



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA DE COMUNICACIÓN

TEMA:

Video reportaje sobre las fake news durante la pandemia. Estudio de caso Jair Bolsonaro.

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:

Título de licenciado en Comunicación

AUTORES: Verónica Alejandra Tayo Gutiérrez

Marcos Fabricio Cevallos Mejía

TUTOR: Jaime Ramiro Morejón Vallejo

**Quito, Ecuador
2022**

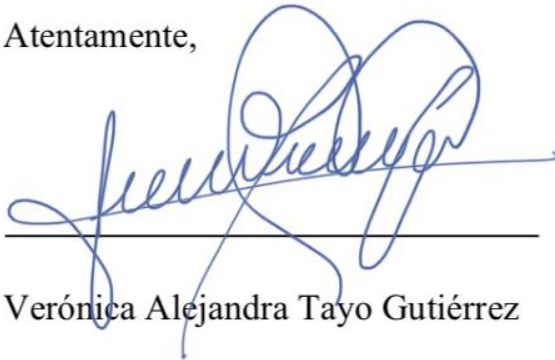
**CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**

Yo, Verónica Alejandra Tayo Gutiérrez con documento de identificación N° 1750298745 manifiesto que:

Soy autora 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, 08 de Noviembre del 2022

Atentamente,



Verónica Alejandra Tayo Gutiérrez

1750298745



Marcos Fabricio Cevallos Mejía

1724120116

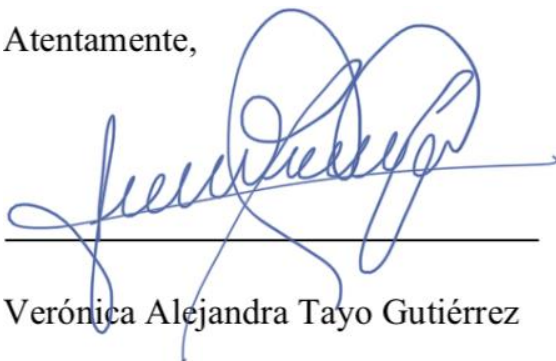
**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Yo, Verónica Alejandra Tayo Gutiérrez con documento de identificación No. 1750298745, 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 autora del Trabajo de Titulación: Video reportaje sobre las fake news durante la pandemia. Estudio de caso Jair Bolsonaro, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciada en Comunicación, 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, 08 de Noviembre del 2022

Atentamente,



Verónica Alejandra Tayo Gutiérrez

1750298745



Marcos Fabricio Cevallos Mejía

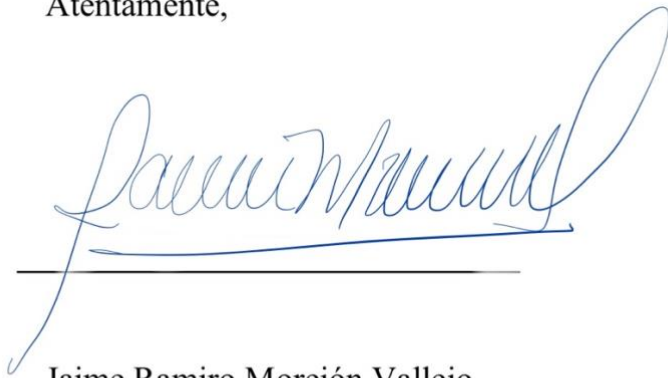
1724120116

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 durante la pandemia. Estudio de caso Jair Bolsonaro, realizado por Verónica Alejandra Tayo Gutiérrez con documento de identificación N° 1750298745 y Marcos Fcabricio Cevallos Mejía con documento de identificación N° 1724120116, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción de Licenciado en Comunicación que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 08 de Noviembre del 2022

Atentamente,



Jaime Ramiro Morejón Vallejo

1720575339

DEDICATORIA

A nuestras familias que en todo momento estuvieron junto a nosotros, nos apoyaron y nos impulsaron a seguir adelante aún en las dificultades; por qué decían que nuestro objetivo debe ser llegar a ser profesionales.

Que el triunfo de nosotros al culminar la carrera de Comunicación no solo era nuestro si no el de nuestras familias, porque ese fue el anhelo que tuvieron desde que nacimos y que la alegría más grande de ellos iba a ser vernos graduados de la Universidad.

AGRADECIMIENTO

Nuestras vidas están compuestas por escalones gigantes que nos van guiando hacia un objetivo; hay escalones más grandes que otros y en ocasiones es difícil avanzar solo.

Agradecemos a nuestros padres por su completo apoyo, dedicación, sacrificio y cariño en este proceso de nuestra vida educativa universitaria.

Al igual agradecemos a nuestra alma máter y a todos los profesores por el conocimiento que nos brindaron durante los 5 años de la universidad, también extendemos un agradecimiento especial a nuestro tutor de tesis Ramiro Morejón por el tiempo que nos brindó y la guía que fue en el cumplimiento de este sueño.

INDICE

RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	3
INTRODUCCIÓN.....	4
METODOLOGÍA.....	12
RESULTADOS.....	16
<i>Tabla resultados</i>	17
CONCLUSIONES.....	20
ANEXOS.....	22
<i>Escaleta</i>	23
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	24

RESUMEN

El presente trabajo de investigación surge por una preocupación sobre el incremento de noticias falsas en un contexto global marcado por serias diferencias socio políticas. En el contexto de la pandemia COVID- 19, la desinformación se incrementó en un 70% de manera rápida y alarmante que organismos como la Organización Mundial de la Salud no dudaron en calificarla como una segunda pandemia, es decir, como infodemia. En América Latina, la difusión de noticias falsas termina polarizando aún más una sociedad desigual, que puede ser fácilmente manipulable por determinados actores que tienen los suficientes recursos para difundir propaganda que resulte favorable para sus agendas políticas y económicas. Particularmente en el caso de Brasil, la difusión de noticias falsas se constituyó en la campaña y en el gobierno de Bolsonaro en uno de los principales medios para manipular masas, desacreditar a la oposición y favorecer su agenda política. Además, un análisis sobre las noticias falsas difundidas en la crisis sanitaria de Brasil cobra relevancia por su íntima relación con el deceso de miles de personas. Por estas razones, se realizó un video reportaje sobre la difusión de *fake news* por Jair Bolsonaro en Brasil durante la pandemia en el año 2021. Para su realización se revisaron los tweets que el mandatario brasileño publicó entre abril y diciembre, se entrevistaron a expertos sobre el tema y construyó un guion que posteriormente fue empleado para la producción del video reportaje.

Palabras clave: Fake News, Comunicación y opinión pública, Covid-19, Jair Bolsonaro.

