciar la noción existente de “cultura de masas” y “cultura de las masas”, comprendiendo a cultura de las masas a la cultura natural y cotidiana que la sociedad posee y cultura de masas a la cultura generada por el poder para manipular a la gente, en otros términos, una industria cultural.

De esta manera, podemos interpretar cómo las redes sociales producen una manipulación de masas mediante los mensajes que se difunden en estos espacios.

La teoría crítica se define como alternativa a la teoría social burguesa de carácter empírico y cuantitativo destinada al análisis de las partes del proceso social suficientemente consolidadas (...) desconociendo, por ello, la totalidad social en la que estas partes o

fragmentos cumplen su cometido y respecto a la cual adquieren sentido. (Saperas, 1985, pág. 167).

En las redes sociales se maneja un sinnúmero de mensajes que llega a la gente como un tipo de información que sin importar la procedencia se genera una industria cultural que muchas de las veces su objetivo principal es manipular ya sea mediante la generación de noticias falsas.

Medios Digitales – Redes Sociales

En cuanto a este término (Celaya, 2008) afirma que “Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos” (pág. 123).

A partir de la aseveración de Celaya podemos entrar en discusión sobre el contenido que encontramos en las redes sociales y es por esto que surge la problemática de considerar o no a las redes sociales como medios informativos confiables, ya que en las mismas encontramos variedad de información, la cual señala el autor antes mencionado, es compartido y publicado por terceras personas, conocidos y desconocidos.

Las redes sociales no fueron creadas precisamente con el fin de constituirse como medios informativos tal como se considera a los medios de difusión masiva (televisión, prensa, radio)

No todos los medios de comunicación surgen originariamente como medios de masas. A diferencia de la radio y la televisión, que nacen diseñados para la difusión masiva, el caso de la prensa y, en cierta medida, también de Internet y las nuevas tecnologías, nos presenta una trayectoria de masificación progresiva (Aguado, 2004, pág. 5)

Por esta razón es imprescindible dividir y distinguir a los medios de comunicación tradicionales que tienen como objetivo compartir con la ciudadanía información fidedigna, qué a diferencia de las redes sociales su finalidad es facilitar las comunicaciones interpersonales a corta y larga distancia de manera escrita y o audiovisual.

Facebook

Facebook es una de las redes sociales que más se utiliza a nivel mundial, fue creada y desarrollada por Mark Zuckerberg en 2004 como un proyecto educativo comunicacional para la Universidad de Harvard, un año después se puso a disposición a cualquier persona que sea poseedora de un correo electrónico. Esta red social permite a las personas crear un

espacio de comunicación en el cual existe la posibilidad de compartir contenido variado mediante mensajes, imágenes o videos produciendo una gran aceptación por parte de los usuarios.

Como red social tiene usos muy variados, como contactar gente, integrar grupos, participar en discusiones, leer noticias, para el público joven funciona como un nuevo medio de comunicación, que coloca en un segundo lugar al tradicional e-mail. También se permiten subir fotos y videos, lo que evidencia la enorme capacidad de almacenamiento de esta red, además posee aplicaciones de juegos, pruebas de habilidades, entre otras. (Balarezo & Llivichuzca, 2015, pág. 29).

Esta red social ha ido creciendo en los últimos años teniendo gran aceptación en el público al punto de ser una aplicación indispensable en los dispositivos móviles, debido a su intuitiva forma de utilizarse es común ver a grandes y pequeños utilizarla en el día a día.

Fake News

El término Fake News o noticias falsas en español es un término que se utiliza para determinar a la información no contrastada ni verificada que en la mayoría de los casos responde a intereses particulares, su fin puede variar desde una mofa hasta algo más delicado como el desprestigio a ciudadanos, políticos y o empresas nacionales e internacionales.

Siempre han existido las noticias falsas, pero con la llegada y expansión del internet, así como también las nuevas tecnologías de la comunicación y la información, las Fake News se han esparcido y han proliferado en todo el planeta.

Es así que las noticias falsas provienen de distintos espacios, por tal motivo existe una clasificación sobre los tipos de Fake News que circulan en las redes sociales.

Tipos de información falsa

Existen diversos tipos de información falsa que se difunde en los medios digitales.

Sátira o parodia: Su fin no es causar daño, no pasa de la mofa o burla

Contenido engañoso: Información engañosa para incriminar a algo o alguien.

Contenido impostor: La información falsa se disfraza como verídica mediante la utilización de fuentes o recursos reales.

Contenido fabricado: Es el contenido de información falsa inexistente diseñado para perjudicar o engañar.

Conexión falsa: La estructura de la información es errónea, los titulares e imágenes no concuerdan con el contenido.

Contexto falso: La información presentada no corresponde al contexto dado.

