



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE GUAYAQUIL
CARRERA DE COMUNICACIÓN

Video reportaje sobre las fake news en la red social facebook y su incidencia en la salud mental de un target adulto en época de pandemia: historias de vida.

**Trabajo de titulación previo a la obtención del
Título de Licenciada/o en Comunicación**

AUTOR: María Angélica Villacrés Goyes - Carlos Rogelio Jara Gómez.

TUTOR: Mgtr. Guillermo Xavier Paredes Estrella.

**Guayaquil - Ecuador
2023**

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

Nosotros, Carlos Rogelio Jara Gómez con documento de identificación N° 0106325806 y María Angélica Villacrés Goyes con documento de identificación N° 0956619704; manifestamos que:

Somos los autores y responsables del presente trabajo; y, autorizamos a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar demanera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Guayaquil, 31 de Julio del año 2023

Atentamente,



Carlos Rogelio Jara Gómez
C.I.0106325806



María Angélica Villacrés Goyes
C.I.0956619704

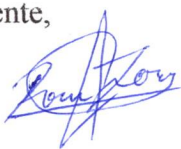
**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN
A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Nosotros, Carlos Rogelio Jara Gómez con documento de identificación No.0106325806 y María Angélica Villacrés Goyes con documento de identificación No.0956619704, expresamos nuestra voluntad y por medio del presente documento cedemos a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que somos autores del producto comunicativo: Video Reportaje sobre las fake news en la red social Facebook y su incidencia en la salud mental de un target adulto en época de pandemia: Historias de vida, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado/a en Comunicación, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

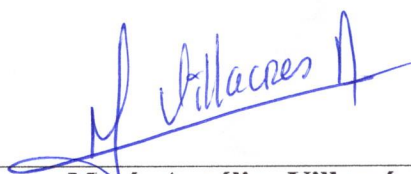
Guayaquil, 31 de Julio del año 2023

Atentamente,



Carlos Rogelio Jara Gómez

C.I.0106325806



**María Angélica Villacrés
Goyes**

C.I.0956619704

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Guillermo Xavier Paredes Estrella con documento de identificación N° 0927230631, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: Video Reportaje sobre las fake news en la red social Facebook y su incidencia en la salud mental de un target adulto en época de pandemia: Historias de vida realizado por Carlos Rogelio Jara Gómez con documento de identificación N° 0106325806 y por María Angélica Villacrés Goyes con documento de identificación N° 0956619704, 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.

Guayaquil, 31 de Julio del año 2023

Atentamente,



Mgr. Guillermo Xavier Paredes Estrella
0927230631

AGRADECIMIENTOS Y DEDICATORIA

Primeramente, le doy gracias a Dios por permitirme culminar mi etapa universitaria, a mi familia por su comprensión y apoyo incondicional. Doy gracias a la Universidad Politécnica Salesiana por aceptarme a formar parte de ella y poder estudiar mi carrera.

Agradezco a los diversos docentes que me brindaron sus conocimientos y apoyo en la trayectoria de mis estudios profesionales. Por último, agradezco a mis compañeros de clases, especialmente a mi compañero de titulación, con quién compartí esta gran responsabilidad para finalizar una de nuestras anheladas metas.

Con amor y esperanza, dedico este proyecto a mis amados padres quienes son y siempre serán mis pilares fundamentales para cumplir cada una de mis metas. A mis abuelos y seres queridos quienes siempre me brindan su apoyo y fortaleza con sus buenos deseos para seguir adelante.

A mi pareja, quien formó parte de este largo proceso profesional y estuvo siempre apoyándome y motivándome a seguir adelante.

María Angélica Villacrés G.

AGRADECIMIENTOS Y DEDICATORIA

Este trabajo de titulación primeramente la dedico a Dios por permitirme vivir y lograr cada meta propuesta y a su vez regalarme la capacidad de sabiduría que se requiere para desarrollar una capacidad cognitiva que genera conocimiento y riqueza humana.

De igual manera, dedico a un gran ser humano que ya no está conmigo pero que sé que me acompaña en cada momento “mi hermano Nerio Jara” estoy seguro que se alegra al igual que yo por esta oportunidad de un logro profesional, él que siempre me ha alentado a seguir cuando aún lo teníamos con nosotros.

A mis padres, mis hermanos por todo ese apoyo brindado, y sobre todo por sus mensajes de aliento de cada uno de ellos por creer y depositar su confianza en mí, en especial a mi hermana “Olga Jara” quien ha sido el pilar fundamental dentro de este largo camino de lucha y esfuerzo.

A todo el claustro de docentes de la carrera de comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana, por todo ese conocimiento impartido y de hecho por guiarme en todo este proceso académico.

Carlos Rogelio Jara G.

RESUMEN

Las redes sociales y el contenido no contrastado o procedente de fuentes no verificadas, afecta a grupos sociales vulnerables (target adulto y con desconocimiento de plataformas digitales). Tal información que es recibida cotidianamente repercute en la salud mental de los usuarios vulnerables de la red social Facebook. De forma específica en la época de pandemia incrementó el uso de la red social a razón de mantenerse informados y comunicados ante el aislamiento, lo cual trajo consigo un fenómeno que requiere ser analizado y explicado. Para llevar a cabo este estudio se adopta un enfoque cualitativo, de alcance descriptivo y un diseño fenomenológico. Se recurre a las técnicas de recolección de datos, entre ellas; la revisión documental, entrevistas a profundidad y el análisis del contenido, lo que permite conocer las vivencias a través de relatos, las historias de las personas afectadas en el aspecto psicológico causadas por las fake news, en edades comprendidas entre 50 y 65 años de edad. Los resultados encontrados ponen de manifiesto que el miedo, la depresión y la ansiedad son las principales afecciones de la salud que se vivió a causa de los mensajes difundidos en facebook en tiempo de pandemia. El abordaje periodístico realizado obtuvo un video reportaje donde se narra las historias basadas en experiencias vividas, abarcando las anécdotas de las personas adultas mayores entrevistadas, al igual que da a conocer el análisis de los psicólogos especialistas en enfermedades mentales provocadas por el consumo de información falsa viralizada. No obstante, para un mejor entendimiento de los mensajes existentes en la red social, el audiovisual recoge versiones de profesionales de la comunicación, quienes hacen énfasis en el impacto que puede causar las publicaciones lanzadas con fines de generar la interacción de los públicos, sin importar los daños psicológicos que pueden causar los mismo, a su vez, profundiza con versiones de creadores de este tipo de contenido quienes revelan cual es el trasfondo y la razón de mantener vigente el contenido en la red, que en muchos de los casos el nivel de veracidad viene de la mano con la instantaneidad de la información que se maneja en redes sociales.