ABSTRACT

This research work arises from a concern about the increase in fake news in a global context marked by serious socio-political differences. In the context of the COVID-19 pandemic, disinformation increased by 70% in a rapid and alarming manner that organizations such as the World Health Organization did not hesitate to classify it as a second pandemic, that is, as an infodemic. In Latin America, the spread of fake news ends up further polarizing an unequal society, which can be easily manipulated by certain actors who have enough resources to spread propaganda that is favorable to their political and economic agendas. Particularly in the case of Brazil, the dissemination of false news became one of the main means of manipulating the masses, discrediting the opposition and favoring its political agenda in the Bolsonaro campaign and government.

In addition, an analysis of the false news spread in the health crisis in Brazil is relevant due to its intimate relationship with the death of thousands of people. For these reasons, a video report was made on the spread of fake news by Jair Bolsonaro in Brazil during the pandemic in 2021. For its realization, the tweets that the Brazilian president presented between April and December were reviewed, experts were interviewed about the theme and built a script that was later used to produce the video report.

Keywords: Fake News, Communication and public opinion, Covid-19, Jair Bolsonaro.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene por objetivo producir un video reportaje sobre la difusión de fake news por Jair Bolsonaro en Brasil durante la pandemia en el año 2021. En un contexto global, donde las noticias falsas se incrementan en paralelo a las diferencias socio políticas es pertinente analizar en profundidad la naturaleza de este tipo de información, los actores que se encuentran detrás de su producción, así como los objetivos que persiguen con su difusión y los mecanismos que emplean para impactar en la sensibilidad del público.

Las noticias falsas carecen de una definición unánime que reciba aceptación universalmente. Existen múltiples acepciones y clasificaciones. Estas pueden ser divididas en dos grupos: las noticias que realmente tienen el objetivo de engañar (*disinformation*) y las noticias que no tienen un ánimo de engañar, pero que terminan creando cadenas de desinformación. Bajo otra acepción, Gutiérrez et al. (2020) sostienen que las noticias tienen una intención de “maquillar” y convertir contenidos ficticios y virales en noticias reales.

Por su parte, Curiel y Velasco (2020), de manera similar comprende que las *fake news* son mensajes falsos o información engañosa que trata de ser presentada como si fuera verdadera y que es producida principalmente en redes sociales por un individuos o grupos que buscan influenciar en la construcción de la opinión pública. Debido a la expansión de este tipo de información en la pandemia, organizaciones internacionales como la OMS (Organización Mundial de la Salud) categorizan a su proliferación como una segunda pandemia, denominada infodemia. Esta organización según Pérez et al., (2020) acuñó este término para referirse a una coyuntura marcada por un estado de inseguridad que dio lugar a la explotación de emociones como el miedo; una emoción que es ideal para la propagación de noticias falsas, pues la idea es construir una experiencia basada en el temor que fácilmente puede ser difundida masivamente.

Este tipo de información gana eco en diversas plataformas virtuales debido a sus contenidos sensacionalistas, ficticios y por qué no decirlo, salidos de lo extraordinario. En el ser humano existe una tendencia natural hacia el asombro y la búsqueda de nuevas

experiencias, además de una interesante inclinación hacia contenidos que generan pánico, de modo que no resulta extraño su potencial consumo de este tipo de noticias. Aunque, la mayoría de las noticias falsas no necesariamente terminan en problemas serios; existen numerosos casos que demuestran lo contrario; su proliferación ha desembocado en catástrofes sociales. Se agrega, que el problema de la información radica en qué deslegitima fuentes verdaderas y distorsiona los hechos según los intereses particulares de grupos o individuos que defienden determinadas ideologías.

Así mismo, Gutiérrez en, (2020) comprenden que las noticias falsas, reproducidas en contextos de altos grados de incertidumbre, son más fáciles de transmitir debido a los recursos de las redes sociales. Una noticia falsa puede ser inmediatamente consumida en redes, compartida y difundida masivamente. La facilidad en su reproducción torna más difícil su detección y la generación de una respuesta para combatirla. Las noticias falsas tienen mayor probabilidad de difusión cuando presentan contenidos que incluyen agresiones, opiniones provocativas, acontecimientos sensibles y datos inverosímiles, que bajo ciertos arreglos dan la apariencia de tratarse de un “secreto” que determinados actores quieren mantener en silencio (Rehm, 2018). Por lo que se puede suponer que se trata de contenidos que se dirigen más a la emoción del ser humano que a su capacidad deliberativa. La idea como se vio con anterioridad consiste en generar emociones como ira, miedo, incertidumbre, asombro, etc.

Anatómicamente, se podría argumentar que la difusión de las noticias falsas íntima con la época de la posverdad, en la medida que se trata de un régimen discursivo en el que se cuestiona la objetividad de los discursos científicos, políticos, económicos, para ser sustituidos por emociones y creencias individuales. Las noticias falsas aprovechan y explotan tanto emociones como el miedo o el odio, así como estados de incertidumbre y ansiedad frente a determinados acontecimientos.

La explotación de estas emociones es clave para la creación de filtros burbuja, es decir, de aquellos patrones o algoritmos que seleccionan información dependiendo de los gustos, los intereses, los ideales y las convicciones de determinados grupos. Este es el espacio propicio para la difusión de noticias falsas. Se suma un escenario político marcado por la polarización (Masip & Ferrer, 2021)

Entre las estrategias comunes para construir noticias falsas se pueden identificar las siguientes: filtros burbuja, creación de sitios webs, *boots* en plataformas sociales y construcción de memes o narrativas. Sobre el primero anteriormente se pudo entrever que los filtros burbujas son algoritmos creados por Internet para gestionar preferencias e intereses de manera cómoda y sencilla. Sin embargo, el problema del filtro burbuja reside en su propio carácter selectivo. Las personas al buscar únicamente noticias que se ajusten a sus convicciones terminan ignorando o excluyendo información valiosa para contrastar noticias falsas. En cuanto, a la creación de sitios webs, esta es una estrategia de larga data, bajo la cual, se generan portales electrónicos con el nombre y la marca de organizaciones reales que se dedican a la difusión de noticias.

Relativamente, a la tercera estrategia, la creación de *boots* en plataformas sociales, se puede decir que, en la actualidad, gobiernos, así como grupos afines a determinadas ideologías, contratan personas, que, en el anonimato de las redes sociales, difunden noticias falsas sin temor a represalias. Para autores como Salamea et al., (2021), que investigaron sobre los formatos más empleados en Facebook para la difusión de noticias falsas, es preocupante el continuo incremento de *boots* no solo por el número de usuarios que consumen diariamente los contenidos de este medio, sino porque las redes sociales cuentan con mecanismos para difundir información que anteriormente ni siquiera hubiese sido imaginado. El problema se incrementa, cuando son perfiles que tienen una notoria influencia en grupos con creencias y convicciones particulares. Se agrega, el filtro burbuja que funciona en redes como Facebook o Twitter.

Por último, sobre la construcción de memes y narrativas, se argumentará que el éxito de esta estrategia radica en la amalgama creada entre emociones, mentiras y narrativas falsas sobre sucesos de importancia y relevancia social. Los memes pueden tener imágenes, frases y videos que se emplean de forma humorística. Su objetivo es despertar burlas; un aspecto que facilita su viralización.