Esta masiva utilización permite que estas herramientas de comunicación o entretenimiento tomen un peso o gran influencia ante las demás personas “Cuanto más sólidas se tornan las posiciones de la industria cultural, tanto más brutalmente puede obrar con las necesidades del consumidor” (Horkheimer & Adorno, La industria Cultural, 1947, pág. 112.).

Aunque existan Fake News utilizadas como sátira o parodia es necesario clasificarlas ya que si bien es cierto algunas de ellas son creadas con el fin de bromear existen otras que pueden ser perjudiciales e influyentes en ciertos contextos sociales.

Metodología

Esta investigación parte de un enfoque cualitativo, ya que aborda un fenómeno social, se utiliza el paradigma interpretativo para la obtención de información por parte de quienes se encuentran involucrados en la problemática, tomando en cuenta que este paradigma nos permite la participación del investigador y el objeto investigado.

Este proyecto está fundamentado en una investigación de campo la cual se define como:

La investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta. (Santa & Martins, 2010, pág. 88).

Una etnografía digital como un método de investigación ayuda a estudiar el comportamiento de las personas, así como también, conocer el espacio socio-cultural que existe en los entornos digitales para, de esa manera, entender los factores que intervienen en la emisión y fácil difusión de las noticias falsas.

El argumento académico que aborda esta investigación está ligado a la Escuela de Frankfurt. Los autores íntimamente relacionados a ella son: Adorno y Horkheimer. Y es en la rama de la escuela crítica en que la cultura de masas fue abordada desde una perspectiva analítica con una propuesta de repensar la cultura de masas desde la dialéctica social.

En cuanto a técnica el diseño y elaboración de cuestionario permitirá ejecutar los instrumentos; es decir, las entrevistas. Esto nos permitirá obtener información acertada desde distintos ámbitos profesionales.

Para la obtención de la información y una descripción más profunda del problema, la herramienta a utilizarse es la entrevista, (Díaz , Torruco, Martínez, & Varela, 2013) la definen como “Conversación que se propone con un fin determinado distinto al simple hecho de conversar. Es un instrumento técnico de gran utilidad en la investigación cualitativa, para recabar datos”. La cual se la realizará tanto a personas comunes (usuarios cotidianos) como a profesionales y expertos en el tema.

Existen diversos tipos de entrevistas, entre las más usuales están las entrevistas estructuradas o enfocadas, semiestructuradas y no estructuradas.

En esta investigación emplearemos las entrevistas semiestructuradas las cuales:

Presentan un grado mayor de flexibilidad que las estructuradas, debido a que parten de preguntas planeadas, que pueden ajustarse a los entrevistados. Su ventaja es la posibilidad de adaptarse a los sujetos con enormes posibilidades para motivar al interlocutor, aclarar términos, identificar ambigüedades y reducir formalismos (Díaz , Torruco, Martínez, & Varela, 2013).

Producción audiovisual

Una vez analizado el tema, así como también recopilada la información teórica que nos ayude a sustentar la investigación, se opta por la producción de un video reportaje que muestre gráficamente la problemática que se está tratando.

Se inicia con el proceso de contacto y comunicación con diversos profesionales conocedores del tema que se está tratando para coordinar lugar y fecha para la realización de entrevistas audiovisuales.

Previo a un acuerdo con los actores involucrados en el tema se procede a realizar la entrevista al Sr. Diego Bravo Carvajal - Periodista, quien desde su experiencia en el ámbito comunicacional y al estar constantemente informando desde el lugar de los hechos junto a la comunidad comparte varios puntos de vista sobre el manejo de la información en los medios de comunicación.

Así mismo se procede a realizar la entrevista al Dr. Kevin Ortega, Médico Intensivista, quien en función de sus labores directamente en las casas de salud atendiendo la emergencia sanitaria nos comparte su vivencia sobre el manejo de la pandemia.

En otra conversación, el Dr. Hernando Ávila – Médico Farmacéutico, describe cómo la situación sanitaria impacta a toda la sociedad debido al desconocimiento de la misma y cómo las personas recurren a la automedicación, compra y venta de medicinas que no han sido comprobadas como cura para la pandemia del Covid19.

Por otra parte, el Dr. Gustavo Farinango, Médico General, nos brinda consejos desde el ámbito de la salud para sobrellevar la situación de la pandemia.

Continuando con las entrevistas, la Ing. Margot Rosado – Marketing y Diseño, expone todas sus ideas referentes al manejo y manipulación de las Fake News que mediante la alteración de los materiales audiovisuales se pretende convertir una noticia falsa en verdadera.

Finalmente, tenemos un dialogo con el Sr. Darwin Morejón – Analista de Comunicación ECU911, él nos expone todos los trabajos que realizan las autoridades competentes en cuanto a la prevención y control que puede brindar a la ciudadanía el Servicio Integrado de Seguridad ECU 911 mediante la capacidad de monitoreo que poseen en todo el país. Cada uno desde su experticia aportan con ideas claves que fundamentan el estudio e investigación de la problemática.