Palabras claves:

Fake news, Facebook, covid- 19, adultos mayores, salud mental.

ABSTRACT

Social networks and unverified content or content from unverified sources affect vulnerable social groups (adult target and with lack of knowledge of digital platforms). Such information that is received daily has an impact on the mental health of vulnerable users of the social network Facebook. Specifically, during the pandemic period, the use of the social network increased in order to stay informed and communicated in the face of isolation, which brought with it a phenomenon that needs to be analyzed and explained. In order to carry out this study, a qualitative approach is adopted, with a descriptive scope and a phenomenological design. Data collection techniques are used, among them; documentary review, in-depth interviews and content analysis, which allows to know the experiences through stories, the stories of people affected in the psychological aspect caused by fake news, aged between 50 and 65 years old. The results show that fear, depression and anxiety are the main health conditions experienced as a result of the messages disseminated on Facebook during the pandemic. The journalistic approach obtained a video report where the stories based on lived experiences are narrated, including the anecdotes of the interviewed elderly people, as well as the analysis of psychologists specialized in mental illnesses caused by the consumption of false viralized information. However, for a better understanding of the existing messages in the social network, the audiovisual collects versions of communication professionals, who emphasize the impact that can cause the publications launched in order to generate the interaction of the public, regardless of the psychological damage that can cause the same, in turn, deepens with versions of creators of this type of content who reveal what is the background and the reason to keep the content in force on the network, which in many cases the level of veracity comes hand in hand with the instantaneity of the information that is handled in social networks.

Keywords:

Fake news, Facebook, covid- 19, older adults, mental health.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Introducción	10
Problema que aborda el producto comunicativo	10
Justificación	14
Marco Teórico Referencia	15
Taxonomía de la comunicación visual y social	15
Las redes sociales y las fake news	16
El mensaje como afectación psicológica en adultos mayores	18
Objetivos	20
Objetivo general	20
Objetivos específicos.....	20
Metodología	21
Desarrollo	23
Conclusión	27
Bibliografía	29
Anexos	32

INTRODUCCIÓN

El confinamiento y la limitación de movilidad causadas por la pandemia del Covid 19, ha incidido en el consumo masivo de las nuevas tecnologías de comunicación, entre ellas, las redes sociales. Esta era tecnológica y digital provoca que varios grupos sociales y etarios (personas adultas entre 50-65 años), tengan que adaptarse al manejo de plataformas digitales como Facebook, que permiten una interacción constante, facilitando de manera exponencial la comunicación a escala global y al acceso todo tipo de información (datos contrastados y no contrastados) “al punto de que la crisis ha generado una infoxicación del ecosistema informativo” (Alonzo-Gonzales, 2021, p.3).

De este modo, las redes sociales y las denominadas noticias falsas, incide en un mayor grado de vulnerabilidad de grupos sociales en situación de desventaja por razones de falta de acceso a la tecnología y la brecha digital, para Sanromán (2020) “las redes sociales cuentan con la combinación perfecta para la manipulación de masas, la mentira llega a millones de personas, que nunca llegaron a darse cuenta del engaño” (p.10).

De hecho, el contexto emergente planteado y el panorama referente a la salud pública desencadenado por la pandemia motivo a que la sociedad en general evite un contacto personal y recurra como forma de comunicación a las redes sociales, el medio utilizado para entretenerse e informarse. Consecuentemente, se transforma y evoluciona vertiginosamente el uso de recursos digitales, aplicaciones, requiriendo habilidades de pensamiento y competencias para acceder al desbordamiento de información:

La sociedad se ha centrado en la nueva era tecnológica, permitiendo que el contenido publicado en las mismas tenga un alto nivel de credibilidad a partir de

su difusión masiva y su fácil acceso; a su vez, el lector no se interesa por corroborar la veracidad de la información a causa de su negligencia cognitiva (Cifuentes et al., 2020, p.12).

Los hábitos de convivencia entre allegados y sobre todo el modo de compartir información recibida de diversas fuentes, permite que el contenido de los mensajes tenga una repercusión mucho más influyente, producto de la naturalización del mensaje, por su parte Rosado (2020), manifiesta que, “las personas quienes, confiando en la información, comparten la misma como aporte social, sin embargo, desconocen las razones que tienen estas fuentes para emitir contenido sin fundamentos” (p.10).

Los creadores de fake news son individuos que tienen un cierto interés, económico o ideológico, con un tinte periodístico, que tiene como objetivo la viralización de las noticias sin importar los efectos o el daño que pueda causar a las personas, por lo que se considera, que estos contenidos son creados de forma consciente para obtener beneficios económicos o simplemente manipular la opinión pública, alterando la percepción de la realidad de la ciudadanía (Amorós, 2018).

Por lo que se deduce que la existencia de noticias engañosas han estado presente desde siempre, sin embargo, con el pasar de los años se han proliferado, adaptándose a las nuevas plataformas de difusión de información, entre ellas, la red social Facebook, la cual permite que los usuarios tengan el papel de prosumidores, para Sánchez y Caldeiro (2016), “Se conoce a aquella persona que desarrolla una doble acción de cara a las nuevas tecnologías de la información, estas acciones son las del productor y la del consumidor” (p.1).

En el contexto de la pandemia, el acceso a internet se ha masificado, constituyéndose como una herramienta para la obtención de información como un mecanismo que toma el ser humano para disminuir la incertidumbre para

Hernández (2022), “la vulnerabilidad de la sociedad frente a la desinformación, y lo que está en juego, no solo es la salud, si no la vida misma, dando prioridad a la supervivencia, apelando a todo tipo de desinformación” (p.204).

Según Marinho (2022), las noticias falsas durante el confinamiento han sido causa de factores que ponen en ventaja el estado de salud mental. Estableciendo a las personas de edad avanzada en una situación de vulnerabilidad al virus, así como a los efectos psicológicos, “La información sobre el impacto y el estado de salud mental de los ancianos es incipiente, y los datos que abordan el impacto de epidemias anteriores son escasos” (p.1).