A pesar de que las noticias falsas son un fenómeno que acompaña a la sociedad desde el siglo XIX (Pérez, Meso, & Mendiguren, 2020), es difícil negar que, en la actualidad, las *tecnologías de la información* (TICS) y otros procesos de integración mundial (viajes, intercambios comerciales, etc.), facilitan la difusión de este género de

noticias. Especialmente, en las redes sociales y otro tipo de servicios de mensajería, la información falsa pulula por doquier por dos factores: desconocimiento de las fuentes u orígenes de la información (un aspecto relacionado estrechamente con la desinhibición que experimentan las personas cuando pueden escribir este género de contenidos de una forma anónima) y el empleo de algoritmos que simplifican búsquedas según los intereses, grupos en común y tendencias ideológicas (políticas, religiosas, etc.).

Actualmente, existe evidencia sobre el incremento de documentación falsa en sociedades polarizadas. Probablemente, uno de los casos más importantes evidenciados fue el incremento de noticias falsas en las elecciones de Estados Unidos del 2016. En el artículo de Martínez (2018) se puede encontrar que trece ciudadanos de Rusia se dedicaron a construir noticias falsas para favorecer a Donal Trump. Similarmente, en Brasil, Recuero y Grutz (2019), identificaron que, en las elecciones del 2018 que dieron como ganador a Jair Bolsonaro, se difundieron noticias falsas sobre Lula Da Silva (a pesar de no participar en estas elecciones) y así facilitar el triunfo del primero.

En lo que va del siglo XXI, la desinformación batió récords. Particularmente, en la pandemia COVID 19 surgieron múltiples noticias falsas sobre su origen. A una supuesta responsabilidad de la red 5G se sumaron noticias sobre fabricantes de armas químicas para explicar el origen del COVID-19 y atribuir su creación a China (Posetti & Bontcheva, 2020).

En una investigación realizada por catedráticos de las Ciencias Humanas y Sociales de las universidades de Jaume y Valencia, se identificaron 916 informaciones falsas difundidas a lo largo del 2020 sobre la pandemia en redes sociales; 169 fueron presentadas en Facebook y 114 en Twitter. El estudio concluyó que el 62% de los casos pertenecieron a redes sociales y un 28% a WhatsApp (Pallarés, Vellón, & Salazar, 2021).

En medio de la pandemia, el consumo de medios informativos se incrementó en un 70% debido a la ansiedad, incertidumbre e impotencia que experimentan los seres humanos frente a un fenómeno que tiende a recortar barreras entre la vida y la muerte. En este contexto cobra relevancia la discusión sobre la veracidad de los medios. Considerada como un derecho, la información debe ser un recurso, por no decir uno de los pilares, que contribuya a la gestión racional de la toma de decisiones de los ciudadanos. Su

importancia reside en proveer un panorama completo al ser humano, para que sea él quien decida y evalúe por sí mismo que información es válida y trascendental para la construcción de su proyecto personal.

En la pandemia, estas exigencias crecen, no solo porque los medios tienen la responsabilidad de validar información que los seres humanos necesitan para gestionar sus vidas, sino para controlar la proliferación de *fake news* o bulos, sino porque tienen la obligación de cotejar y contrastar información falsa. En una coyuntura crítica el profesional de la comunicación tiene un grado mayor de responsabilidad, puesto que, como Asanza et al., (2021) señalan es la comunidad quien tiene el deber de ofrecer información veraz, objetiva y útil en contextos catastróficos e intempestivos; la información que brinde el comunicador será capital para la toma de decisiones en contextos críticos.

Una vez examinado el tipo de contenido, así como los mecanismos que facilitan la propagación de información falsa, es importante examinar su relación con la política. En el contexto de la pandemia Covid-19, el público se encuentra sometido a un continuo asedio de información que líderes políticos presentan en entrevistas relativas tanto al curso y la evolución de la enfermedad como sobre las medidas que se toman para mitigar sus efectos en la salud de la población (Curiel & Velasco, 2020). Si bien, no se podrá negar que es una responsabilidad de los mandatarios de turno, así como sus representantes informar a la ciudadanía sobre un asunto de alto riesgo como la pandemia, es importante criticar las implicaciones políticas que tiene la sobrexposición de información.

Como punto de partida, es importante señalar que entre los objetivos de la creación y la difusión de *fake news* se encuentra la propaganda ideológica. Conociendo la fuerza que tienen los medios de comunicación para manipular y controlar la opinión pública, los actores políticos encuentran en ellos, un recurso valioso para difundir su posición política. Ya sea a través de información real o falsa, los líderes de la opinión pública utilizan determinados mensajes para formar una imagen positiva de sí mismos, así como de sus acciones. En el revés, los mensajes también pueden tener contenidos falsos que difamen a grupos o líderes opositores. Este tipo de prácticas se las realizan a lo ancho del planeta; fueron empleadas en las elecciones de Estados Unidos del 2016, en las de Francia de

2017 o en las de México del 2018, para nombrar solo algunas de ellas.

En el caso de Brasil, la gestión de la pandemia a cargo del gobierno de Bolsonaro no se ha encontrado exenta de controversias. Con uno de los números más altos de mortalidad no solo en la región de Latinoamérica sino del mundo, su gobierno se convirtió en objeto de crítica tanto de medios locales como extranjeros. Frente a ello, su gobierno emplea diversas estrategias para manipular la opinión pública, desviar problemas de relevancia (como la misma pandemia) y minimizar las demandas, así como los cuestionamientos de la oposición.

Para ello, el presidente Bolsonaro cuenta con un grupo de seguidores que usan las redes sociales para incrementar la popularidad del mandatario, deslegitimar la oposición y encubrir la mala gestión de su gobierno en casos como la pandemia o los incendios en la Amazonía. Particularmente, el negacionismo contra el número de decesos, el incremento de contagios o la eficacia de la vacuna, fue una de las principales estrategias que empleó el gobierno de Bolsonaro para manipular la opinión pública y crear una versión distinta a los hechos acontecidos en el curso de la crisis sanitaria. Sin embargo, la evidencia y el peso de la realidad fueron más fuertes. Bolsonaro de este modo se convirtió en un objeto de críticas de medios nacionales como internacionales. Su caso inclusive llegó a sonar en la Corte Penal Internacional; se lo acusó por su responsabilidad en un genocidio provocado por la desinformación.

Frente a las noticias falsas valdría la pena preguntarse ¿Qué hacer? Uno de los principales recursos es el *fact checking* o verificación de la información. La intención de este recurso según Jane (2015) consiste en incrementar información válida y objetiva a través de la investigación o la recuperación de las fuentes originales de todas las opiniones políticas que impactan en la vida de las personas. Se trata de incrementar la agencia del ser humano a través de un marco completo de información; se trata de brindarles más objetivos para que sea él mismo quien construya una opinión bien formada sobre un hecho. Históricamente, el *fact checking* surgió como una propuesta de medios independientes y digitales para subvertir y cortar las cadenas de reproducción de las noticias falsas. El *fact checking* pretende contrarrestar los efectos negativos de las noticias

sesgadas a través de ejercicios de verificación y profundización de los temas.

