



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN  
COMUNICACIÓN SOCIAL  
MODALIDAD PRESENCIAL**

**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN  
SOCIAL**

## **PROBLEMA:**

**ANÁLISIS DE LOS FORMATOS MÁS UTILIZADOS PARA COMPARTIR  
NOTICIAS FALSAS EN FACEBOOK**

## **AUTOR:**

**ASTUDILLO MANCILLA FLORA PAULINA**

## **TUTORA:**

**MSC. VICTORIA SALAMEA LIMONES**

**BABAHOYO - ECUADOR**

**2020**

## **DEDICATORIA**

Dedico con todo el amor de mundo este trabajo a Dios, a mi padre Alonso Astudillo, que toda la vida me ha brindado su confianza y siempre ha estado para apoyarme de todas las maneras posibles, a mi madre Matilde Mancilla, que con su amor y dulzura jamás me ha dejado sola, a mi esposo Alberto Aguillón, que me apoyado desde el inicio de mis estudios universitarios, sin importan los comentarios mal intencionados, a mi sobrina Samara que con su dulzura me impulsa a seguir adelante, a mis hermanos Christian, Fabiana y Gabriela, que son un pilar fundamental en mi vida.

*Flora Paulina Astudillo Mancilla*

## **AGRADECIMIENTO**

Totalmente agradecida con todos los maestros que a lo largo de esta carrera universitaria han compartido sus conocimientos con paciencia, siendo parte del conocimiento académico que tengo hasta ahora.

A mis padres, que son el pilar fundamental en mi vida, a mi esposo, que desde el inicio y hasta el fin de esta carrera universitaria me ha mostrado su apoyo, lealtad y amor.

A mis compañeros con los que he compartido cuatro años de mi vida en el aula de clases, dándonos apoyo uno al otro, a mis amigas, Antonela Banchen, y Lissette Almeida, que de una u otra forma me brindaron su ayuda.

A mi tutora MSC. Victoria Salamea Limones, por su apoyo y guía para la correcta realización de este trabajo.

A todos muchas gracias de todo corazón.

*Flora Paulina Astudillo Mancilla*

## RESUMEN

Esta investigación se centró en analizar los formatos más utilizados para compartir noticias falsas en Facebook; para ello se realizó un “Estudio de Caso” porque permite investigar a profundidad las diferentes formas que los usuarios utilizan para compartir noticias falsas.

Puesto que en la actualidad la desinformación ha tomado mucha fuerza en las redes sociales (Facebook), las noticias falsas circulan contantemente, con más frecuencia de lo esperado, lo hace que los usuarios compartan esta noticia sin ningún tipo de verificación.

Con la implementación de la búsqueda de los conceptos de formato, compartir, noticias, noticias falsas, y Facebook para la correcta comprensión de la investigación, precediendo a la explicación de los formatos más utilizados, los cuales son cuatro: Construcciones narrativas emotivas y memes, imágenes y videos alterados, inventados o descontextualizados, infiltradores de desinformación y campañas orquestadas, falsos sitios web y falsas personalidades autorizadas.

Finalmente, se concluyó que, a pesar de la gran lucha contra la desinformación por parte de Facebook, aún siguen utilizándose estos formatos por varios usuarios.

**Palabras Claves:** Formatos, compartir, noticias, noticias falsas, y Facebook.

## **ABSTRACT**

This research focused on analyzing the most used formats to share fake news on Facebook; For this, a "Case Study" was carried out because it allows to investigate in depth the different ways that users use to share false news.

Since currently misinformation has taken a lot of force in social networks (Facebook), false news circulates constantly, more frequently than expected, which makes users share this news without any type of verification.

With the implementation of the search for the concepts of format, sharing, news, fake news, and Facebook for the correct understanding of the research, preceding the explanation of the most used formats, which are four: Emotional narrative constructions and memes, altered, fabricated or decontextualized images and videos, misinformation infiltrators and orchestrated campaigns, fake websites and fake authorized personalities.

Finally, it was concluded that, despite the great fight against disinformation by Facebook, these formats are still being used by several users.