El riesgo de contagio, el fallecimiento u la hospitalización de un familiar, aunado al encierro continuo, constituyen situaciones de gran impacto, que causaron angustia en la población, Pinto y Gavilanes (2021), los medios de comunicación al referirse del Covid-19, priorizan las repercusiones fisiológicas de la enfermedad, no obstante, lo psicológico que conlleva este fenómeno, necesita el mismo nivel de importancia, debido a la experimentación de un sin número de emociones negativas, “el miedo fue una de las emociones más palpables durante esta etapa, mucha gente se vio alarmada por la cantidad de noticias fatídicas que se vivía en el país” (p.7).

Resulta conveniente para el objeto de estudio resaltar los datos de la ciberpágina The Conversation (2020), indica que:

El 80% de los adultos españoles de 50 años difunden las fake news del coronavirus en Facebook, más que los jóvenes; asimismo, menciona que este grupo etario comparte noticias falsas por las siguientes causas: Cambios sociales, deficiencias cognitivas y la falta de conocimiento acerca del funcionamiento de las redes sociales. (p.13)

Con este antecedente detallado, se establece que el público adulto guayaquileño en edades comprendidas entre 50 a 65 años, muestran un nivel de aficción en la salud mental relacionada con la información falsa visualizada en Facebook, cabe recalcar que en la investigación realizada se ha encontrado en cuanto a productos audiovisuales, temáticas relacionadas sin embargo, no se ha abordado la temática que muestre mediante testimonios, relatos de vivencias de las personas afectadas a consecuencia del consumo de información falsa, para Muñoz (2016), “el video reportaje se caracteriza por presentar hechos desde diferentes puntos de vista, para dar cuenta de la complejidad de lo que se está informando, se aleja de la actualidad inmediata, lo que busca exponer las posibles causas y consecuencias de los hechos” (p.13).

Por lo tanto, Peña y Navarro (2016), la importancia del contenido y su nivel de veracidad implican rigurosidad investigativa al momento de generar información “el propósito de crear y transmitir el conocimiento adquirido mediante la recolección de metodologías con la finalidad de elaborar productos comunicativos innovadores haciendo un hincapié a la creación y contribución del trabajo audiovisual” (p. 11).

La falta de atención y difusión de contenido imposibilita conocer el estado físico y el bienestar psicológico de la población adulta, Ramírez (2020), afirma que, “El bienestar del adulto mayor es importante para una vejez digna y feliz en todas sus dimensiones” (p.1).

En conclusión, según la Revista de Ciencias de la Comunicación e Información (2021), manifiesta que “la incertidumbre y el miedo por la pandemia de coronavirus queasola al mundo desde hace más de un año han provocado un aluvión de informaciones falsas que ofrecen datos y opiniones variadas en torno a la enfermedad y sus repercusiones” (p. 12). En efecto, las plataformas digitales que prestan servicios de mensajería son utilizadas como medios de difusión de hechos noticiosos que, apoyándose en la sensibilidad, han generado la masificación del fenómeno.

La información falsa que se difunde a través de redes sociales y del boca a boca acapara la atención, cuando proviene de personas que aparentemente generan confianza, tales como, familiares o conocidos. Sin embargo, no se comprueba la veracidad generando que los mensajes sean aceptados sin ningún cuestionamiento. Alonzo-González (2021), determina que, “Esto provoca que automáticamente se acepte como válida, ya que, a la hora de creer algo entra en juego variables ideológicas, lo cual explicaría por qué, gracias a las redes sociales hechos incuestionables pierden la batalla frente a hechos alternativos” (p.10).

Por tanto, a través de un video reportaje se pretende dar a conocer las consecuencias y las afecciones en la salud mental que han provocado la infodemia y las denominadas fake news, propagadas en la red social “Facebook”. Por lo cual, en el producto audiovisual se plasman los testimonios sobre este fenómeno. El escenario se constituye en la ciudad de Guayaquil, con un público en un rango entre los 50 a 65 años.

El video reportaje pretende mostrar como las noticias falsas afectaron la salud de los adultos, puesto que se cree que estas generaron graves secuelas en la salud de las personas de avanzada edad, según Asanza y Moreno (2020) “son los adultos mayores quienes dan más credibilidad a las noticias manipuladas, debido a su falta de alfabetización tecnológica o porque para ellos una noticia es equivalente a verdad” (p.5). Sin embargo, la manipulación de la información llegó a alterar los estados emocionales de la sociedad adulta, a tal punto de generar pánico, por lo cual, Valerio y Serna (2018) manifiestan “la utilización de Facebook y el bienestar psicológico guardan relación negativa” (p.3).

Sobre este aspecto Lee (2018), advierte de la falta de formación en materia digital en los adultos mayores es lo que se ha denominado alfabetización mediática, se manifiesta que “Los usuarios de Internet de todas las edades cometen errores cuando se trata de en qué mensajes y fuentes confiar, así como en qué información es segura divulgar y dónde” (p.464).

Taxonomía de la comunicación visual y social

La comunicación visual es una forma directa de llegar a los grupos sociales. El papel que desempeñan las comunicadoras visuales está establecido bajo la responsabilidad de transformar la necesidad del ser humano para poder de esta forma, mediante estrategias establecer una solución de la problemática del grupo a cuál nos dirigimos a través del video reportaje.

Por ello, la fusión entre la comunicación y la cultura visual genera un escenario idóneo para la ejecución de una doctrina, por lo que Goyes (2020) define “Un proceso de orden cultural y de contexto, que posibilita la mediación y la producción de sentidos, y permite el reconocimiento del otro a partir de una interrelación mutua, donde tanto el individuo como el contexto se transforman” (p.354).

El reportaje como género periodístico da respuesta a las funciones y características para concretar el ciclo de un trabajo, el cual deberá responder a cuatro funciones principales: La de informar; se considera como la función elemental del periodismo, debido a que se debe informar de hechos de interés para la sociedad. Describir; hace referencia a que de nada sirve la información si no existe una descripción coherente del suceso. Narración; el acontecimiento se debe narrar de forma detallada. Investigar; si no hay investigación no hay reportaje (Patterson, 2003).

El video reportaje apela a la sensibilidad de la sociedad ante un fenómeno trascendente que podrá ser percibido por futuras generaciones independientemente de su temporalidad, el reportaje brilla excesivamente cuando la sociedad pasa por momentos de tensión o trata de reflejar la vida diaria de una persona o un grupo de individuos.