Por su parte, Flores (2019) define al *fact checking* como una actividad que imita a la caza, de modo que los *fact-checkers* son “una especie de cazadores de *fake news* [...] que pasa su jornada laboral delante de un ordenador, rastreando internet con ayuda de un algoritmo” (p. 205). Las posibilidades ofertadas por la IA para crear algoritmos específicos, permite a los *fact checker* recibir notificaciones de noticias con potencial malicioso y fraudulento. Sin lugar a duda, la IA brinda un sinnúmero de facilidades para organizar, registrar y contrastar las ingentes cantidades de información que se difunden en medios tradicionales o redes sociales. En el contexto contemporáneo, este recurso es indispensable para iniciar acciones que favorezcan la libertad de expresión; es un recurso que promueve el análisis, la distinción y el examen de los límites que dividen a las noticias falsas de las noticias reales (Gallardo & Lazo, 2020)

Es pertinente advertir que los medios promotores del *fact checking*, plantearon retomar uno de los principios del periodismo: narrar e informar los hechos de manera objetiva. En opinión de Vizoso y Vásquez (2019), a pesar de que esta es una propiedad que forma parte de la identidad de las actividades periodísticas, en la coyuntura contemporánea cobra un sentido particular dada la sobreabundancia de noticias falsas; en esta coyuntura la verificación se presenta como una tarea especial que tiene por principal objetivo, subvertir información engañosa. La objetividad dependerá de la reconstrucción de los hechos, la verificación de las fuentes y los medios de propagación de las noticias falsas. Esta tarea obedece a valores como la rigurosidad y la veracidad que debe caracterizar al periodismo.

Para estrechar las relaciones entre el periodismo y la objetividad, en la actualidad, diversos medios independientes implementan plataformas virtuales y espacios para verificar noticias en redes sociales. En el mismo trabajo de Vizoso y Vásquez, desde el 2014 se registra un incremento 149 plataformas virtuales destinadas a la verificación de noticias en 53 países. Este crecimiento se explica según los mismos autores por el carácter transnacional del periodismo; hoy diversos medios crean alianzas y redes por las cuales

se promueven intercambios de información que en último análisis favorecen la objetividad.

Además, valdría la pena destacar que el incremento de medios independientes y virtuales se debe a las posibilidades que brinda Internet para difundir noticias a gran escala, con menos recursos y en tiempos más cortos. Entre algunas de las iniciativas más importantes se suman BBC Reality Check, Maldito Bulo, PolitiFact, y Spones.com. Estas plataformas comparten en común las siguientes características: surgen como consecuencia de la polarización y fragmentación de las sociedades; utilizan técnicas para esclarecer y verificar la información que de visos de sensacionalismo y falsedad; profundizan en el origen de las noticias falsas.

El combate contra las fake news reside en la capacidad que desarrolla un ser humano para contrastar y verificar las fuentes citadas en una noticia. El éxito de esta medida reside como explica Blázquez (2018) en la habilidad que tiene el usuario para comprobar el origen de la noticia, examinar la trayectoria de las publicaciones, así como contrastar la información con otras fuentes que resultan más seguras como, por ejemplo, artículos de especialistas e investigadores, documentos oficiales de organizaciones internacionales, artículos de periódico de medios con una trayectoria reconocida.

Igualmente, para verificar las fuentes de información, es preciso identificar los canales, las personalidades o las organizaciones que difunden determinados contenidos. En particular, se deberá realizar un examen sobre los motivos ideológicos, las fuentes de financiamiento y las asociaciones con cualquier otro tipo de organizaciones. Además, se recomienda examinar la claridad, precisión y la ortografía del texto. Si bien, no todas estas acciones podrán ser ejecutadas por múltiples razones (como tiempo, falta de datos, etc.), es importante realzar el valor que tienen las evidencias en la confiabilidad de una noticia. Estas acciones tienen la fuerza para educar el juicio, contraponerse a las intuiciones, las emociones o los impulsos de los usuarios.

METODOLOGÍA

La presente investigación es de orden comunicacional. Uno de los principios capitales de este tipo de pesquisa señala que la “realidad es un producto construido por las personas a través de interacciones” (Gómez & Díez, 2009, p. 106); la realidad es social, es el resultado de la intersubjetividad humana; sus fenómenos por lo tanto se deben explicar en términos de intercambios comunicativos entre los diversos sujetos. Lo importante radica en comprender el universo sociolingüístico de los seres humanos en función de analizar las narrativas que dan forma a la realidad social; las narrativas que impactan en sus decisiones y sus acciones. Además, bajo el enfoque comunicativo se trata de entender las representaciones sociales, las intenciones y el impacto que tiene la acción comunicativa en un grupo determinado. En la presente investigación, este enfoque permitirá comprender la narrativa de las noticias falsas del mandatario de Brasil, Jair Bolsonaro; el impacto de su discurso en la coyuntura de la pandemia COVID-19.

El enfoque de la investigación es cualitativo. De acuerdo con Hernández (2014) se trata de un enfoque de investigación que se caracteriza por un procedimiento cíclico y flexible, en el que las preguntas al igual que las hipótesis se pueden formular al principio, en el curso o al final de la investigación. La acción indagatoria como expresaría el autor señalado tiene una forma dinámica, en la que hechos e interpretaciones dan lugar a una dialéctica ininterrumpida en la que se modifican mutuamente. Esto quiere decir, que, a diferencia del enfoque cuantitativo, no se parte de supuestos o hipótesis que serán contrastadas en el proceso de investigación; no existe una fase de experimentación o comprobatoria en la que serán sometidas a examen la hipótesis sobre el funcionamiento de dos o más variables.

En las investigaciones cualitativas, lo importante radica en la interpretación y en la construcción de la teoría que permita entender la porción de la realidad que se desea investigar. Se opta por este enfoque de investigación, no solo por los principios que orientan la acción indagatoria en casos que tratan con la narrativa o la estructura del discurso, sino porque el estudio de la opinión pública, sus formas de construcción y

divulgación, debe ser entendida desde una perspectiva amplia, en la que se involucren fenómenos sociales, históricos, políticos, etc. El enfoque cualitativo permite comprender estos aspectos de la vida social desde una mirada sistémica, crítica y analítica.