Ya obtenidas las entrevistas, posteriormente se pasa a revisar el material para, de esta manera, estructurar la idea a mostrar con la finalidad de cumplir con los objetivos planteados.

Preseleccionada la información que será útil para el producto audiovisual se procede a desplazarse por varios lugares con la finalidad de capturar imágenes las cuales permitan graficar las declaraciones de los entrevistados.

De igual manera, varios de los contenidos mostrados en el producto se realizan de manera digital, realizando animaciones con la ayuda de un software de edición.

Concluido el proceso de filmación y proceso de producción de imágenes que ilustren el producto, se procede a clasificar todo el material obtenido para poder estructurar el video reportaje, para ello se sitúan los archivos multimediales de manera ordenada conforme está construido el guion, así como también se añade musicalización y efectos según corresponda. Con todos los elementos completos se tiene elaborado el video reportaje que tiene como duración 25 minutos en el cual se muestra el impacto que tienen las Fake News producidas en Facebook durante la pandemia del Covid19 en el Ecuador, el mismo será difundido

mediante redes sociales y a través de programas de televisión online con enfoque sociocultural y educativo.

Resultados

Mediante una investigación a profundidad sobre el tema, se logra identificar las Fake News sobre la pandemia del Covid19 en el Ecuador que circulan en la red social Facebook, entre ellas noticias manipuladas sobre las posibles curas y soluciones ante la crisis sanitaria, muestra de aquello se evidencia un post en la red social antes mencionada con el titular **¡Buenas noticias! El Coronavirus se puede curar con un recipiente de agua hirviendo con ajo**, acompañado de una imagen ilustrativa que muestra a la hortaliza. Por otra parte, temas tecnológicos también fueron asociados al surgimiento del virus del Covid19 como lo evidencia un post que lleva como titular **¡ATENCIÓN! Las ondas que emiten las antenas del 5G esparcen el virus del Covid19** y de igual manera acompañado de una imagen ilustrativa de antenas que emiten señal de comunicación móvil. Así como estas varias fueron las Fake News que han sido generadas, pero es evidente que son recursos falsos debido a que no cuentan con fuentes que respalden dicha información.

Así mismo fueron notorias varias Fake News que se asemejan a publicaciones reales que realizan las instituciones a cargo del manejo de la pandemia en todos sus aspectos como páginas del Ministerio de Salud, la Secretaría de Comunicación del Gobierno, el Sistema Integrado de Seguridad ECU911 entre otros entes. Este contenido manipulado se inmiscuye entre las noticias verídicas debido a que en su estructura posee recursos gráficos que son similares a los posts reales, así como también se utiliza la misma tipografía y hasta los logotipos de cada institución haciendo creer a las personas que es una noticia emitida de manera oficial.

Debido al contexto las personas buscan informarse de manera rápida sobre la situación existente entrando en un estado de desesperación haciendo que la información que se presenta sea receptada de manera pronta sin tener la oportunidad de contrastar si dicha información es verídica.

Las Fake News se expresan en momentos de conmoción social las cuales apelan a la sensibilidad de las personas, estas noticias falsas tienen la capacidad de obtener credibilidad debido a que no existe un hábito o costumbre en la gente de verificar si la misma es real o manipulada ya que cuando se emite información acerca de un acontecimiento esta viene

acompañada de titulares que concuerdan con el contenido, de igual manera las noticias fiables casi siempre vienen acompañadas de boletines de prensa o documentos oficiales emitidos por los entes responsables de la problemática.

Pero es importante mencionar que el proceso para contrastar la información receptada se puede volver tedioso e insignificante para algunos usuarios de las redes sociales quienes usan estos espacios digitales como medios de entretenimiento y se genera desinterés por conocer el origen de dichas Fake News que dicho sea de paso provienen de distintos ámbitos como intereses particulares de tipo económicos, políticos, religiosos, impactos sociales y de salubridad.

Conclusiones

Actualmente, el Internet y las redes sociales ha logrado tener una aceptación inimaginable por parte de los usuarios debido a que se ha vuelto casi indispensable en el día a día tener redes sociales para mantenerse en contacto con las personas de intereses en común, así como la posibilidad de formar parte de la sociedad digitalmente conectada, estas personas consideran a las redes sociales como los nuevos medios de información o comunicación, haciendo que las mismas lleguen a tener un poder en la sociedad, así mismo adoptándolas como parte de su cotidianidad y dejando de lado a los medios de comunicación tradicionales. Esto ha hecho que las redes sociales pasen a ser medios informativos de primera mano y la sociedad recurra a informarse a través de estos nuevos medios.

Pero es importante tener en cuenta que la información que se emite en estos espacios no proviene de fuentes confiables, ya que cualquier usuario registrado puede acceder a las diversas plataformas y agregar cualquier noticia sin ser previamente revisada y regulada para considerar a dicha información como verídica y confiable.