**Keywords:** Format, share, news, fake news, and Facebook.

# ÍNDICE

<b>DEDICATORIA</b>	<b><i>i</i></b>
<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b><i>ii</i></b>
<b>CERTIFICACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL</b>	<b><i>Error! Marcador no definido.</i></b>
<b>RESUMEN</b>	<b><i>iii</i></b>
<b>ABSTRACT</b>	<b><i>iv</i></b>
<b>ÍNDICE</b>	<b><i>v</i></b>
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b><i>1</i></b>
<b>II. DESARROLLO</b>	<b><i>2</i></b>
<b>2.1 Justificación</b>	<b><i>2</i></b>
<b>2.2 OBJETIVO</b>	<b><i>3</i></b>
<b>2.2.1 Objetivo General</b>	<b><i>3</i></b>
<b>2.3 SUSTENTO TEÓRICO</b>	<b><i>3</i></b>
<b>2.3.1 Formato.</b>	<b><i>3</i></b>
<b>2.3.2 Compartir</b>	<b><i>4</i></b>
<b>2.3.3 Noticia</b>	<b><i>5</i></b>
<b>2.3.4 Noticias Falsas.</b>	<b><i>6</i></b>
<b>2.3.5 Facebook</b>	<b><i>7</i></b>
<b>2.3.6 Los cuatro formatos más utilizados para la desinformación en Facebook.</b>	<b><i>8</i></b>
<b>2.3.7 Construcción narrativa y memes.</b>	<b><i>9</i></b>
<b>2.3.8 Imágenes y videos alterados, inventados o descontextualizados.</b>	<b><i>9</i></b>
<b>2.3.9 Infiltradores de desinformación y campañas orquestadas</b>	<b><i>10</i></b>

2.3.10 Falsos sitios web y falsas personalidades autorizadas _____	10
2.4 TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN _____	10
2.4.3 Tipos de Investigación. _____	10
2.4.4 Técnicas aplicadas _____	11
2.5 RESULTADOS OBTENIDOS _____	12
<i>III. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</i> _____	22
3.1 Conclusiones _____	22
3.2 Recomendaciones _____	23
<i>BIBLIOGRAFÍA</i> _____	24
<i>ANEXOS</i>	

# I. INTRODUCCIÓN

El documento actual que pertenece a la línea de investigación de tercer nivel de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica, sobre “Periodismo educativo sustentable aplicado a nuevas tecnologías” y a la sublínea “Comunicación digital”

Por lo tanto, el presente trabajo de investigación tiene como finalidad presentar los formatos más utilizados para compartir noticias falsas en Facebook, estos formatos constantemente circulan por Facebook, llevando la desinformación a diferentes partes del mundo con el único propósito de desinformar.

En la actualidad las personas cometen el error de compartir noticias falsas, en diferentes redes sociales, pero notablemente el nivel más elevado de compartir noticias no verificadas es en Facebook, no hay duda que las personas comparten estas noticias falsas inconscientemente y lo que busca esta investigación es mostrar a la audiencia los formatos más utilizados.

Las noticias falsas, también conocidas como Fake News, tienden a estar presentes en la televisión, prensa escrita, radio, portales noticiosos y redes sociales, con mucha más frecuencia en Facebook, lo cual solo logra desinformar a los usuarios.

En el proyecto se encuentran descritos explícitamente los cuatro formatos más utilizados para compartir noticia falsa en Facebook, los cuales son: Construcciones narrativas emotivas y memes, Imágenes y videos alterados, inventados o descontextualizados, Infiltradores de desinformación y campañas orquestadas, falsos sitios web y falsas personalidades autorizadas.

En cada formato hay tres imágenes (noticias, videos o páginas de la red social Facebook) tomando esto como resultados obtenidos de la investigación, para que así haya una perfecta comprensión de la investigación.



## **II. DESARROLLO**

### **2.1 Justificación**

La presente investigación centra su análisis y explicación en los formatos más utilizados para compartir noticias falsas en Facebook, ya que con frecuencia los usuarios de Facebook comparten noticias que no son de fuentes verificadas.

Este tema cobra relevancia, porque actualmente, en las redes sociales circulan las fake new, con el único propósito de desinformar a la población, las plataformas digitales deben cuidar el tratamiento que se le da a un contenido noticioso, además de imágenes y videos que son manipulados por diferentes personas, bajo su juicio de valor y opinión personal.

Esta investigación aporta con elementos necesarios para conocer los formatos más utilizados para compartir noticia falsa en Facebook, de esta manera dicha información llegara a los usuarios y podrán identificar cuando una noticia es real y cuando es una noticia falsa o inventada.