Para la realización del video reportaje en primer término se construirá la escaleta. En términos generales, en ella se incluyen los planos y sus características, la duración y por último observación con respecto al escenario o a la vestimenta que forman parte del documental. La escaleta del presente video reportaje contemplará entrevistas de expertos de la comunicación, estadísticas sobre el incremento de noticias falsas, tweets de Jair Bolsonaro y artículos periodísticos sobre el caso del mandatario brasileño. En lo relativo a la producción, esta será realizada en las oficinas de especialistas. Tras la producción del video documental, se utilizará Adobe Audition para corregir errores en el audio y Adobe premier para el mejoramiento de la calidad del video.

Finalmente, en cuanto a la difusión se recurrirá al uso de redes sociales como Twitter, Facebook, Instagram o plataformas virtuales como YouTube. Además, se buscará el apoyo de la Universidad Politécnica Salesiana para la transmisión de este video reportaje.

El enfoque de la investigación es no experimental. De acuerdo con Hernández (2014) se trata de un enfoque de investigación que se caracteriza por mantenerse en un nivel observacional y fenoménico. Lo importante radica en examinar el fenómeno u objeto de estudio sin manipular las variables. Así mismo, Dzul (2010) indica que este tipo de enfoque parte del análisis de acontecimientos, contextos, categorías o determinados conceptos prediseñados, de modo que su objetivo es examinar estos objetos “ex post facto”.

La presente investigación adopta este enfoque no solo porque analiza acontecimientos que previamente, es decir, “ex post facto”, sino porque no manipula las variables, y solo se limita a describir las noticias falsas de Jair Bolsonaro. Es decir, es una investigación no experimental, que no interviene en la dinámica del fenómeno, emplea los datos existentes para establecer conjeturas y analizar la narrativa del mandatario.

Relativamente a los alcances, la investigación es descriptiva. Este tipo de estudio como señala Gallardo (2017) se distingue por detallar las características singulares, las propiedades, el tipo de relaciones y dinámicas de grupos, comunidades, personas, objetos y cualquier fenómeno que posea cualidades que puedan ser especificadas. En este nivel de investigación, si bien no se explica con profundidad, se realiza unacaracterización detallada de las condiciones, los actores y otros factores. Su objetivo no es otro que brindar un marco más amplio sobre el estado del problema, la relación entre las variables que determinan su emergencia, así como precisar información.

En cuanto al diseño, la presente investigación es descriptiva, en la medida que abarca aspectos culturales, sociodemográficos, históricos, políticos de la sociedad brasileña; al mismo tiempo, que detalla características sobre el tipo de consumidor de información; las plataformas que usan y las opiniones que defienden. Además, se relatan algunos de los tweets de Jair Bolsonaro que contuvieron contenido falso, su modalidad de distribución, sus intenciones y el impacto que tuvo en la población.

En términos metodológicos, la recolección de información se centrará entre los meses de febrero y junio del 2020; período crucial en el que el mandatario minimizó el impacto de la pandemia y recomendó el uso de medicamentos que supuestamente combatían el COVID-19, cuando organizaciones como la OMS desmintieron la eficacia de los mismos en el tratamiento contra el virus. Por otra parte, también se usarán entrevistas semi estructuradas para recoger la opinión de expertos en el tema de *fake news*.

En líneas generales, este tipo de entrevistas cómo indica Lázaro (2021) “recolecta datos de los entrevistados a través de un conjunto de preguntas abiertas” (p. 68). Esta entrevista comprende un guion con una serie de preguntas con los principales temas que el investigador desea abordar y cuyo orden de presentación, así como el modo de preguntar depende exclusivamente del juicio y las necesidades del investigador. Es importante anotar, que el guion es flexible, admite la incorporación de nuevas preguntas en el curso de la entrevista.

Finalmente, se emplea la observación como otro instrumento para la recolección de información. En las investigaciones científicas, la observación sirve para diversos

propósitos como: descripción de ambientes, características de la vida de los grupos, rasgos culturales, dinámicas de las comunidades, símbolos y significados de los actores; comprensión de las relaciones entre las personas y los hechos; identificación de problemáticas sociales y generación de hipótesis (Hernández, 2014). En el presente trabajo, la observación será empleada principalmente para comprender los significados que las personas atribuyen a las noticias falsas. Principalmente, esta técnica será empleada en la producción del reportaje. Además, esta técnica permitirá conocer las perspectivas de actores de Brasil, si bien no de manera inmediata, sí a través de canales como noticias.

RESULTADOS

En esta parte del trabajo se exponen los principales resultados de la revisión de los potenciales tweets con noticias falsas, expresados por Jair Bolsonaro durante el año 2020. Se tratan de Tweets relacionados con el manejo de la pandemia y la inversión en salud. Para la revisión, se filtraron los Tweets que esta figura pública presentó entre abril y diciembre del año señalado. Las razones de esta elección se deben a que este fue el período más crítico atravesado por Brasil en la Pandemia.

Uno de los principales tweets encontrados se refiere al servicio de salud brindado por el gobierno de Jair Bolsonaro a las comunidades indígenas en agosto de 2020. Particularmente, es un tweet controvertido en la medida que meses atrás el gobierno había recibido una denuncia por parte de grupos protectores de los derechos de los pueblos indígenas. Se acusó a la mala gestión del gobierno de Bolsonaro como la puerta hacia un genocidio. De acuerdo con un artículo presentado por Rubaii y Araujo (2020) en *The Conversation*: “Los datos de la pandemia muestran que los brasileños indígenas enferman y mueren en tasas más altas que la población general. La mayoría de los aproximadamente 896 000 indígenas de Brasil viven en la región amazónica”. Las tasas elevadas de mortalidad en estos grupos se explican por las distancias que separan a sus comunidades de hospitales, la falta de vías para transportar medicamentos y otros problemas estructurales como la desnutrición.

La desnutrición es un problema estructural debido a que es provocado por las políticas que el gobierno implementa para favorecer actividades extractivistas que atentan contra la soberanía alimentaria de los pueblos originarios y la sostenibilidad de ecosistemas que resultan claves para la economía de subsistencia que practican. Una de las principales fronteras extractivas que pone en riesgo la salud de los pueblos indígenas y entorpece la gestión de su soberanía alimentaria es la minera. En un artículo presentado por María de Lourdes Alcantara (2021) International Work Group for Indigenous Affairs *IGWIA*, se encuentra que en el gobierno de Bolsonaro tanto la minería legal como la ilegal han crecido exponencialmente. La primera se concentra en los territorios pertenecientes a las comunidades Kayapó y Sawré Muybu. En los territorios de estos últimos es donde se constatan los mayores daños en la última

