

Las estrategias empleadas por vanguardia digital para encontrar y mitigar las Fake News

Investigación en Curso

Lizeth Johanna Delgado Gutiérrez
Comunicación Social
ldelgado67@unab.edu.co
Universidad Autónoma de Bucaramanga

Laura Juliana Flórez Alba
Comunicación Social
lflorez451@unab.edu.co
Universidad Autónoma de Bucaramanga

Andrea Juliana Gómez Gómez
Comunicación Social
agomez864@unab.edu.co
Universidad Autónoma de Bucaramanga

María José Parra Cepeda
Comunicación Social
mparra191@unab.edu.co
Universidad Autónoma de Bucaramanga

Universidad Autónoma de Bucaramanga
Comunicación Social

RESUMEN

Este documento contiene las bases teóricas para investigar, dentro del marco comunicativo, cuáles son las estrategias del medio regional Vanguardia Digital para detectar, analizar y verificar las noticias falsas.

El proyecto hace referencias teóricas de cara a la conceptualización de temas ligados a la comunicación, sus avances y los ecosistemas digitales propios del siglo XXI. Asimismo, aborda temas de interés público como las noticias falsas, su origen, sus creadores y las consecuencias que genera dicho fenómeno.

ABSTRACT

This document contains the theoretical bases to investigate, within the communicative framework, what are the strategies of the regional media Vanguardia Digital to detect, analyze and verify false news.

The project makes theoretical references for the conceptualization of issues related to communication, its advances and the digital ecosystems of the 21st century. Likewise, it addresses issues of public interest such as fake news, its origin, its creators and the consequences generated by said phenomenon.

Área de Conocimiento

Comunicación Social

Palabras Clave

Medios, Chequeo, Fact checking, Fake News, Covid-19.

Este material es presentado al XVI Encuentro de Semilleros de Investigación Facultad de Ciencias Sociales, Humanidades y Artes - UNAB, una actividad de carácter formativo. La Universidad Autónoma de Bucaramanga se reserva los derechos de divulgación con fines académicos, respetando en todo caso los derechos morales de los autores y bajo discrecionalidad del grupo de investigación que respalda cada trabajo para definir los derechos de autor. **Conserve esta información.**

ODS relacionados

ODS número 17. Alianzas para lograr los objetivos.

1. INTRODUCCIÓN

Esta investigación pretende contribuir de manera crítica a los estudios realizados anteriormente sobre fake news, a su vez, abarca los problemas de salud mental que son ocasionados por las noticias falsas.

2. CONTENIDO DEL ARTÍCULO

El semillero de Investigación ORMIC tiene la motivación sobre conocer y explicar cuál es el método aplicativo utilizado en la sección “No sea Pingo”, de Vanguardia Digital, para regular la difusión de noticias falsas y mitigar la desinformación. Esto, con el fin de indagar más a fondo sobre el actual fenómeno que abunda en los medios de comunicación digitales y de fácil acceso. Igualmente, la investigación se pone en camino para verificar cómo la difusión de noticias falsas afectó la réplica de información verídica de los medios de comunicación regionales y qué factores influyeron en la viralización de las noticias falsas relacionadas con el manejo y cuidado del virus.

En adición, este proyecto cuenta con amplia información, artículos, tesis y revistas sobre la revisión y corrección de las fake news. Además, existe una delimitación del espacio y tiempo necesario para desarrollar la investigación. A su vez se cuenta con herramientas como “ColombianCheck” que permiten discernir el grado de falsedad de las noticias.

No obstante, la investigación en curso tiene como objetivo general analizar la estrategia de Vanguardia Digital a través de la sección “No sea pingo” frente a la veracidad y comprobación de la noticia. Esto, en conjunto con el conocer las herramientas utilizadas en Vanguardia Digital para identificar las fake news, categorizar las fake news detectadas en Vanguardia Digital entre los años 2020-

2022 y reconocer los filtros de verificación que emplean las audiencias frente a las fake news.

Durante el desarrollo de la investigación se han realizado diversas indagaciones sobre grandes teóricos de la materia, algunos de ellos son (McLuhan, M; Kovach; Rosetiel; Sun H; Thompson; Ajsen J; Arndt J; Greenberg J; Solomon S). Al momento de realizar la exploración de los documentos se tuvieron en cuenta seis magnos temas que nos dan cabida a la investigación en desarrollo (*medios de comunicación, factores de difusión, enfoque sociológico, propagación de noticias falsas, detección temprana de las fake news, alfabetización mediática y audiencias*). Los temas al ser de gran relevancia y abarcamiento, fueron divididos en correspondencia, ya que debido a esto se recolecta información de manera concentrada y concisa para el pertinente análisis de las fake news.