Es aquí donde aparecen las Fake News las cuales se han convertido en un gran problema social, ya que han causado muchos inconvenientes entre las personas como cambiar el curso de una noticia verdadera hasta deslegitimar a personas importantes como políticos y celebridades, por esta razón la sociedad de alguna u otra manera es víctima de estas noticias falsas y en varias ocasiones no puede identificarlas debido a que el poder que tienen las Fake News y su capacidad de viralización hacen que sean imperceptibles y se inmiscuyan entre noticias reales.

La mayor cantidad de noticias falsas son creadas con la intención de generar disturbios y generalmente son producidas en momentos en los que existen problemas de gran alcance pueden ser políticos, económicos, sociales y de salud.

Las Fake News tienen un poder tan grande que pueden cambiar el curso de una situación de manera drástica, así como sucedió con la emergencia sanitaria a nivel mundial ya que debido a la difusión y pronta viralización de las noticias falsas durante la pandemia del Covid19 la situación por el virus de volvió incontrolable debido a que hubo mucha información no confirmada creando desesperación en la gente y en algunos casos cierto tipo de relajamiento por la desinformación provocada con las Fake News.

Bibliografía

Aguado, J. (2004). *Introducción a las teorías de la información y comunicación*. España: Facultad de Comunicación y Documentación.

Balarezo , M. A., & Llivichuzca, D. G. (2015). *Las redes sociales como nueva opción de promoción de las microempresas en la ciudad de Cuenca*. Cuenca: Universidad de Cuenca.

BBC News. (29 de Julio de 2020). *Origen del coronavirus: el científico que asegura que China "encubrió" los primeros casos de covid-19 (y cómo eso empeoró la pandemia)*. Obtenido de Destrucción de evidencia: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-53576076>

Celaya, J. (2008). *La empresa en la WEB 2.0*. España: Grupo Planeta.

Centers for Disease Control and Prevention [CDC]. (21 de marzo de 2018). *History of 1918 Flu Pandemic*. Obtenido de <https://espanol.cdc.gov/flu/pandemic-resources/1918-commemoration/1918-pandemic-history.htm>

Díaz , L., Torruco, U., Martínez, M., & Varela, M. (2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico*. México D.F: Universidad Nacional Autónoma de México.

Echeverría Proaño, D. A. (2018). *Responsabilidad extracontractual de los proveedores de contenido en sitios web, sobre la emisión de noticias falsas*. Quito: UDLA.

Goebbels, J. (1941). *El Imperio. Das Reich*.

- Horkheimer, M., & Adorno, T. (1947). *La industria Cultural*. Buenos Aires: Dialectica de iluminismo.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. (1998). *Dialéctica de la Ilustración*. Madrid: Trotta.
- International Federatioin of Journalists [IFJ]. (22 de Agosto de 2018). *¿Qué son las Fake News?: guía para combatir la desinformación en la era de posverdad*. Obtenido de https://www.ifj.org/fileadmin/user_upload/Fake_News_-_FIP_AmLat.pdf
- Kaminska, I. (17 de Enero de 2017). A module in fake news from the info-wars of ancient Rome. *Financial Times*.
- McLuhan , M., & Barrington, N. (1972). *TAKE TODAY. The Executive as Dropout*. Colchester: Harcourt Brace Jovanovich.
- Ochoa , A., Moreno, M. G., & Monserrat, V. (2020). *Fake News en tiempos de crisis : aproximación a su reconocimiento y percepción durante el confinamiento por COVID-19 en Ecuador*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Park, R. E. (1929). *La ciudad y otros ensayos de ecología urbana*. Chicago: An Experiment in Social Science Research, de T.V. Smith y Leonard D. White.
- Salas, C. (2019). La primera 'fake news' de la historia. *Historia y Comunicación Social*, 411-431. Obtenido de La primera "fake news" de la historia.
- Santa, H., & Martins, G. (2010). *Estudios de campo. Una nueva perspectiva*. Colombia: Ediciones. Ruiz.
- Saperas, E. (1985). *"Comunicación y anticipación utópica"*. Barcelona: Escuelas y autores. Gustavo Gili.
- Simon , F., & Orellana, A. (2015). *La responsabilidad civil en la difamación ¿cuáles son los límites para los medios de comunicación?* Quito: USFQ.
- Torres Briegas, M., & Lorenzo Pérez, A. (24 de Mayo de 2018). *'Fake news': cifras y soluciones de un fenómeno global*. Obtenido de <https://www.bbva.com/es/fake-news-cifras-soluciones-fenomeno-global/>

Anexos
Ficha Técnica

Título:	Video reportaje sobre las Fake News producidas durante la pandemia del Covid19. Estudio de caso: Facebook
Autor:	Steven Lucas
Tema:	Fake News
Duración:	25 minutos
Formato:	HD Digital
Resumen:	Video reportaje que muestra el impacto de la difusión de las Fake News durante la pandemia del Covid19 en el Ecuador. El origen de las mismas, todos los actores involucrados y la opinión de expertos para el entendimiento de esta gran problemática que se suscita a nivel mundial.