Las redes sociales y las fake news

En la actualidad las diversas plataformas digitales se han vuelto una de las tecnologías más populares a nivel mundial, debido a su orientación y fácil acceso que permiten el intercambio de información, por ende, miles de internautas mantienen un perfil en Facebook. De hecho, las plataformas facilitan la comunicación con su entorno social, para mantenerse al tanto de los acontecimientos que suceden en su entorno. “A raíz de este uso que la sociedad les ha dado a las redes sociales, han proliferado muchas publicaciones de noticias que no están debidamente contrastadas o validadas, originándose así, el concepto de noticias falsas, conocidas también como fake news” (Dong-Ho Lee et al., 2019, p.10).

Sin embargo, la interacción colectiva en el proceso comunicativo ha originado la ejecución del papel de prosumidor por parte del público provocando un incremento notorio, según Barquero y García (2017). “informaciones voluntaria o involuntariamente adulteradas, el público es editor de su propia información, y de su propia desinformación” (p.5).

Por lo cual, se puede mencionar que actualmente el Internet atraviesa dos campos de libertades: la primera, es la libertad de expresión y la segunda, la libertad de información. Ambas juegan un papel fundamental en la sociedad debido a que en ella existe el libertinaje del ciberespacio; en primera instancia, por la polarización que ocasiona la conversación no usual, así es como frecuentemente se originan los trolls, y la segunda, por el desbordamiento de las corrientes de desinformación (Rodríguez, 2019).

Con el internet existe un alto porcentaje de desinformación, relacionadas con la manipulación de noticias y el discurso público, en una etapa alterable la cual exagera la libertad y la democratización de la información. Por lo tanto, para la RAE (2019) el significado de desinformar es “dar información intencionadamente manipulada al servicio de ciertos fines” (p.1). Por consiguiente, se considera que el modo más eficiente de masificar contenido falso se ejecuta mediante el uso de estrategias competentes.

Sin embargo, en la actualidad la era digital y mediática tiene un gran avance en la sociedad tanto así que no se tiene en cuenta los aspectos negativos que conlleva, por lo cual, Vosoughi et al. (2018), consideran que las fake news son las nuevas armas de guerra de la cuarta generación, incluso la ciencia confirma que las noticias falsas se extienden con más rapidez que las reales (p.7).

Por otro parte, Vega (2020) indica que:

El término posverdad, usa el recurso para definirla como hechos alternativos o verdades a medias y que a veces las noticias falsas se encuentran llenas de hechos que son trastocados para distorsionar la realidad y crear una burbuja falsa, y en algunos casos existen posverdades más sutiles y otras son triviales (p.8).

Las redes sociales han aumentado la percepción de miedo, debido que en ella se tiende a exagerar una situación crítica. Según Salaverria (2021), identificaron “cuatro tipos de engaños o mensajes falsos percibidos como verdaderos, los cuales fueron manifestados en forma de broma, exageración, descontextualización y artificio, relacionados con la desinformación en las redes sociales en tiempos de pandemia” (p.2).

Cabe mencionar que un echo noticioso recopilado por los medios de comunicación, en muchos de los casos tienden a generar un margen de error, debido

a la inmediatez que manejan los medios digitales. Según De Fontcuberta (1993) define a la noticia “como la comunicación a un público interesado de un hecho que acababa de producirse o de anunciarse a través de unos medios de comunicación masivos” (p.15).

El mensaje como afectación psicológica en adultos mayores

Todas las afectaciones psicológicas en el comportamiento humano en emergencias y desastres son normales; independientemente de la naturaleza que provenga, Paniagua (2020), menciona que “la ansiedad, el temor y la angustia debido a esta inusual enfermedad, podría generar un deterioro emocional lleno de situaciones angustiosas” (p. 12). De hecho, las afecciones psicológicas en el adulto mayor han aumentado significativamente.

En efecto, es de importancia mencionar que el bienestar psicológico es una percepción personal, lo cual se va construyendo a través de diferentes conjuntos de vivencias las cuales pueden ser positivas o negativas en el ser humano, esto incluye la calidad en las relaciones interpersonales y la disponibilidad de fuentes de apoyo.

Generalmente la sociedad tiende a sentirse triste o decaído a menudo, pero este estado anímico suele desaparecer en poco tiempo. La depresión, también llamada “depresión clínica” o “trastorno depresivo”, es un estado de ánimo que causa síntomas de angustia, que afectan el sentir, pensar y coordinar labores cotidianas. (Instituto Nacional de Salud Mental, 2020, p. 8).

Además, Álvarez (2020) alega que, “los adultos mayores atraviesan por una serie de procesos en el envejecimiento, los cuales dependen de diversos factores que influirán en su calidad de vida” (p.5). Por lo tanto, la depresión se establece como una enfermedad mental que requiere ser tratada, ya que su origen se relaciona con factores propios de la edad.

Por lo cual, cabe mencionar que la enfermedad pandémica ha causado diversos incrementos de la demanda de servicios de salud psicológica, muchos adultos mayores se encuentran atravesando por cambios en su etapa de vida, lo que los hace más vulnerables a desarrollar síntomas depresivos (Cid, Muy saludable, 2020, p. 1).

OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICOS

Objetivo General:

- Desarrollar un producto comunicativo “videoreportaje” para mostrar la incidencia de las fake news en la red social Facebook, sobre la salud mental en adultos mayores de la ciudad de Guayaquil durante los meses de marzo y abril del 2020.

Objetivos Específicos:

- Identificar el tipo de noticias y contenidos falsos que circularon en pandemia.
- Determinar los modos de consumo de noticias falsas en redes sociales de los adultos.
- Mostrar las consecuencias psicológicas del consumo de las noticias falsas viralizadas en la red social Facebook.
- Transmitir las historias de vida de adultos que se vieron afectados psicológicamente, por las noticias falsa.

METODOLOGÍA

La metodología aplicada en este trabajo investigativo se direcciona a un enfoque cualitativo, este proporciona una estrategia para comprender el punto de vista de otras personas y posibilite la comprensión e interpretación humana. Según Akter y Nweke (2016) "la participación del usuario en los medios sociales posibilita ampliar su visión no sólo de sí mismos y de su entorno, sino del mundo" (p.21).