Los subtemas con sus debidos temas son, tradicionales, digitales y función social para *medios de comunicación*; consumidor digital y masificación, y manipulación para *audiencias*; interacción parasocial, percepción de manadas y dependencia a RR.SS para *factores de difusión*; “filtro burbuja”, acceso a la información, emociones y creencias y desconfianza en los medios para la *alfabetización mediática*; terror management theory y difusión de fake news para la *propagación de noticias falsas*, y como último tenemos desinformación y clickbait para la *detección temprana de fake news*.

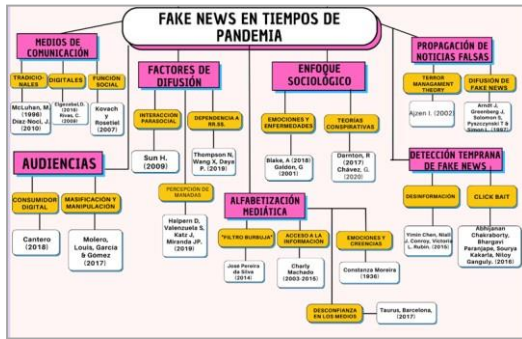


Figura 1.

En contraste con el marco teórico presentado previamente, también se hizo un enfoque especial desde el marco legal, como investigadoras, abordamos el tema desde el derecho a la libertad de expresión según la Comisión Interamericana de Derechos Humanos.

Este análisis sobre el ejercicio de fake news, será una investigación de carácter mixta (cualitativa y cuantitativa) con un enfoque que va de lo exploratorio a lo descriptivo. El tipo de investigación nos proporcionará una comprensión más completa y exhaustiva del problema de investigación que al hacerlo por separado, asimismo, nos suministrará un mejor enfoque al desarrollar mejores instrumentos y más específicos de acuerdo al contexto de la investigación.

Para concluir, actualmente las herramientas metodológicas están en fase de construcción para aplicar en la siguiente etapa.

i. SECCIONES

1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1.1.2 Tradicionales y digitales

1.1.3 Función Social de los medios

2. AUDIENCIAS

- a. Consumidor digital
- b. Manipulación y masificación

3. ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA

- a. Acceso a la información
- b. Filtro Burbuja
- c. Emociones y creencias
- d. Desconfianza de los medios

4. DETECCIÓN TEMPRANA DE NOTICIAS FALSAS

- a. 'Click bait'

- b. Desinformación

5. ENFOQUE SOCIOLOGICO

- a. Emociones y enfermedades
- b. Teorías conspirativas

6. FACTORES DE DIFUSIÓN

- a. Interacción Parasocial

- 6.2. Dependencia a RR. SS

- 6.3 Percepción de manadas

7. PROPAGACIÓN DE NOTICIAS FALSAS

- a. Terror Management Theory

- b. Difusión de fake news

8. MARCO LEGAL

3. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Nombre del Semillero	ORMIC
Tutor del Proyecto	Marciano Favián Venté Alarcón. PhD.
Grupo de Investigación	Transdiscipliniedad, Cultura y Política
Línea de Investigación	Representaciones, memoria e Institucionabilidad
Fecha de Presentación	12 de Octubre 2022

4. REFERENCIAS

- [1] Aguado, J.M. y Castellet, A., (2010). “Contenidos informativos en la plataforma móvil”, en
- [2] Cabresra, M.A. (coord.), Evolución tecnológica y cybermedios, Sevilla, Comunicación Social Ediciones, pp. 129-146.
- [3] Ahmed, W., Vidal-Alaball, J., Downing, J., & Seguí, F. (2020). COVID-19 and the 5G conspiracy theory: Social network analysis of Twitter data. *Journal of Medical Internet Research*, 22(5). <https://doi.org/10.2196/19458>.
- [4] Alba-Juez, L., Mackenzie., L. (2019). Emotions lies and “bullshit” in journalistic discourse: The Case of Fake News. *Ibérica*, 17-50.
- [5] Alonso González, M. (2021). Desinformación y coronavirus: el origen de las fake news en tiempos de pandemia. *Revista De Ciencias De La Comunicación E Información*, 26, 1-25. <https://doi.org/10.35742/rcci.2021.26.e139>
- [6] Amy J. Lim., Edison Tan & Tania Lim. (2021). Infodemic: the effect of death-related thoughts on news-sharing. *National Library of Medicine* <https://cognitiveresearchjournal.springeropen.com/articles/10.1186/s41235-021-00306-0>
- [7] Apuke D. Oberiri & Bahiyah O. (2020). Modelling the antecedent factors that affect online fake news sharing on COVID-19: the moderation role of fake news knowledge.