Por tanto, este trabajo es de gran relevancia para los periodistas ya que, en la actualidad por el auge de noticias falsas, los medios están perdiendo credibilidad y estos deben sumar y aportar a que la ciudadanía pueda identificar las noticias falsas y de esa manera mitigar la virilidad de la desinformación.

La finalidad de este estudio de caso es determinar cómo circula las noticias falsas por medio de Facebook, así constituyendo un aporte a la sociedad.

## **2.2 OBJETIVO**

### **2.2.1 Objetivo General**

Analizar los formatos más utilizados para compartir noticia falsa en la red social Facebook.

## **2.3 SUSTENTO TEÓRICO**

### **2.3.1 Formato.**

Desde el inicio de la comunicación hubo en manejo de formatos, después la tecnología ha presentado que los formatos es información organizada y codifica en un archivo informático.

Tamaño de un impreso, expresado en relación con el número de hojas que comprende cada pliego, es decir, folio, cuarto, octavo, dieciseisavo, o indicando la longitud y anchura de la plana. (Española D. d., 2014)

La real Academia Española tiene un concepto ligado a un formato físico. Nos centraremos en formato digital según:

(Rendon, 2016) El formato digital es un sistema que utiliza los dígitos 1 y 0 como códigos para interpretar los datos recibidos y datos a enviar. Y Se refiere a todo archivo, carpeta o documento generado bajo la tecnología computacional.

Existen varios tipos de formatos que están “bajo la tecnología computacional” como Archivos de textos, Archivos de imagen, Archivos de audio, Archivos de video, Archivos de uso exclusivo.

La movilización de información por medios de formatos digitales, se puede recuperar e intercambiar según (Adell,1998)

El tratamiento y distribución de la información en formatos digitales nos ofrece numerosas posibilidades. No sólo podemos recuperar e intercambiar textos, sino también

imágenes, estáticas o dinámicas, audio, video o cualquier tipo de información susceptible de digitalización. (Adell, 1998)

El prescripción y distribución de la documentación en formatos digitales nos da acceso a numerosas posibilidades. No solo podemos recobrar y canjear textos, sino además imágenes, estadísticas o dinámicas, audio, video o cualquier variedad de documentación susceptible de digitalización.

### **2.3.2 Compartir**

La opción de compartir en sitios web es una interacción muy buena, permite a que muchos usuarios, como amigos, familiares e incluso desconocidos visualicen el contenido que comparten diferentes personas en las redes sociales.

La posibilidad de compartir contenidos con otras personas conectadas contigo, es probablemente la mayor de las interacciones dentro del sitio web. Al compartir un contenido, puedes dar a conocer una información, novedades, opiniones y noticias a otros usuarios. (Gonçalves, 2020)

Entre las alternativas de compartir diversos contenidos con otras personas, es probablemente la mayor de la participación e interacción en la web. En el momento que se asocia un contenido, se da la visualización de la información digitalizada como, noticias, de unos a otros usuarios.

Desde el punto de vista de (Encinas, 2016) señala que:

Los comentarios, likes y compartir dinamizan un esquema de interacción, estableciendo redes de relaciones y reenvíos, apoyados por el sistema de notificaciones de la plataforma. (Encinas, 2016)

Estar dispuesto a compartir cualquier conocimiento, recurso, ser activo en la difusión de noticias en las redes, teniendo en cuenta la referencia y fuente de la información ayuda al conocimiento en masas.

Por lo que (Jiménez, 2019) comenta: “Constantemente tenemos mucha información que necesitamos compartir con amigos o familiares. Datos, archivos, información en general. Son muchas las opciones que existen, pero no todas ellas son seguras. En ocasiones podemos toparnos por ejemplo con una página o plataforma que nos permita alojar archivos, pero realmente no cuenta con ninguna garantía en cuanto a privacidad.

La información que se comparte tiende a ser compartida en primer lugar con familiar y amigos, luego esta información puede llegar a personas desconocidas, no solo de tu lugar de nacimiento, puede que tenga un alcance nacional e internacional.

### **2.3.3 Noticia**

La noticia es una narración de un evento de actualidad, que despierta el interés del público. Según la Real Academia Española la noticia es:

Información sobre algo que se considera interesante divulgar. (Española D. d., 2014)

La divulgación de la noticia, tendrá un gran número de vistas o compartición según la popularidad que tenga.