Fecha.	Tweet Original	Tweet Traducido	Retwee	Link
19 de abril de 2020	“Com a sanção, profissionais podem ser contratados para cargos nas diversas especialidades em que as 40 unidades universitárias são referência. A medida é complementar às contratações de combate ao Covid-19, que já vem	Con la sanción, los profesionales podrán ser contratados para cargos en las diversas especialidades en las que las 40 unidades universitarias son referencia. La medida es complementaria a la contratación para combatir el Covid-19, que ya viene ocurriendo.	454	https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1384218123356688385
12 de agosto de 2020	“@govbrreforça assistência a indígenas durante a crise do coronavírus. Cerca de 1 milhão de itens entre equipamentos e insumos já foram enviados aos 34 DSEI do país. @DHumanosBrasil @minsaude @DamaresAlves. Detalhes:	@govbrrefuerza la asistencia a los indígenas durante la crisis del coronavirus. Alrededor de 1 millón de artículos, entre equipos y suministros, ya han sido enviados a los 34 DSEI del país. @DHumanosBrasil @minsaude@DamaresAlves. Detalles: https://bit.ly/2DDfGa	3,055	https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1293475260633841666/photo/1
12 de agosto de 2020	“@govbr reforça assistência a indígenas durante a crise do coronavírus. Cerca de 1 milhão de itens entre equipamentos e insumos já foram enviados aos 34 DSEI do país. @DHumanosBrasil @minsaude	Inversión de @govbr @jairbolsonaro en insumos para la salud suma casi R\$ 3 mil millones. Panel de Compras Covid-19 muestra la compra de mascarillas, alcohol en gel, termómetros, además del mantenimiento de equipos médicos y hospitalarios. @minsaude	1355	https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1293477468968452098
10 de noviembre de 2020	“O Ministro @Astro_Pontes e o Presidente @jairbolsonaro trabalham, desde fevereiro, ao lado da ciência, no combate ao COVID-19.”	El Ministro @Astro_Pontes y el presidente @jairbolsonaro Trabajan, desde febrero, junto a la ciencia, en la lucha contra el COVID-19.	1562	https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1326098214186078208
7 de diciembre de 2020	“- Em havendo certificação da @anvisa_oficial (orientações científicas e preceitos legais) o @govbr ofertará a vacina a todos, gratuita e não obrigatória. - Segundo o @MinEconomia não faltarão recursos para que todos sejam atendidos. - Saúde e Economia de mãos dadas pela vida.”	- En caso de certificación de la @anvisa_oficial (directrices científicas y preceptos legales) la @govbr ofrecerá la vacuna a todo el mundo, de forma gratuita y no obligatoria. - De acuerdo a @MinEconomia no habrá escasez de recursos para que todos sean atendidos. - Salud y Economía de la mano de por vida.	4788	https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1336051853063299078
10 de diciembre de 2020	“Apelo aos governadores; . Brasil é destaque internacional no combate ao covid; @onyxlorenzoni.” (Bolsonaro, 2020).	Llamamiento a los gobernadores; . Brasil es un destaque internacional en la lucha contra el covid; @onyxlorenzoni	662	https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1337166042074935296

Década; aquí se concentra el 14% de las concesiones mineras.

Por otro lado, la minería ilegal se encuentra detrás de aproximadamente el 30% de las importaciones de oro. La ocupación de los garimpos (concepto acuñado para referirse a los mineros ilegales) ha implicado la propagación de la malaria y el COVID 19 en la población indígena. Poco o nada ha realizado el gobierno de Jair Bolsonaro para regular las actividades mineras. Más bien parecería que sus acciones responden a un plan sistemático para expropiar los recursos de la naturaleza y menoscabar la agencia de los pueblos indígenas. A la demanda interpuesta por organizaciones defensoras de los derechos de los pueblos indígenas, se suma otra realizada directamente por estos últimos. El 9 de agosto del 2021, se acusó a Bolsonaro de genocidio y ecocidio ante la Corte Penal Internacional (CPI). En el artículo de Carranza se encuentra que debido al fallecimiento de 1.162 indígenas en el curso de la pandemia “la Articulación de Pueblos Indígenas de Brasil (APIB) presentó una denuncia ante la CPI que afirma que el Gobierno Bolsonaro actuó deliberadamente para «exterminar» a las comunidades nativas para «establecer un Brasil sin pueblos indígenas»”.

En el documento presentado por ABIP se denuncian las siguientes actividades gubernamentales que atentan contra la vida de los pueblos indígenas y la naturaleza: desmantelamiento de estructuras sociales que protegen la vulnerabilidad de los menos favorecidos, ininterrumpidos procesos de deforestación, uso de la fuerza por parte de las fuerzas armadas de Brasil y minería. Estas actividades delatan la contradicción del tweet de Bolsonaro, dado que más bien su gobierno arremete contra la vida de los pueblos indígenas en lugar de protegerla.

En la misma línea de discusión, Bolsonaro afirma en el tweet del 12 de agosto de 2020 que su gobierno destino tres mil millones para la compra de insumos médicos como mascarillas, termómetros, alcohol y gel. Sin embargo, el tweet lejos de ser una realidad fue una estrategia comunicativa empleada por el mandatario para solapar su gestión ineficiente. En investigaciones como la de Caponi (2021) se conoce que los hospitales de varios estados estuvieron desabastecidos en el primer año de la pandemia. Particularmente, el autor señala que, en la ciudad de Florianópolis, capital del estado de

Santa Catarina, los hospitales superaron su capacidad, “todos ellos con ocupación entre 99% y 100%, con falta de suministros y equipos del área de salud, como respiradores y anestésicos, con personas jóvenes muriendo en sus casas por ausencia de camas en Unidades de Terapia Intensiva”. Debido a este antecedente, es difícil valorar el tweet de Bolsonaro como una noticia que tuvo un impacto positivo real en la salud de la población brasileña.

Contrariamente a lo expresado en redes sociales, Bolsonaro es una figura pública que minimizó la pandemia y desacreditó la información oficial de organismos internacionales como la Organización Mundial para la Salud (OMS). Solo es necesario recordar opiniones profesadas por Bolsonaro sobre la eficacia de las vacunas, la presunta relación que atribuyó el mandatario a la vacuna con el sida, las comparaciones entre el COVID con una peregrina gripe, para poner en tela de duda el tweet presentado por él, el 10 de noviembre de 2020: el presidente @jairbolsonaro trabaja, desde febrero, junto a la ciencia, en la lucha contra el COVID-19. Finalmente, resulta complicado poder creer en el tweet del 10 de diciembre del 2020 por todo lo expuesto: “Brasil destaca en la lucha contra el Covid”.

CONCLUSIONES

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), el consumo de medios informativos se incrementó en un 70% en el curso de la pandemia. Especialmente, este consumo creció por la incertidumbre generada por el confinamiento, el origen del virus y el destino de la sociedad global. Sin embargo, determinados actores políticos y económicos usaron noticias falsas para favorecer sus agendas. De este modo, en paralelo al consumo de medios de información, también se incrementaron las noticias falsas; noticias virales, cuyos contenidos sensacionalistas atrapan cada día a millones de espectadores. Los medios de comunicación fueron protagonistas fundamentales durante la pandemia. En la medida que surgía nueva información sobre el COVID-19, se reproducían nuevas noticias que carecían de indagación e información verificada; los principales canales para su difusión masiva fueron medios digitales Facebook, Twitter y WhatsApp, así como medios tradicionales como la televisión.