- [8] Area, M. (2012). «La alfabetización en la sociedad digital». En: M. Area, A. Gutiérrez & F. Vidal (Eds.) *Alfabetización digital y competencias informacionales* (pp. 5-40). Barcelona: Telefónica. https://ddv.ull.es/users/manarea/public/libro_Alfabetizacion_digital.pdf
- [9] Arias, M. Francisco (2007). Educación en la globalización: un cambio en la perspectiva. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 5(1),0.
- [10] Baresch, B., Knight, L., Harp, D., & Yaschur, C. (2011). Friends who choose your news: An analysis of content links on Facebook. In *ISOJ: The Official Research Journal of International Symposium on Online Journalism*, Austin, TX, vol. 1, No. 2, pp. 1-24.
- [11] 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). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.12>
- [12] Besalú, R. (2020). Pandemia y medios de comunicación convencionales. Gutiérrez-Rubí, Antoni; Pont-Sorribes, Carles (coords.). *Comunicación política en tiempos de coronavirus*. Barcelona: Cátedra Ideograma-UPF de Comunicación Política y Democracia, 104-108.
- [13] Breton, Philippe (2002). *A palavra manipulada*. Lisboa: Editorial Caminho. ISBN: 978 972 2114516
- [14] Buckingham, D. (2011). *Media Literacy: New directions or losing our way* <http://www.manifestoformediaeducation.co.uk/symposiumdcasts/>
- [15] Chua, A. Y., Banerjee, S. (2018). Intentions to Trust and Share Online Health Rumors: An Experiment with Medical Professionals. *Computers in Human Behavior*, 1-37.
- [16] Córdova, R. S. (2021). Noticias falsas y su impacto en la sociedad en épocas de pandemia. *Social Innova Sciences*, 2(2), 6-17.
- [17] Díaz-Campo, J. (2021). LOS DISCURSOS DEL ODIOS Y LOS ESTEREOTIPOS EN LA COBERTURA PERIODÍSTICA DE LA COVID-19: ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LOS CÓDIGOS ÉTICOS. In *Actas de la 6ª edición del Congreso Internacional Comunicando lo esencial en la esfera pública. La Ética y la Deontología como garantía de la función social de los Media y sus profesionales*. ad. Mayo Clinic Proceedings, 81(3), 291-293. <https://doi.org/10.4065/81.3.291>
- [18] Díaz-Campo, J., Gómez-García, S., Segado-Boj, F., & Remacha-González, L. (2021). Ética periodística y Covid-19: análisis de contenido de los códigos deontológicos. *Interface-Comunicação, Saúde, Educação*, 25.
- [19] Díaz-Noci, J. (2010). Medios de comunicación en internet: algunas tendencias. *Profesional De La Información*, 19 (6), 561–567. Vol. 19 Núm. 6 (2010). Medios de comunicación en internet.
- [20] García, F. (2021). *Transparencia y Acceso a la información como herramientas de Comunicación Crisis*. Université de París VIII. Más Poder Local.
- [21] Gerstlé, J. (2005): *La Comunicación Política*. Santiago de Chile: LOM.
- [22] Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*.
- [23] Berkeley, CA: University of California Press. En español: (1995). *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*. Buenos Aires: Amorrortu.
- [24] Gilster, P. (1997). *Digital Literacy*. New York: John Wiley & Sons.
- [25] González, D. (2009). Los medios de comunicación y la estructuración de las audiencias masivas “Estudios sobre las Culturas Contemporáneas”, vol. XV, núm. 29, junio, 2009, pp. 37-68 Universidad de Colima Colima, México.
- [26] González, M. A. (2019). Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* 45, pp. 29-52. doi: 10.12795/Ámbitos.2019.i45.03
- [27] Gutiérrez-Martín, A., & Tyner, K. (2012). «Media Education, Media Literacy and Digital Competence». *Comunicar*, 19(38), 31-39. doi:10.3916/C38-2012-02-03.
- [28] Jiménez, J. & Guerra, D. (2022). Fake news, libertad de expresión y derecho a la información, un nuevo reto para la responsabilidad civil. *Revista Saber, Ciencia y Libertad*, 17(1), 138 – 174. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2022v17n1.8471>
- [29] Keane, J. (2013). *Democracy and media decadence*. Cambridge: Cambridge University Press.
- [30] Logan, R. (2004). *The alphabet effect. A Media Ecology understanding of the making of Western Civilization*. U.S.A: Hampton Press.
- [31] López-Borrull, A; Vives-Gràcia, J.; Badell, JI. (2018). Fake news, ¿amenaza u oportunidad para los profesionales de la información y la documentación? *El profesional de la información*, 27 (6), 1346-1356. <https://bit.ly/2T4nVy>
- [32] Luna, J. L. V. (2020). Las noticias falsas (fake news), la desinformación y la infodemia durante la pandemia de la COVID-19. *Sintaxis*, 189-202.
- [33] Macchi, M. (2020). Desinformación sobre salud online: un estudio exploratorio sobre el impacto de las fake news durante la pandemia por Coronavirus (COVID—19) de 2019-2020 en las creencias y emociones de las personas. Universidad de San Andrés.
- [34] Magallón, R. (2019). Verificado México 2018. Desinformación y fact-checking en campaña electoral. *Revista de Comunicación*, vol. 18, núm. 1, 2019. Universidad de Piura, Perú. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=589465859014>
- [35] Mayoral, J., Parratt, S., & Morata, M. (2019). Desinformación, manipulación y credibilidad periodística: una perspectiva histórica. *Historia y comunicación social*, 24(2), 395.
- [36] McLuhan, M. (1964). *Comprender los medios de comunicación*. Paidós. Ibérica S.A., Mariano Cubí, 2 - 08021 Barcelona.
- [37] Montero-Liberona, C., & Halpern, D. (2019). Factores que influyen en compartir noticias falsas de salud online. *Profesional de la Información*, 28(3).
- [38] Morris, D. (2002): *Juegos de Poder*. Buenos Aires: El Ateneo.
- [39] Nyhan, Brendan y Jason Reifler (2010). «When corrections fail: The persistence of political misperceptions». *Political Behavior*, 32 (2): 303-330. DOI: 10.1007/s11109-010-9112-2.
- [40] Palma, A. Luis. (2022). Influencers como medio de difusión y su impacto en la masificación de las fake news en la red social whatsapp, año 2022. *Examen-Comunicación Social [744]*. Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador.
- [41] Pariser, Eli (2017). *El filtro burbuja: Cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos*. Barcelona: Taurus.