Guion técnico del video reportaje

Escena	Plan	Encuadre	Movimiento	Imagen	Sonido
1	1	Animación digital	N/A.	Se observa un video introductorio	<i>Canción - eSports New Opening</i>

				a la temática a tratar.	
2	1	Animación digital texto ilustrativo	N/A.	Se observa una animación con texto e imágenes que acompañan a la voz en off.	Voz en off - “Las Fake News o también conocidas como noticias falsas son un problema que afectan a la población mundial, generando conflictos en distintos ámbitos, ya sean políticos, sociales, económicos y de salud. Pero ¿Qué son las Fake News?”
3	1	PA de Diego. Profundidad de campo. Ley de tercios. Ley de la mirada. Perspectiva	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Se observa a Diego sentado en una banca en el parque, su mirada hacia la persona que lo entrevista.	Audio Entrevista

4	1	Animación digital Noticias Falsas	N/A.	Se aprecia una animación digital de fotografías que muestran algunas de las Fake News difundidas en Ecuador	Audio Entrevista
5	1	PG de personas. Profundidad de campo. Sin ley de tercios. Sin ley de la mirada. Perspectiva.	N/A. Cámara sobre mano.	Se observa personas caminar por la calle.	Voz en off – “Temas de interés social y político son los más afectados”
6	1	Animación digital Fake News	N/A.	Animación de un texto “Fake News”	Voz en off - por las noticias falsas.
7	1	Animación de noticias falsas posteadas en internet	N/A.	En la pantalla aparecen varias noticias falsas que impactaron a nivel mundial.	Voz en off – “El papa Francisco apoya a Donal Trump, Corea del Norte abre las puertas al Cristianismo, Un astrónomo

					Ingles descubre vida en la luna”
8	1	PA de Esteban. Poca profundidad de campo. Sin ley de tercios. Sin ley de la mirada. Sin perspectiva.	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Se aprecia a Esteban colocando un cartel en la pared	Voz en off – “son algunas de las más impactantes Fake News y así como estas”
9	1	PP de cartel. Poca profundidad de campo. Sin ley de tercios. Sin ley de la mirada. Sin perspectiva.	Tild Down	Se observa un cartel el cual contiene información sobre las Fake News	Voz en off – “a diario se generan y se viralizan un sin número de noticias falsas alrededor del mundo”.
10	1	Animación digital	N/A.	Se observa una animación digital de números y mapa	Voz en off – “un sin número de noticias falsas alrededor del mundo”
11	1	PA de Diego. Profundidad de campo. Ley de	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Se observa a Diego sentado en una banca en	Audio Entrevista

		tercios. Ley de la mirada. Perspectiva		el parque, su mirada hacia la persona que lo entrevista.	
12	1	PP de manos de Estefania. Poca profundidad de campo. Sin ley de tercios. Sin ley de la mirada. Sin perspectiva.	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Las manos de Estefania se encuentran tipiendo en una laptop.	Audio Entrevista
12	2	PM de Estefania. Poca profundidad de campo. Ley de tercios. Ley de la mirada. Sin perspectiva.	Tild Down	Estefanía se encuentra sentada frente a una laptop hacia el lado izquierdo	Audio Entrevista
12	3	PML de Estefania. Poca profundidad de campo. Ley de	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Estefanía se encuentra sentada frente a una laptop hacia	Audio Entrevista

		tercios. Ley de la mirada. Sin perspectiva.		el lado derecho	
12	4	PPP ojos de Estefania. Poca profundidad de campo. Ley de tercios. Ley de la mirada. Sin perspectiva.	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Se observan unos ojos mirando hacía una pantalla	Audio Entrevista
13	1	Animación digital texto ilustrativo	N/A.	Se observa una animación con texto e imágenes que acompañan a la voz en off.	Voz en off – “Con la llegada de la pandemia del coronavirus la cual afecto a toda la población mundial, la difusión de noticias falsas ha tomado fuerza nuevamente”.
14	1	PG monumento Mitad del mundo. Profundidad de campo.	Hyperlapse	Se observa un Hyperlapse del monumento	Voz en off – “En el Ecuador, así como en todo el mundo”