Cabe recalcar que el método fenomenológico es parte fundamental en el proceso de este proyecto, nos dirige a la descripción e interpretación de las experiencias vividas, acuña el significado e importancia en la psicología y sociología. Van Manen (2003), reafirma que "la fenomenología es una ciencia humana y se deslinda como ciencia natural, debido que el objeto de estudio son las estructuras de significado del mundo vivido" (p.30). Por lo cual, esto ayudará a conseguir la información a través de la técnica biográfica, donde no solo se centrará la información del individuo afectado, sino también en las personas que conviven en su entorno.

Este método constituye un proceso riguroso y coherente de las dimensiones éticas de las experiencias cotidianas difícilmente accesibles por otros métodos usuales de investigación.

Se utilizará tres técnicas de recolección de datos que permitirán determinar los resultados, los métodos a implementar son: la revisión documental, entrevistas a profundidad y el análisis de contenido, mediante el cual, podremos conocer las vivencias por medio de los relatos, las historias y las anécdotas de las personas que están involucradas en al aspecto psicológico a causas de las noticias falsas en tiempo de pandemia de la ciudad de Guayaquil.

El video reportaje se basará en narrar las experiencias, a su vez, se determinará las afecciones psicológicas a causa de las fake news que dejó la pandemia en un target adulto de la ciudad de Guayaquil.

El objeto de estudio son adultos comprendidos entre las edades 50 a 65 años y que los investigadores determinaran su selección mediante los criterios tales como: afectaciones en la salud emocional y en estados de ansiedad y abandono.

Por tanto, el tipo de muestreo es intencional aleatorio, y luego los casos elegidos serán analizados por expertos enfocados en los criterios antes mencionados.

El video reportaje se divide en tres fases que tienen como finalidad la planificación del proceso y diseño del producto comunicativo.

Pre - Producción

Krasner (2008) sostiene que “la fase de preproducción es una conceptualización y momento donde se desarrollan las ideas. Incluye así mismo una síntesis general de todo lo que se pretende realizar” (p.32).

Para la realización del mismo, en primera instancia se recurre a fuentes bibliográficas, de hecho, se toma como referente, investigaciones basadas en tres ejes principales; afecciones psicológicas a causa de las fake news viralizadas en la red social Facebook en un target adulto; la construcción del mensaje y su capacidad de alcance; la viralización de contenido en tiempo de pandemia. Las principales fuentes indagadas son los artículos científicos y estudios recientes que han abordado la temática sacadas de la base de datos Google académico, Scielo y Redalyc, siendo estas las más utilizadas.

Los estudios analizados dentro del producto proceden de investigaciones de los autores; Pilar Aguirre sobre la “Fake news en redes sociales en pandemia” y José García con su investigación en la “salud mental y covid - 19”.

Una vez que se obtiene mayor comprensión del tema, se analiza los perfiles de los adultos mayores que sufren alteraciones en la salud mental y que tienen relación con la desinformación difundida en la pandemia. Los profesionales, psicólogos, comunicadores, creadores de contenidos son seleccionado de acuerdo a la experticia y su experiencia al tratar casos críticos con nuestro grupo objetivo, para una mayor profundización, se elabora bancos de preguntas con una estructura ordenada de los aspectos importantes que se quiere resaltar y, sobre todo, la información que se quiere obtener a través de esta técnica, para un mayor realce del producto comunicativo.

Además, se elabora un cronograma para definir las fechas de grabaciones de las

entrevistas de adultos mayores y profesionales en el tema, de acuerdo con el horario disponible de cada uno de nuestros entrevistados.

Dentro del desarrollo, se utiliza el formato guion técnico literario como herramienta principal para poder definir el orden a que se realiza el videoreportaje, tomando en consideración las aportaciones de los profesionales al igual que las historias de vidas de el target adulto.

Ya para complementar, se elabora la paleta de colores cuya coloración está pensada a que tenga coherencia con el producto y el significado de cada color en base a la psicología del color.

Producción / Realización

El concepto de producción que se propone de manera general es el “proceso de fabricación”, siendo el desarrollo en gestión para crear el producto antes fue pensado.

A consecución del proyecto se ejecutan las entrevistas con los profesionales y adultos mayores, las locaciones se proyectan acorde al ambiente laboral de cada uno de los profesionales a excepción de las personas adultas donde las escenografías se desarrollan en el confort de sus hogares, por consiguiente, se opta por utilizar iluminación proyectada por reflectores para una luminancia óptima.

Los planos y el tipo de tomas más frecuentes para las entrevistas que se desarrollan en cuanto a lo profesional son: plano medio, las tomas en el entorno de los adultos mayores se estableció el primer plano y el primerísimo primer plano, debido a que se elaboró la recreación de escenas de las actividades que realizaban como medio de entretenimiento para apaciguar los momentos de angustia en el contexto del covid 19 y la necesidad del uso de las redes sociales y las noticias falsas.

Para dar una introducción al iniciar el video reportaje, se realizan tomas

generales de diferentes puntos de la ciudad de Guayaquil, con el objetivo de poner en contexto la narrativa.

Posterior, se realiza la grabación de las intervenciones por parte de los autores con los textos que le dan un hilo conductor al video reportaje, cabe recalcar que dichos escritos son referenciados a todo lo indagado en el proceso investigativo, como también a lo extraído de cada una de las entrevistas realizadas para el abordaje del producto, para los cuales se utiliza un plano medio.

Posproducción

Según argumentan Crook y Beare (2016) la posproducción es el final de la línea de producción, todos los recursos recopilados están en una fase avanza, permitiendo que la protección del material sea primordial. Para esta fase se ha seleccionado las mejores tomas de cada una de las entrevistas, y por ende las intervenciones con mayor coherencia.

De igual forma se realiza las depuraciones en los audios elaborados por los autores, ya que acorde con el guion establecido, parte de la información se narra en una voz en off.

Finalmente se desarrolla la edición, en la cual se utiliza el programa adobe audition 2021, dentro el programa se utiliza las distintas herramientas tales como: pasar a blanco-pasar a negro, para las transiciones que tienen un fondo blanco y las escenas que tienen un fondo no tan iluminado.

Para la corrección de ruido de las entrevistas, se trabaja en fusión tanto en Adobe Premiere como en Adobe Audition, cabe mencionar, la música de fondo utilizada dentro del video, todos sus decibeles de sonido son regulados pajo los comandos de estas dos aplicaciones.