- [42] Parreira do Prado, M. (2019). La proliferación de las “fake news” y sus algoritmos daña la cultura democrática. *Revista Internacional de Comunicación*, 45, 89-106.
- [43] Pérez-Tornero, J. M. (2009). «El nuevo horizonte europeo de la alfabetización mediática». *Telos: Cuadernos de Comunicación En Innovación*, 79, 6-7.
- [44] Pulido, C. M., Ruiz-Eugenio, L., Redondo-Sama, G., y Villarejo-Carballido, B. (2020). A New Application of Social Impact in social media for Overcoming Fake News in Health. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 1-15.
- [45] Ramón Fernández, F. (2020). Comunicación y noticias falsas en relación al COVID-19: algunas reflexiones sobre la información, la desinformación y propuestas de mejora. *Revista española de comunicación en salud*, 253-264.
- [46] Ramos, S. (2019). La batalla contra las noticias falsas. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia. Repositorio Institucional Pontificia Universidad Javeriana.
- [47] Riorda, M (2011). En Elizalde, L., Fernandez, D. Riorda, M (eds), (2011): *La Gestión del Disenso*. Buenos Aires: La Crujía.
- [48] Romero-Rodríguez, Luis M., Casas-Moreno, Patricia; Caldeiro-Pedreira, Mari-Carmen (2018). “Desinformación e infoxicación en las cuartas pantallas”. In: Aguaded, Ignacio; Romero-Rodríguez, Luis M. *Competencia mediática en medios digitales emergentes*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, pp. 73-92. ISBN: 978 84 17600 03 7.
- [49] Sánchez Galicia, J. (2010): *Léxico para la Nueva Comunicación política*. México D.F. Fundación René Avilés Fabila.
- [50] Suárez-Ruíz, E. J. (2021). Ética de los medios de comunicación después de la COVID-19: repensar la disciplina a la luz del caso de las teorías conspirativas antivacunas. *Estudos em comunicação*, (33), 33-55.
- [51] Samper, J. (2021). Covid: los agresivos movimientos antivacunas con los que lidia Europa. *El tiempo digital*. Disponible en: <https://www.eltiempo.com/mundo/europa/covid-los-movimientos-antivacunas-que-enfrenta-europa-ante-omicron-640336>
- [52] Tornero, Alberto (2018). *Tech & Society: Un foro para pensar sobre el futuro de la sociedad tecnológica*. Madrid: Fundación Telefónica.
- [53] Shim, H., You, K. H., Lee, J. K., & Go, E. (2015). Why do people access news with mobile devices? Exploring the role of suitability perception and motives on mobile news use. *Telematics and Informatics*, 32(1), 108–117.
- [54] Vosoughi, S., Roy, D.; y Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359, 1146-1151.
- [55] Vygotski, L. S. (1934/1993). “Pensamiento y lenguaje”. En L.S. Vygotski (Au), *Obras Escogidas II* (pp. 9-348). Madrid: Visor.
- [56] Xinyi Z., Atishay J., Vir P & Refa, Z. (2020). Fake News Early Detection: A Theory-driven Model. Syracuse University <https://doi.org/10.1145/3377478>
- [57] Zhao, L., Yin, J., y Song, Y. (2016). An exploration of rumor combating behavior on social media in the context of social crises. *Elsevier*, 58, 25-36.