		Sin ley de tercios. Sin ley de la mirada. Perspectiva.		Mitad del mundo	
15	1	Animación digital texto ilustrativo	N/A.	Se observa una animación con texto e imágenes que acompañan a la voz en off.	Voz en off – “mundo las Fake News se han convertido en un gran obstáculo para combatir de manera efectiva”.
16	1	Animación digital coronavirus	N/A.	Se observa una animación del virus del Covid19	Voz en off – “al virus del Covid19”.
17	1	PA de Dr. Kevin. Poca profundidad de campo. Sin ley de tercios. Ley de la mirada. Sin perspectiva.	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Se observa al Dr. Kevin sentado en un sofá, su mirada hacia la persona que lo entrevista.	Audio entrevista
18	1	PG de paisaje. Profundidad de campo. Ley de	Timelapse	Se aprecia un Timelapse de un paisaje donde hay	Voz en off – “Los primeros meses en los que se desató la pandemia en el

		tercios. Sin ley de la mirada. Perspectiva.		montañas y vehículos.	territorio ecuatoriano fueron muy difíciles”
19	1	Animación digital línea de estadísticas.	N/A.	Animación digital de una línea que ilustra el incremento de casos	Voz en off – “debido a que los contagios aumentaban de manera precipitada”
20	1	PM de Belén. Poca profundidad de campo. Sin ley de tercios. Sin ley de la mirada. Sin perspectiva.	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Belén sostiene su celular en las manos mientras revisa su Facebook.	Voz en off
21	1	PA de Dr. Kevin. Poca profundidad de campo. Sin ley de tercios. Ley de la mirada. Sin perspectiva.	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Se observa al Dr. Kevin sentado en un sofá, su mirada hacia la persona que lo entrevista.	Audio entrevista
22	1	Video cortesía	N/A.	Se aprecia un video cortesía de RT en	Audio entrevista

				español, junto con un banner ubicado en la parte superior izquierda que lo especifica	
23	1	PG inmueble. Poca profundidad de campo. Ley de tercios. Ley de la mirada. Sin perspectiva.	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Se observa un inmueble de locales comerciales	Audio entrevista
24	1	Animación digital reloj	N/A.	Animación digital reloj que acompaña a la voz en off	Voz en off – “De manera cronológica durante los primeros meses”.
25	1	PG Hospital. Poca profundidad de campo. Sin ley de tercios. Sin ley de la	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Se aprecia la entrada de una sala de emergencias de un hospital	Voz en off – “el avance del virus y la situación de la emergencia sanitaria en el país fue de la

		mirada. Sin perspectiva.			siguiente manera”
26	1	Animación digital situación emergencia sanitaria	N/A.	Animación digital con fotos y videos sobre la situación de la emergencia sanitaria en el país, con transiciones acorde a lo que se escucha en la voz en off.	Voz en off – “El 29 de febrero de 2020 Se reporta el primer caso de coronavirus en Ecuador en la provincia del Guayas...”.
27	1	PG Hospital. Poca profundidad de campo. Sin ley de tercios. Ley de la mirada. Sin perspectiva.	N/A. Cámara estable sobre mano.	Se aprecia la fachada de un hospital	Voz en off – “De esta manera podemos apreciar que en alrededor de 3 meses los casos positivos aumentaron en gran cantidad, volviéndose un problema difícil de controlar”.
28	1	PG paisaje. Poca profundidad de campo.	N/A. Cámara estable sobre trípode.	En escena se observa un paisaje con personas.	Voz en off – “varias fueron las causas que provocaron ese

		Ley de tercios. Sin ley de la mirada. Sin perspectiva.			descontrol y entre ellas están la noticias falsas”.
29	1	PG personas	N/A. Cámara estable sobre mano.	Se aprecia a personas y vehículos que transitan en el día a día.	Voz en off – “y su viralización en redes sociales, causando confusión en la población de manera que muchas personas tenían ideas erróneas acerca del virus del covid19”
30	1	Animación digital noticias falsas difundidas en Facebook	N/A.	Animación digital de algunas de las noticias falsas sobre el coronavirus que se difundieron durante la pandemia del Covid19 en Ecuador.	Voz en off – “El agua hirviendo con ajo cura el virus, las ondas emitidas por las torres de tecnología 5g provocan el virus y hasta que el presidente de turno de Ecuador Lenín Moreno está

					oculto en un bunker en Galápagos”.
31	1	PMC de Andrés. Poca profundidad de campo. Sin ley de tercios. Ley de la mirada. Sin perspectiva.	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Andrés se encuentra frente a una pantalla	Voz en off – “son algunas de las noticias falsas que se han difundido durante la crisis sanitaria”.
31	2	PD pantalla. Poca profundidad de campo. Sin ley de tercios. Sin ley de la mirada. Sin perspectiva.	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Se aprecia el contenido de la pantalla que Andrés visualiza	Voz en off – “que azota a todo el mundo”
31	3	PMC de Andrés. Poca profundidad de campo. Sin ley de tercios. Ley de la mirada. Sin perspectiva.	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Andrés se encuentra frente a una pantalla	Voz en off – “Según expertos estas noticias falsas provocan desinformación e inseguridad en la ciudadanía”.