No obstante, se hace utilidad de la herramienta generador de caracteres para la visualizar el nombre de cada uno de los entrevistados, adicional a ello, para un dinamismo

se usa la transición desplazar hacia la derecha.

Una vez renderizado todo el video reportaje, se hace la debida colorización para posterior a ello, realizar la exportación del producto final.

CONCLUSIÓN

Se elabora un producto comunicativo, basado en las historias de vida de adultos mayores que han sufrido significativamente una enfermedad mental a causa de las noticias falsas en las redes sociales, específicamente en Facebook. El recurso audiovisual dota a estas historias de una perspectiva integral ya que a través de los diferentes recursos que posee, es posible incidir de manera más efectiva en las audiencias.

Es notorio que el abordaje de esta problemática es deficiente sobre todo en estudios científicos que cuenten con una mayor profundidad, puesto que el análisis sobre la salud mental de los adultos mayores requiere de la visión profesional de diversas áreas, tales como, psicológicas y también en las ciencias sociales. En cuanto a comunicación se refiere, deben ser abordadas en narrativas audiovisuales enfatizando los efectos de las fake news en la salud mental, en el contexto de la pandemia, logrando captar otras visiones que podrían dar una mayor información a futuras investigaciones.

La información falsa viralizada en la red social Facebook, se ha convertido en el detonante para que las personas indaguen información en fuentes no verificadas, potenciando la vulnerabilidad y poniendo al descubierto el escaso conocimiento digital. Consecuentemente, la búsqueda de información se vuelve un mecanismo para disminuir la incertidumbre que se vive en el momento a consecuencia de la información difundida, por ello, el target adulto ha optado por percibir dicha información de una forma directa en base a la interacción consciente en la red social con fines informativos.

En este contexto, el contenido del mensaje construido con fines de captar una mayor audiencia incide en la salud mental del target adulto, por ello, se dice que la incertidumbre es uno de los elementos que alimenta la sensación o el estado de ansiedad que puede tener el ser humano, si esto se asocia con información falsa, puede desenlazar en crisis de pánico, misma que, daría paso a una de ansiedad y con ello la

persona cae en depresión.

De este modo la salud mental radica en el sentido de bienestar subjetivo del adulto el cual tiene un alto nivel de deterioro en la pérdida de las capacidades cognitivas, repercutiendo en la eficacia de distinguir entre una fake news y una información veraz.

Si bien, esta investigación logra generar información importante para comprender esta problemática, también es preciso enfatizar limitantes que se dieron a lo largo de la producción de este audiovisual. Se considera que una de las limitantes más representativas en base a la problemática abordada en el campo que la salud mental en los adultos mayores incurre en que las afecciones psicológicas son poco tratadas en el ámbito profesional, existen pocos casos de adultos reciben atención profesional, en la actualidad están mayormente enfocados a la psicología infantil y al neurodesarrollo de los niños.

Por lo que podemos concluir que el target adulto, cada vez está más aislado de los problemas sociales, y no específicamente de los efectos psicológicos que puede causar una pandemia, si no, a nivel de estudios de las ciencias sociales en la que conlleva la comunicación. Este tipo de estudio investigativos deben darse con frecuencia, y sobre todo prestarle una mayor importancia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

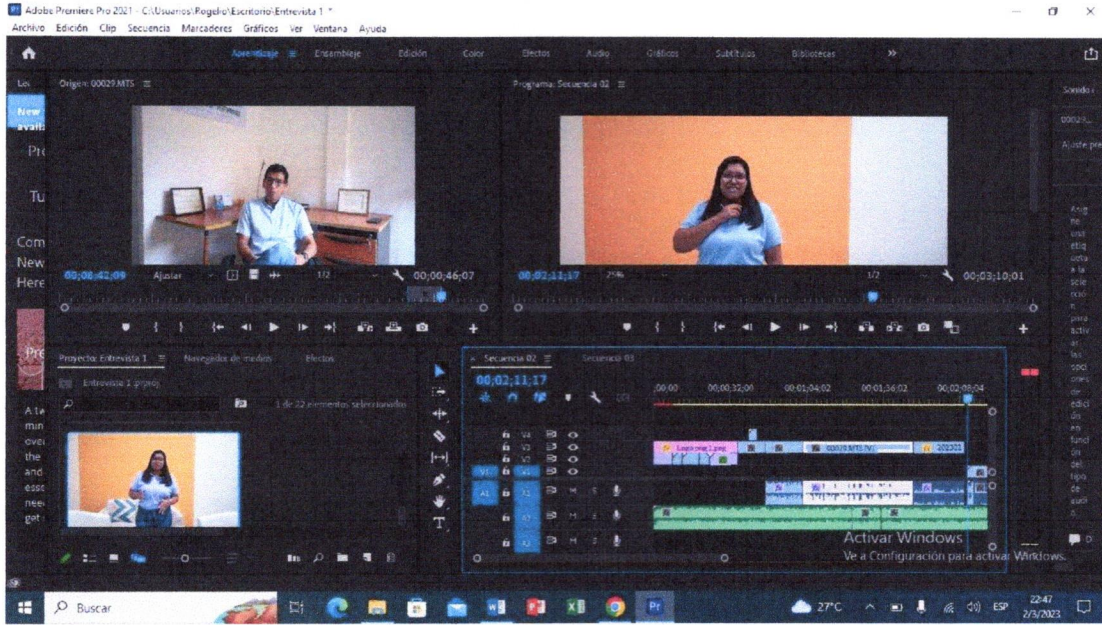
- Acosta, J. (2020). COVID-19: desinformación en redes sociales. *Scielo*, 13(2).
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35434/rcmhnaaa.2020.132.678>
- Aguirre, I. (2020). Fake news en redes sociales durante la pandemia: Análisis comparativo facebook y whatsapp, cantón Alfredo Vaquerizo Moreno. *Universidad Técnica de Babahoyo*, 1-33. <https://doi.org/https://bit.ly/3tYEobA>
- Almudena, M. (2021). Fake News: La pandemia de la COVID-19 y su cronología en el sector turístico. *Historia y Comunicación Social*, 26(1988-3056), 1-14.
<https://doi.org/https://dx.doi.org/10.5209/hics.74248>
- Álvarez, P. (2021). Detección de noticias falsas en redes sociales basada en aprendizaje automático y profundo: Una breve revisión sistemática. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Información*, 1646-9895(41), 1-645.
<https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8610723>
- Apolo, E. (2022). Noticia Falsa y desinformación aumentan durante el estado de excepción 2020. *Revista De Ciencias Sociales Y Humanidades* (16), 1-17.
<https://doi.org/https://preprints.scielo.org/index.php/scielo/preprint/view/2993/versión/3161>
- Bernal, A. (2019). Bernal-Triviño, A., & Clares-Gavilán, J. (2019). Uso del móvil y las redes sociales como canales de verificación de fake news. El caso de Maldita. es. *Profesional de la Información*, 28(3). *Profesional de la información*, 28(3), 1-8.
<https://doi.org/https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.12>
- Bustos, R. (2022). Fuentes verificadas ante las Fakes News. El caso de Facebook, Google y Microsoft frente a la desinformación durante el COVID-19. *Revista Estilo y Aprendizaje*, 13(26), 1-12. <https://doi.org/https://doi.org/10.55777/rea.v13i26.2158>
- Caldeiro, C. (2016). El prosumidor. *Competencia Mediática*, 1(2253-7937), 1-4.
https://doi.org/http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/11541/El_prosumidor.pdf
- Espada, O. (2020). Las buenas prácticas en la atención psicológica infanto-juvenil ante el COVID-19. *Clinica y Salud*, 31(2).
<https://doi.org/https://dx.doi.org/10.5093/clysa2020a14>
- Gallegos, Z. (2020). Cómo afrontar la pandemia del Coronavirus (Covid-19) en las Américas: recomendaciones y líneas de acción sobre salud mental. *Research Gate Logo*, 54(1), 1-28. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30849/ripijp.v54i1.1304>
- Garcés, N. (2021). Representaciones sociales de la recepción mediática durante la cuarentena por la COVID-19 en Colombia: entre mensajes y significados. *Scielo Salud Pública*, 37(2), 1-14. <https://doi.org/https://doi.org/10.1590/0102-311X00203520>
- García, J. (2022). Salud mental y covid-19: una meta-revisión de investigaciones. *Universidad Espíritu Santo – UEES*, 17, 1-15. <https://doi.org/0000-0001-9905-1374>
- García, M. (2018). Fake News: La verdad de las noticias falsas. Muntaner, 269, 08021 Barcelona. <https://doi.org/https://bit.ly/3tYEobA>
- Ignacio, R. (2015). Mediamorfosis y desinformación en la infoesfera: Alfabetización mediática,