En América Latina, la desinformación es altamente contraproducente dada su relación con la polarización de la sociedad. En este trabajo se analizó la coyuntura de Brasil, pero cabría decir que no es el único país con un problema de desinformación. América Latina tiene una de las tasas de uso de redes sociales más altas del mundo, y uno de los niveles más bajos de seguridad en la presidencia y otras instituciones, lo que hace que la población de este continente sea un blanco fácil de noticias falsas y manipulación (Riorda 2017). De acuerdo con una investigación del diario *La República* (2021), el consumo de redes sociales aumentó en un 82% durante el primer año de la pandemia. Los tres países más consumidores son los siguientes: Brasil (97,9%), México (92,3%) y Argentina (91,1%).

Por esta razón, es necesario plantear un análisis sobre la anatomía de las noticias falsas, sus estrategias de difusión y los objetivos que persiguen sus difusores. Una vez, se conocieron estas características de las noticias falsas, la investigación se detuvo en las recomendaciones que se pueden realizar para combatir las noticias falsas. EFE Salud (2022) en su portal electrónico recomienda tomar las siguientes acciones para combatir las noticias falsas. No fiarse de los titulares y comprobar el texto. Búsqueda de transparencia a través de la verificación de fuentes y los actores que patrocinan determinados contenidos. En

especial, fijarse en la publicidad que los medios difunden contribuye a conocer las intenciones de los patrocinadores y la agenda de los mismos. Así mismo, la organización recomienda reparar en la vigencia y actualidad de los contenidos. Es común encontrar en noticias falsas el uso de acontecimientos pasados para manipularlas emociones y la opinión del público. Otra de las acciones radica en la verificación de un autor; usualmente las noticias falsas no presentan nombres de autores; pululan bajo el anonimato.

Entre otras acciones, como comunicadores es necesario identificar el grado de accesibilidad que los actores deben tener con el medio. Particularmente se analizan los canales que tiene el público para aclarar dudas o intercambiar mensajes. Se suma, el aval del sitio web que a grandes rasgos se refiere a las garantías que brinda una noticia cuando se basa en publicaciones oficiales de organismos internacionales y la comunidad científica. Finalmente, se recomienda la contrastación de información en diversas fuentes y como última recomendación es que nosotros como comunicadores debemos cernir de mejor manera la información teniendo como objetivo construir una opinión propia e imparcial de los hechos contados por diferentes medios de comunicación.

Finalmente valdría la pena señalar que, en un contexto marcado por un continuo miedo frente a la muerte, el acceso a una información veraz y objetiva es considerada un derecho. La información es uno de los pilares que contribuye a la gestión racional de la toma de decisiones de los ciudadanos. Su importancia reside en proveer un panorama completo al ser humano, para que sea él quien decida y evalúe por sí mismo que información es válida y trascendental para la construcción de su proyecto personal.

Es necesario remarcar la importancia del video reportaje como herramienta para la elaboración de este producto comunicativo ya que mediante el mismo se ha intentado complementar la información expuesta en la investigación, el mismo es utilizado de gran herramienta para entender y conocer a fondo las temáticas expuestas en la investigación, de esta manera es más factible el entendimiento de la composición, los usos, los intereses y la influencia de las *fake news* en la sociedad.

ANEXOS

Preguntas para las entrevistas

- ¿Cómo definiría usted a las noticias falsas?
¿Bajo qué criterios se conceptualizan las *fakenews*? ¿Cuáles son sus propiedades?
- ¿Cómo se construyen las noticias falsas?
- ¿Quiénes se encuentran detrás de este tipo de contenido y cuáles son sus intenciones?
- ¿Qué estrategias se emplean habitualmente para difundir *fake news*?
- ¿Considera que en la pandemia se ha incrementado la reproducción de noticias falsas?
- ¿Qué es la posverdad? ¿Existe una relación entre la posverdad y las noticias falsas?
- ¿Cómo evalúa el impacto de las *fake news* en América Latina?
¿Quiénes se benefician?
¿Quiénes pierden?
- ¿Existe alguna relación entre las desigualdades sociales de la población latinoamericana y el incremento de noticias falsas?
- Específicamente en Brasil ¿Ha existido un incremento de *fake news*?
¿Bolsonaro es una figura pública que reproduce noticias falsas? Si es el caso ¿Qué medios emplea el mandatario de Brasil para su difusión? ¿Cuáles serían los efectos de sus tweets en la sociedad?
¿Considera que la reproducción de este contenido tiene alguna relación con las tasas altas de mortalidad en Brasil?
- ¿Qué elementos se deben considerar para reconocer noticias falsas?
-

- ¿Qué estrategias tiene la población para combatir las noticias falsas?
- Como profesionales de la comunicación ¿Cuál es nuestro rol en el escenario de la posverdad?

ESCALETA

N	Plano	Entrevistado	Características del plano	Duración	Observaciones
1	Primer plano	Pablo Escandon	Día/ Interior/ Universidad Simon bolivar/ Despacho del profesor/ Iluminación artificial	4-5 min	El entrevistado porta una chaqueta negra con una camisa color celeste acompañado con unas gafas con
2	Primer plano	Camilia Cardenas	Noche/ Interior/ Casa/ Cuarto de oficina/ Iluminación artificial	4-5 min	La entrevistada porta un abrigo azul con un buso blanco acompañado de una boina color
3	Primer plano	Jackeline Herrera	Día/ Interior/ Cafeteria/ En una mesa/ Luz natural	4-5 min	La entrevistada porta un vestido de varios colores donde predomina el amarillo.
4	Primer plano	Edison Saavedra	Día/ Interior/ Universidad Simon bolivar/ Despacho del profesor/ Luz artificial	3-4 min	El entrevistado porta un traje color negro con una camisa blanca acompañada con