La noticia llega con mayor rapidez obteniendo un gran número de vistas, de acuerdo a (Edo,2009):

Las noticias se pueden actualizar constantemente, y esa capacidad para informar con la mayor rapidez es uno de los puntos clave –aunque no el único- del éxito de los cybermedios que tienen un número más alto de visitas. (Edo, 2009)

En las noticias constantemente van a ver renovaciones o nuevos acontecimientos, según el contexto del que se esté tratando, la validez para difundir con la mayor rapidez es

uno de los principales puntos implementados como estrategia para el éxito de los cibermedios que tienen un número más noble de sesiones y visualizaciones.

(Francisco Segado-Boj, 2015) Establece que Facebook ayuda a que los usuarios estén al tanto de las noticias de última hora.

De esta tendencia debe señalarse que Facebook constituye un ecosistema informativo en el que gozan de preferencia las noticias ‘duras’ y de última hora, frente a otro tipo de contenidos de interés humano o de opinión. Es decir, los usuarios deciden compartir con sus contactos las noticias que ofrecen información relevante e impactante desde el punto de vista de su repercusión. Ese otro tipo de contenidos se reserva para ser consumidos y difundidos en otros circuitos. Es decir: los usuarios de Facebook siguen a un medio para estar al tanto de las últimas noticias. (Francisco Segado-Boj, 2015)

Existe una particularidad de favoritismo de noticias fuertes y de última hora en Facebook, los usuarios tienden a compartir estas noticias con personas que están entre sus contactos, cabe recalcar que estas noticias están bajo el punto de vista, opinión y conocimiento e interés de la misma, llevando a que la noticia tenga más posibilidades de compartirse con personas que tengan los mismos intereses.

#### **2.3.4 Noticias Falsas.**

La desinformación siempre ha existido afirma (Gaber,2017):

La desinformación ha existido siempre, a partir del momento en que se cobró conciencia de la influencia de los medios en la opinión pública. En cambio, sí que es nuevo y realmente preocupante el hecho de que la desinformación se propague con una celeridad y amplitud inauditas por plataformas digitales como Google o Facebook. (Gaber, 2017)

"Repite una mentira mil veces y se convertirá en verdad". La frase, atribuida a (Göbbles, 2014) toma ahora más relevancia que nunca.

Es decir, las noticias falsas son tan antiguas como las verdaderas con la diferencia de que en la actualidad la estructura de comunicación y el potencial alcance que ofrecen, gracias a las redes sociales, las han convertido en un hecho sin precedentes. (Boczkowski, 2017)

La desinformación es completamente intencionada según (Vargas,2019)

Las 'fake news' son noticias falseadas, es decir información creada como si fuese real con la intención de desinformar. (Varga, 2019)

Las redes sociales es donde más viaja la desinformación, por lo que varias personas naturales tienen la posibilidad de manipular algunas noticias, no solo en redes sociales, sino también en medios de prensa, radio, televisión como lo comenta Vargas.

### **2.3.5 Facebook**

Mark Zuckerber fue es el creador de Facebook en el año 2004, cuando era estudiantes de la reconocida Universidad de Harvard, para que los estudiantes puedan formaran grupos, y estos estén en contacto y compartiendo información sin la necesidad de hacer cadenas de mails, como, por ejemplo, entrega o revisión de trabajos y exámenes, avisar la inasistencia de un docente a clases, y compartir información sobre las clases.

Según Phillips, 2017 argumenta que:

Sr. Zuckerberg lanzó "El Facebook", como se conocía originalmente; el nombre tomado de las hojas de papel distribuidas a los estudiantes de primer año, perfilando a los estudiantes y al personal. En 24 horas, se habían inscrito 1.200 estudiantes de Harvard y, después de un mes, más de la mitad de la población de estudiantes universitarios tenía un perfil. (Phillips, 2007)

A medida que pasaba el tiempo los usuarios le daban un uso más social, invitando a ser parte de Facebook a familiares y amigos, ya habilitada la opción de subir fotos y ser amigos con más usuarios, etc.

La plataforma de Facebook ha tenido la mayor acogida que puede haber hacia una red social alrededor del mundo, esto ha permitido que noticias tanto reales como falsas viajen a diferentes países.