32	1	PA de Dr. Gustavo. Poca profundidad de campo. Ley de tercios. Ley de la mirada. Poca perspectiva.	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Se observa al Dr. Gustavo sentado en una silla dentro de su consultorio brindando una entrevista.	Audio entrevista
33	1	PP de manos de Andrés. Poca profundidad de campo. Sin ley de tercios. Sin ley de la mirada. Sin perspectiva.	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Las manos de Andrés se encuentran sobre el touchpad de una laptop	Voz en off – “Como consecuencia del mal manejo de la información en cuanto al contexto de la pandemia”.
34	1	PG locales comerciales. Poca profundidad de campo. Sin ley de tercios. Sin ley de la mirada. Perspectiva.	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Se observa a personas en locales comerciales al exterior	Voz en off – “hubo un incremento significativo en los contagios por coronavirus”.

35	1	PG hospital. Poca profundidad de campo. Sin ley de tercios. Sin ley de la mirada. Perspectiva.	N/A. Cámara estable sobre mano.	Se aprecia la fachada exterior de un hospital y la sala de emergencias.	Voz en off – “lo cual provocó una saturación en las casas de salud a nivel nacional”.
36	1	PM de manos de Estefanía. Poca profundidad de campo. Sin ley de tercios. Sin ley de la mirada. Perspectiva.	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Se observan las manos de Estefanía utilizando una laptop	Voz en off – “¿Quiénes estarían tras la creación de las Fake News?”.
37	1	PA de Diego. Profundidad de campo. Ley de tercios. Ley de la mirada. Perspectiva	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Se observa a Diego sentado en una banca en el parque, su mirada hacia la persona que lo entrevista.	Audio Entrevista

38	1	Contenido de pantalla	N/A.	Se aprecia el contenido de una pantalla.	Voz en off – “En Facebook a pesar de ser”.
39	1	PMC de David. Poca profundidad de campo. Ley de tercios. Sin ley de la mirada. Sin perspectiva	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Esteban se encuentra apoyado en una pared mientras revisa su celular.	Voz en off – “una de las redes sociales más utilizadas a nivel mundial”.
40	1	PM de Evelyn. Poca profundidad de campo. Ley de tercios. Sin ley de la mirada. Sin perspectiva	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Evelyn se encuentra sentada en la acera revisando su celular	Voz en off – “no existe un control”.
41	1	PP de Emily. Poca profundidad de campo. Sin ley de tercios. Sin ley de la mirada. Sin perspectiva	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Emily se encuentra recostada revisando su celular	Voz en off – “el cual impida la publicación de noticias falsas”

42	1	Animación digital laptop	N/A.	Animación digital de una laptop la cual muestra las normas de Facebook.	Voz en off – “ya que en sus políticas no se estipula que la información publicada debe ser veraz, sin embargo”.
43	1	PMC de Andrés. Poca profundidad de campo. Ley de tercios. Sin ley de la mirada. Sin perspectiva	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Andrés se encuentra sentado frente a una pantalla.	Voz en off – “sin han implementado un equipo el cual busca detectar casos de manipulación”.
44	1	Animación digital celular	N/A.	Animación digital de un celular el cual muestra las opciones de reporte de Facebook.	Voz en off – “y con la ayuda de los usuarios mediante la denuncia se busca persuadir este tipo de información”.
45	1	PG paisaje. Profundidad de campo. Ley de tercios. Sin ley de la	N/A. Cámara estable sobre mano.	Se aprecia un paisaje con un nevado	Voz en off – “En Ecuador tampoco existe un ente regulatorio”.

		mirada. Perspectiva			
46	1	PG paisaje. Profundidad de campo. Ley de tercios. Sin ley de la mirada. Perspectiva	Paneo a la izquierda	Se aprecia un paisaje con pequeños inmuebles de madera	Voz en off – “que impida la difusión de noticias falsas a través de las redes sociales”.
47	1	PA de Dr. Kevin. Poca profundidad de campo. Sin ley de tercios. Ley de la mirada. Sin perspectiva.	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Se observa al Dr. Kevin sentado en un sofá, su mirada hacia la persona que lo entrevista.	Audio entrevista
48	1	Contenido de pantalla	N/A.	Se observa el contenido de una pantalla donde se aprecia el buscador Google.	Voz en off – “Algo muy importante de entender es ¿Por qué en varios casos las Fake News se viralizan con gran magnitud?”.