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcantara, M. (24 de Noviembre de 2021). El dilema colonial de Brasil: minería del oro y deforestación en la Amazonía. *IWGIA*. Obtenido de <https://www.iwgia.org/es/brasil/4567-el-dilema-colonial-de-brasil-miner%C3%ADa-del-oro-y-deforestaci%C3%B3n-en-la-amazon%C3%ADa.html>
- Asanza, J., Peralta, N., & Gomezcoello, J. (2021). La pandemia de la información falsa. *Investigación mediática estudiantil- Papel Series*, 1(1), 1-5.
- Blázquez, M. (2018). El problema de las noticias falsas: detección y contramedidas. *XV Seminario Hispano-Mexicano de Investigación en Biblioteconomía y Documentación*, (pp. 1-18). México. Retrieved from <http://eprints.rclis.org/33171/1/fakeNews-2018-mblazquez-mexico-FINAL.pdf>
- Bolsonaro, J. [@jairbolsonaro]. (19 de abril del 2020). *Com a sanção, profissionais podem ser contratados para cargos nas diversas especialidades em que as 40 unidades universitárias são*. [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1384218123356688385>
- Bolsonaro, J. [@jairbolsonaro]. (12 de agosto del 2020). *@govbr reforça assistência a indígenas durante a crise do coronavírus. Cerca de 1 milhão de itens entre equipamentos e insumos*. [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1293475260633841666/photo/1>
- Bolsonaro, J. [@jairbolsonaro]. (12 de agosto del 2020). *@govbr reforça assistência a indígenas durante a crise do coronavírus. Cerca de 1 milhão de itens entre equipamentos e*. [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1293477468968452098>
- Bolsonaro, J. [@jairbolsonaro]. (10 de noviembre del 2020). *O Ministro @Astro_Pontes e o Presidente @jairbolsonaro trabalham, desde fevereiro, ao lado da ciência, no combate ao*. [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1326098214186078208>
- Bolsonaro, J. [@jairbolsonaro]. (07 de diciembre del 2020). *- Em havendo certificação da @anvisa_oficial (orientações científicas e preceitos legais) o @govbr ofertará*. [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1336051853063299078>
- Bolsonaro, J. [@jairbolsonaro]. (10 de diciembre del 2020). *Apelo aos governadores;. Brasil é destaque internacional no combate ao covid; @onyxlorenzoni*. [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1337166042074935296>
- Caponi, S. (2021). Marzo de 2021: 300.000 muertos en Brasil. La gestión de la pandemia a la luz de las contribuciones de Foucault. *Laboreal*, 17(11), 1-13. doi:<https://doi.org/10.4000/laboreal.17563>
- Curiel, C., & Velasco, A. (2020). Impacto del discurso político en la difusión de bulos

sobre Covid-19. Influencia de la desinformación en público y medios. *Revista Latina de Comunicación Social*, 78, 65-97. doi:DOI: 10.4185/RLCS-2020-1469

Dzul, M. (2010). *Aplicación básica de los métodos científicos*. Pachuca: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf

EFE Salud. (11 de Abril de 2022). *Desinformación y acabar con las “fake news”, grandes retos en salud*. Obtenido de <https://efesalud.com/fake-news-salud-infodemia-retos/>

Flores, J. (2019). Inteligencia artificial y periodismo: diluyendo el impacto de la desinformación y las noticias falsas a través de los bots. *Doxa Comunicación*, 29, 197-212. Retrieved from https://repositorioinstitucional.ceu.es/bitstream/10637/10743/1/es_m2_stamped.pdf

Gallardo, E. (2017). *Metodología de la investigación*. Huancayo: Universidad Continental.

Gallardo, J., & Lazo, C. (2020). La verificación de hechos (fact checking) y el pensamiento crítico para luchar contra las noticias falsas: alfabetización digital como reto comunicativo y educativo. *Revista de Estilos de Aprendizaje*, 13(26), 5-7. Obtenido de <http://revistaestilosdeaprendizaje.com/article/view/2594/3220>

Gómez, A., & Díez, J. (2009). Metodologías comunicativa crítica: transformaciones y cambios en el S. XXI. *Teoría de la Educación. Educación y cultura en la sociedad de la información.*, 10(3), 103-118. Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/2010/201014898007.pdf>

Gutiérrez, L., Coba, P., & Gómez, J. (2020). Noticias falsas y desinformación sobre el covid-19: análisis comparativo de seis países iberoamericanos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 237-264. doi:DOI: 10.4185/RLCS-2020-1476

Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación* (6 ed.). México: McGraw-Hill. Retrieved from <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Jane, E. (2015). Fact checking and accountability journalism. *American Press Institute*, 27.

Lázaro, R. (2021). Introducción al método científico. Paradigmas empíricos e interpretativos. In M. Tejero, *Introducción al método científico. Paradigmas empíricos e interpretativos* (pp. 65-85). Castilla: Universidad de Castilla-La Mancha. Retrieved from <https://ruidera.uclm.es/xmlui/bitstream/handle/10578/28529/04%20TECNICAS-INVESTIGACION-WEB-4.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Martínez, J. (2018). *EEUU destapa la “fábrica de las fake news” y acusa a 13 rusos*

por la injerencia electoral. Obtenido de El País: https://elpais.com/internacional/2018/02/16/estados_unidos/1518805614_412828.html

Masip, P., & Ferrer, A. (2021). Más allá de las fake news. Anatomía de la desinformación. *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, 1-7. doi:<https://dx.doi.org/10.1344/BiD2020.46.08>

Pallarés, M., Vellón, F., & Salazar, P. (2021). *Investigaciones transversales e integradoras en ciencias sociales y humanas*. Obtenido de <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/196607/9788418951237%20%283%29.pdf?sequence=3&isAllowed=y#page=47>

Pérez, J., Meso, K., & Mendiguren, T. (2020). Fake news y coronarios: detección de los principales, actores y tendencias a través del análisis de las conversaciones en Twitter. *El profesional de la información*, 29(3), 1-22. doi:<https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.08>

Posetti, J., & Bontcheva, K. (2020). *Desinfomedia. Descifrando la desinformación sobre el COVID-19*. UNESCO: UNESCO.

Recuero, R., & Gruzd, A. (2019). Cascatas de Fake News Políticas: um estudo de caso no Twitter. *Galáxia*, 41, 31-47. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542019239035>

Rehm, G. (2018). An Infrastructure for Empowering Internet Users to Handle Fake News and Other Online Media Phenomena. *Language Technologies for the Challenges of the Digital Age*, 216-231.

Rubaii, N., & Araujo, J. (10 de Julio de 2020). La justicia brasileña ordena a Bolsonaro proteger a los pueblos indígenas del coronavirus. *The conversation*. Obtenido de <https://theconversation.com/la-justicia-brasilena-ordena-a-bolsonaro-proteger-a-los-pueblos-indigenas-del-coronavirus-142527>

Salamea, Z., Lemos, D., & Astudillo, F. (2021). Análisis de los formatos más utilizados para compartir noticias falsas en Facebook. *Journal of Science and Research*, 6(3), 240-257. doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.5659915>

Toro, J. (24 de Abril de 2021). Acceso a redes sociales en América Latina aumentó a 82% en el año de la pandemia. *La república*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/globoeconomia/acceso-a-redes-sociales-en-america-latina-aumento-a-82-en-primer-ano-de-pandemia-3158549#:~:text=De%20acuerdo%20con%20el%20m%C3%A1s,fue%20de%2080%2C9%25>.

Vizoso, Á., & Vásquez, J. (2019). Plataformas de fact-checking en español. Características, organización y método. *Communication and society*, 32(1), 127-144. Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Jorge-Vazquez-Herrero-2/publication/330521500_Plataformas_de_fact-

checking_en_espanol_Caracteristicas_organizacion_y_metodo/links/
5c45e416458515a4c73664a3/Plataformas-de-fact-checking-en-espanol-Caracteristicas-
organiz