- digital e informacional ante los cambios de hábitos de consumo informativo. *Education in the Knowledge Society (EKS)*, 16, 1-14.
<https://doi.org/https://doi.org/10.14201/eks20151614457>
- Kaabi, Q. (2021). Efecto de 2 vacunas inactivadas contra el SARS-CoV-2 sobre la infección sintomática por COVID-19 en adultos. *Jama Network*, 1-11.
<https://doi.org/http://bit.ly/3AKg4Oy>
- Llantén, M. (2022). Impacto emocional en tiempo de pandemia en un grupo de maestros. *Programa de psicología*, 1-119.
<https://doi.org/http://unividadfup.edu.co/repositorio/files/original/2b98451a368681d022040f37f6f69660.pdf>
- López, N. (2022). Pandemia virtual: El impacto de las fake news sobre la covid-19, en la red social. *Fundación Universitaria Los Libertadores*, 1-88.
https://doi.org/https://repository.libertadores.edu.co/bitstream/handle/11371/4337/Lopez_Nazlhy_2020.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- López, O. (2013). El estudio de casos, una vertiente para la investigación educativa. *Educere. Larevista venezolana de educación*, 139-144.
- Maldonado, M. (2009). Literatura e identidad cultural. En M. Maldonado, *Literatura e identidad cultural*. Alemania: Peter Lang SA.
- Marián, G. (2021). Desinformación y coronavirus: el origen de las fake news en tiempos de pandemia. *Revista CC de la Comunicación e Información*, 26(2695-5016), 1-25.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35742/rcci.2021.26.e139>
- Mercy, E. (2020). El rol de las redes sociales como un medio de difusión de noticias falsas en salud. *La Ciencia al Servicio de la Salud*, 11(1), 1-9.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.47244/cssn.Vol11.Iss1.483>
- Montaño, P. (2021). Afectaciones psicológicas asociadas al COVID 19 en la ciudad de Loja. *Escuela de Psicología Clínica*, 1-97.
<https://doi.org/http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/11173>
- Morales, M. (2022). Redes Sociales, ventanas a otros mundos. La vulnerabilidad social frente a las fake news. *Diseño para grupos vulnerables en tiempos de crisis* (978-607-633-425-6), 1-250. <https://doi.org/https://bit.ly/3Vvuw4O>
- Muñoz, M. (2016). Video reportaje sobre el proceso de contaminación del Río Pits ubicado en el Valle de los Chillos. *Bachiller tesis*, 1-54.
<https://doi.org/https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/13342/1/UPS-QT10791.pdf>
- Narváez, G. (2021). Bienestar psicológico y estrategias de afrontamiento frente a la COVID-19 en universitarios. *Universidad Y Salud*, 23(3), 1-267.
<https://doi.org/https://doi.org/10.22267/rus.212303.234>
- Nichols, B. (1997). La representación de la realidad. En B. Nichols, *La representación de la realidad*. Barcelona: Paidós Ibérica, S.A.
<https://bibliotecavirtual.unl.edu.ar/publicaciones/index.php/CuadernosDeCine/articulo/view/3332/4963>
- Nieves, M. (2021). Infodemia: noticias falsas y tendencias de mortalidad. *Revistas Científicas y Boletines*, 45(44), 1-8. <https://doi.org/https://doi.org/10.26633/RPSP.2021.44>