(Cerda,2011) explica que:

Facebook proporciona un espacio virtual en el que colectivos involucrados en un objetivo común pueden discutir, opinar, organizar acontecimientos, enviar información, compartir ideas y propuestas, elaborar contenidos... Surge así lo que se denomina una comunidad virtual. (Cerda, 2011)

Esto quiere decir que Facebook es la red, donde hay más interacción de parte de las personas y fuente que se dedican a la publicación de noticias en comparación con las demás.

Facebook aporta un canal interactivo de comunicación que permite involucrar a la comunidad a través de consultas en la toma de decisiones bibliotecarias, a la vez que informar de las actuaciones que se llevarán a cabo y modular las expectativas recogiendo la opinión de los usuarios. (Gimenéz, 2010)

La plataforma de Facebook es una página web totalmente interactiva que permite involucrar a la sociedad a través de las diferentes opciones dentro de la misma, una de ellas es publicar actuaciones las cuales se trasladan a diferentes perfiles de Facebook.

### **2.3.6 Los cuatro formatos más utilizados para la desinformación en Facebook.**

La desinformación toma las redes Sociales, especialmente Facebook con más frecuencia de lo normal, esta ha aprovechado varios formatos para difundir noticias falsas.

Estos formatos insertan información dirigiéndose a la conciencia de las personas, creencias, sentimientos, prejuicios, la polarización, cinismo, y las políticas de identidad.

La desinformación generalmente se da por medio de textos, videos, memes, imágenes, y sonido.

Como primer formato de desinformación esta:

### **2.3.7 Construcción narrativa y memes.**

Este formato incluye situaciones verdaderas, pero se mezcla con las emociones personales, mentiras e información incompleta y diferentes opiniones personales.

Las diferentes narrativas que se presentan en las noticias publicadas en Facebook, constantemente suelen dramatizar lo que ha sucedido estas narrativas tienden a ser incoherencia de la experiencia real.

En cuanto a los memes Huerta expresa que:

Los memes de Internet pueden definirse como un medio que transmite un suceso, material o idea -que pueden tener la forma de una imagen, video, música, frase o broma- que es seleccionada, modificada y transmitida de persona a persona en Internet. (Huerta, 2014)

En el formato de memes se caracteriza por representado por medios de imágenes, videos, frases o conceptos más generales. Esta temática que es humorística teniendo una gran vinculación con lo absurdo, aunque en ocasiones el contenido resulta ser un poco filosófica. Es decir, la mayoría de veces los memes resultan ser bromas.

### **2.3.8 Imágenes y videos alterados, inventados o descontextualizados.**

Este formato generalmente provoca desconfianza generalizada y confusión que conlleva a generar emociones fuertes mediante historias falsas y memes virales. Las



imágenes y videos son manipulados por usuarios de cuentas de Facebook personales o de fan page con un número más grande de seguidores.

La manipulación se refiere al hecho de eliminar elementos que estaban en la imagen, añadir elementos que no estaban o mover elementos ya presentes en la fotografía. (Baldoma, 2018)

La eliminación de un elemento en una imagen o video, conlleva a los usuarios a interpretar o comprender de una forma errónea la noticia, esta situación lleva a que los usuarios compartan noticias falsas.

### **2.3.9 Infiltradores de desinformación y campañas orquestadas**

El fin de este formato tiende a sembrar discordia en comunidades en líneas, se relaciona a recolectar datos personales sobre salud, o ganar dinero por anuncios, rifas, donaciones falsas. Estos formatos también crean campañas de desinformación con una organización ya anticipada.

### **2.3.10 Falsos sitios web y falsas personalidades autorizadas**

Esta se refiere a cuentas falsas, sitios web falsos de empresas o gobierno y datos contaminados, también sitios web que aparenta informar sobre géneros noticiosos.

## **2.4 TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

### **2.4.3 Tipos de Investigación.**

#### **2.4.3.1 Investigación descriptiva**

Este estudio de caso está basado, en primer lugar, a un estudio descriptivo sobre las fake news en la red social Facebook en el cual permitió observar su desarrollo y el impacto

periodístico, político social y tecnológico que han tenido mediante las definiciones teóricas y los datos enfocados principalmente en la influencia de Internet en la sociedad.

#### **2.4.3.2 Investigación documental**

Este tipo de investigación se utilizó con el fin de sustentar el marco teórico a través de los conocimientos gnoseológicos de las diversas teorías científicas que validan el presente estudio de caso.