49	1	PA de Diego. Profundidad de campo. Ley de tercios. Ley de la mirada. Perspectiva	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Se observa a Diego sentado en una banca en el parque, su mirada hacia la persona que lo entrevista.	Audio Entrevista
50	1	PM de Xavier. Poca profundidad de campo. Ley de tercios. Sin ley de la mirada. Sin perspectiva	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Xavier se encuentra sentado en el sofá visualizando contenido su celular.	Voz en off – “Pero nosotros como usuarios de las redes sociales podemos evitar la difusión”.
50	2	PMC de Xavier. Poca profundidad de campo. Ley de tercios. Sin ley de la mirada. Sin perspectiva	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Xavier se encuentra sentado en el sofá visualizando contenido su celular. Su postura hacia la derecha.	Voz en off – “y viralización de noticias falsas, actuando con coherencia y responsabilidad”.
51	1	PA de Dr. Kevin. Poca profundidad de campo.	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Se observa al Dr. Kevin sentado en un	Audio entrevista

		Sin ley de tercios. Ley de la mirada. Sin perspectiva.		sofá, su mirada hacia la persona que lo entrevista.	
52	2	Texto en pantalla	N/A.	Se aprecia un texto en pantalla con fondo blanco. “5 Consejos – Evites difundir las Fake News”.	Voz en off – “Finalmente te compartimos 5 consejos importantes para que puedas identificar las Fake News y evites caer en este círculo viciosos que provoca desinformación” .
53	1	Texto en pantalla	N/A.	Texto animado “#1”	Voz en off – “Número uno”.
54	1	Contenido de pantalla	N/A.	Se aprecia el contenido de la pantalla con una noticia sobre el coronavirus.	Voz en off – “Tomate un poco de tiempo y piensa, no compartas inmediatamente la noticia que te enviaron o que la estas visualizando.

					Lee la noticia completamente, no solo el titular y averigua también la fuente”.
55	1	Texto en pantalla	N/A.	Texto animado “#2”	Voz en off – “Número dos”.
56	1	Imagen sobre una noticia	Zoom out	Se aprecia una imagen con una noticia	Voz en off – “Si la noticia que viste o escuchaste te causa una gran conmoción, desconfía”
57	1	PP de Marco. Poca profundidad de campo. Sin ley de tercios. Sin ley de la mirada. Sin perspectiva.	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Se observa a Marco revisando su celular	Voz en off – “Las Fake News son creadas con la intención de generar reacciones en los usuarios, apelan a la sensibilidad de la gente”.
58	1	Contenido de pantalla	N/A.	Se aprecia el contenido de una pantalla con un navegador ilustrando lo que se	Voz en off – “Busca el titular en el navegador, si la noticia es verdadera, es muy probable que varios

				escucha en la voz en off.	medios confiables estén tratando sobre el mismo tema”
59	1	Texto en pantalla	N/A.	Texto animado “#3”	Voz en off – “Número tres”.
60	1	PPP ojos de Xavier. Poca Poca profundidad de campo. Ley de tercios. Ley de la mirada. Sin perspectiva.	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Se observa el rostro de Xavier	Voz en off – “Adopta el hábito de desconfiar e investigar”
60	1	PA de dos personas. Poca Poca profundidad de campo. Sin ley de tercios. Sin ley de la mirada. Sin perspectiva.	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Dos personas se encuentran interactuando con sus celulares	Voz en off – “En cuanto recibas una noticia impactante a través de mensaje o por medio de redes sociales por parte de un amigo, investiga quién se la envió, pregunta si confía en esa persona”.

61	1	Texto en pantalla	N/A.	Texto animado “#4”	Voz en off – “Número cuatro”.
62	1	Contenido de pantalla	N/A.	Se aprecia el contenido de una pantalla con un navegador ilustrando lo que se escucha en la voz en off.	Voz en off – “Toma en cuenta que una noticia verdadera casi siempre contará con fuentes, incluirá enlaces y muy probable citará documentos oficiales como boletines de prensa u oficios”.
63	1	Texto en pantalla	N/A.	Texto animado “#5”	Voz en off – “Número cinco”.
64	1	PM de dos personas. Poca profundidad de campo. Sin ley de tercios. Sin ley de la mirada. Sin perspectiva.	N/A. Cámara estable sobre trípode.	Dos personas se encuentran interactuando con sus celulares	Voz en off – “No te dejes convencer por los materiales gráficos”.

65	1	Imagen de noticia falsa	Zoom in	Se aprecia una noticia falsa	Voz en off – “recuerda que pueden estar manipulados y pueden ser un montaje”
66	1	PD lentes de Andrés. Poca profundidad de campo. Sin ley de tercios. Ley de la mirada. Sin perspectiva.	N/A. Cámara estable sobre mano.	Se observan los lentes de Andrés y en ellos el reflejo de una pantalla.	Voz en off – “Recuerda no compartir noticias falsas que lo único que provocan son problemas en la sociedad”.
67	1	PD periódico. Poca profundidad de campo. Sin ley de tercios. Sin ley de la mirada. Sin perspectiva.	Zoom out	Se aprecia un titular de un periódico y sobre él una lupa.	Voz en off – “Dile no a las Fake News”