- Patterson, M. (2003). El buen reportaje, su estructura y características. *Revista Latian de Comunicación Social.*, 6(56), 1.
<https://doi.org/https://www.redalyc.org/pdf/819/81965609.pdf>
- Pinto, S. (2021). Percepciones sobre las falsas noticias y pseudo tratamientos surgidas en la pandemia del covid-19 en adultas medias del centro de la Ciudad de guayaquil. *Universidad de Guayaquil-Facultad de Ciencias Psicológicas*, 1-73. <https://doi.org/http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/56887>
- Rodriguez, F. (2022). Covid-19: implicancias y desafíos para la salud mental de las personas mayores. *Ciencia Latina, Revista Multidisciplinar*, 6(2), 1-9.
https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.2050
- Rodríguez, C. (2019). No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. *Comunicacion Revista Científica* (40), 1-74.
<https://doi.org/https://doi.org/10.18566/comunica.n40.a05>
- Rodríguez, M. (2014). Formas de entender el documental: preceptivas, *Anagramas*, 35.
- Rosado, G. (2020). Estudio del impacto comunicacional en las personas mayores a 45 años de Mapasingue este, de las noticias falsas originadas en la red social Facebook. *Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil*. <https://doi.org/http://bit.ly/3EDz2aS>
- Saavedra, E. (2021). Facebook y las fake news sobre la covid-19 en el adulto del distrito de Tumbes, 2021. *Repositorio Digital Untumbes*, 1-97.
<https://doi.org/http://bit.ly/3ALp59Y>
- Sánchez, B. (2021). Impacto psicológico de la COVID-19 en niños y adolescentes.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1029-30192021000100123
- Sánchez, I. (2021). Impacto psicológico de la COVID-19 en niños y adolescentes. *Scielo*, 25(1). https://doi.org/http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1029-30192021000100123
- Sanromán, M. (2020). Infodemia: El lastre de la desinformación y sus consecuencias en la pandemia del Covid-19. *Depósito de Investigación Universidad de Sevilla*, 1-53.
<https://doi.org/http://bit.ly/3EDz2aS>
- Secretaria Nacional de Planficación y Desarrollo. (5 de Noviembre de 2009). Plan Nacional de Desarrollo. *Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013: Construyendo un Estado Plurinacional e Intercultural*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Universidad Politécnica Salesiana. (2012). La UPS en Cifras 2012. (S. T. Estadísticas, Recopilador) Cuenca, Ecuador.
- Valcuende, J. (2007). La recuperación de la memoria histórica. En J. M. Valcuende, *La recuperación de la memoria histórica*. Sevilla: Centro de Estudios Andaluces, Consejería de la Presidencia, Junta de Andalucía.

APÉNDICE Y/O ANEXOS





Cronograma y actividades a desarrollar:

ACTIVIDADES	MESES (SEMANAS)						
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO
	PREPRODUCCIÓN		PRODUCCIÓN			POSPRODUCCIÓN	
Encuesta virtual	■	■					
Elaboración de cuestionarios (P. a entrevista).		■	■				
Selección de adultos para relatos de historias de vida				■			
Elaboración del formato para el C.1				■			
Reunión para conocer el 1er caso y su entorno					■		
Producción de las primeras tomas C.1					■	■	
Elaboración del formato para el C.2						■	
Reunión para conocer el 2do caso y su entorno							■
Producción (tomas) C.2							■
Elaboración del formato para el C.3							■
Reunión para conocer el 3er caso y su entorno							■
Producción (tomas) C.3							■
Elaboración guion Final (cierre del video)							■
Selección del materia audiovisual							■
Edición del material audiovisual							■
Ajustar detalles del producto							■
Finalización del video reportaje							■
Sustentación							■

Presupuesto:

PRESUPUESTO PARA PRODUCTO COMUNICATIVO		
	Recursos	Valor
Preproducción	Transporte para la socialización con entrevistados.	30,00
Producción	Cámara Sonny Alpha 7III	2.000,00
	Trípode	60,00
	Memorias de 64 Gb Sonny.	150,00
	Micrófonos corbateros.	60.00
	Trasporte para entrevistas.	30.00
Posproducción	Computadora	700,00
	Paquete de adobe	50,00
	Recursos de pago	50,00
	Total	3.132,00

PREGUNTAS PARA ENTREVISTADOS

DIRECCIONADAS A LAS AFECCIONES EN LA SALUD EMOCIONAL

PREGUNTAS GENERALES DEL TEMA

- ¿Qué es la salud mental?
- ¿Por qué es importante la salud mental en un adulto mayor?

PROFESIONAL DE PSICOLOGIA

- ¿El consumo de fake news mediante redes sociales en época de pandemia COVID 19 afectó el estado psicológico de los adultos mayores?
- ¿Cuáles son los indicadores que determinen que una persona necesite ayuda psicológica?
- ¿Cuáles son las afecciones más comunes, que hayan alterado la salud mental que durante la pandemia?
- ¿Desde la psicología, se ha podido determinar los tipos de contenidos viralizados (Plantas medicinales, videos de hechos no veraces, noticias falsas) que más influenciaban en la salud de las personas adultas?
- ¿Considera que ha existido un aumento considerable de afectaciones en la salud mental de los individuos a consecuencia de las fake news en redes sociales?
- ¿Desde lo profesional cómo se puede ayudar a las personas que sufren de ansiedad o depresión causadas por noticias falsas en redes sociales?

PREGUNTA A UN CREADOR DE CONTENIDO

- ¿Cuál es la finalidad de crear fake news?
- ¿Al momento de difundir, se piensa en el impacto negativo que puede ocasionar en los grupos vulnerables?
- ¿Cómo se mide el alcance que se logra, con cada contenido difundido?
- ¿Existe algún análisis de retroalimentación de los alcances que ha tenido dicha información y en qué públicos tuvo mayor impacto?
- ¿Considera que en época de pandemia aumento las fake news?

PREGUNTAS AL PROFESIONAL COMUNICADOR

- ¿El confinamiento en época de pandemia ha masificado la forma de comunicación a través de las redes sociales, ¿Desde su perspectiva, cuál cree que sea lo positivo de esta forma de interacción? ¿Cuál sería la parte negativa?
- ¿Qué aspectos se toman en consideración a la hora de construir un mensaje?
- ¿Qué tan impactante puede llegar a ser un mensaje?
- ¿Desde su perspectiva, que impacto llegaron a tener las fake news en pandemia en un target adulto?
- ¿Cómo distinguir entre una fake news y una información veraz?

PREGUNTAS A ADULTOS MAYORES AFECTADOS

- ¿Cuál es su experiencia en el manejo de las redes sociales, como vivió la experiencia de esta forma de comunicación durante el confinamiento?
- ¿De qué manera, influyó la red social facebook en épocas de pandemia para poder comunicarse con sus familiares?
- ¿Cuál es el tipo de contenido que consumió durante el confinamiento?
- ¿De qué forma accedía a este tipo de información?
- ¿Cuáles fueron los efectos o consecuencia del consumo de las noticias falsas viralizadas en la red social Facebook?