#### **2.4.4 Técnicas aplicadas**

##### **2.4.4.1 Observación**

La observación, se la utiliza de forma sintetizada y lógica para el registro visual y verificable de los hechos; es decir, permitió captar de manera más objetiva, lo que ocurre con las noticias falsas, por lo que se procedió a analizarlo y explicarlo desde una perspectiva científica. Esto considerando los cuatros formatos más utilizados en la red social Facebook, para compartir noticias falsas.


En los resultados obtenidos se utilizaron distintas categorías de análisis las cuales son: Medio, genero, tipo, estructura, fuente, y la emoción que provoca dicha noticia, esto ayuda a que la observación sea mas precisa.

Al respecto (Bungre, 2007) señala que, la observación es el procedimiento empírico elemental de la ciencia que tiene como objeto de estudio uno o varios hechos, objetos o fenómenos de la realidad actual.

## 2.5 RESULTADOS OBTENIDOS

Las noticias y fan page que se presentara a continuación son tomadas de la red social Facebook cada de una de estas contiene su análisis para la comprensión de cada formato para compartir noticias falsas.


### Formato. - Construcciones narrativas emotivas y memes

Detalles	Imagen
<p><b>Medio:</b> FACEBOOK  <b>Género:</b> Informativo  <b>Tipo:</b> Meme  <b>Estructura:</b> Sin título, texto, fotos  <b>Fuente:</b> Fan page - Don Alfonso  <b>Emociones:</b> Burla</p>	 <p>"Que Coronavirus ni que nada, me acuerdo de las plagas de Egipto esas si daban miedo"</p> <p>MEMES CRISTIANOS</p> <p>Si Dios cuidó a Don Alfonso cuánto mas a nosotros, tranquilidad hermanos.</p> <p>🙏 Dale #Like a nuestra página para más m... Ver más</p>

### Análisis:

La imagen del presentador de noticias Alfonso Espinoza de los Montero, se hizo viral a través de las redes sociales ( Facebook), durante la cuarentena, Don Alfonso como le dicen sus seguidores, desde hace ya unos años viene siendo uno de los personajes favoritos de los memes de internet, durante la fase del Covi-19, se viralizo una imagen del presentador de noticias en la cual se titula “Que coronavirus ni que nada, me acuerdo, de las plagas de Egipto esas sí daban miedo”. Esta temática es humorística teniendo una gran vinculación

con lo absurdo, ya que el personaje rodea los 78 de edad; pero, si nos centramos en la frase se puede decir que es un poco filosófica y esta creada con fines humorísticos.

Detalles	Imagen
<p><b>Medio:</b> FACEBOOK  <b>Género:</b> Informativo  <b>Tipo:</b> Meme  <b>Estructura:</b> Sin título, texto, imagen  <b>Fuente:</b> Menes del Ecuador.  <b>Emociones:</b> Burla</p>	 <p>The image is a screenshot of a Facebook post. The post itself is a meme with two parts. The top part shows a city at night with buildings on fire, captioned 'El mundo acabándose' and 'Los quiteños'. The bottom part shows a woman shouting 'Queremos fiestas de Quito'. The Facebook post is from 'Memes Ecuador' and has 181 comments and 3687 shares. Below the post is a comment from 'Richard Raul' with the text 'Ya que chucha'.</p>

**Análisis:**


Estas dos imágenes están unificadas para crear un solo contenido, se ha hecho viral en Facebook, este meme hace referencia a la fiesta de Quito, en la imagen superior hay dos edificios en llamas en la mitad de una ciudad, haciendo referencia al caos, en la imagen inferior hay un público que simula ser los quiteños, el contenido viral de esta imagen se titula “El mundo acabándose -quiteños- queremos fiesta de Quito” el contenido es totalmente humorístico, especificando que a los quiteños no les importa lo que esté pasando y que ellos exigen sus fiestas.

Detalles	Imagen
<p><b>Medio:</b> FACEBOOK  <b>Género:</b> Informativo  <b>Tipo:</b> Meme  <b>Estructura:</b> Sin título, texto,  <b>Fuente:</b> Don Alfonso  <b>Emociones:</b> Enojo, angustia, impotencia.</p>	 <p><b>Don Alfonso</b> 17 de julio · 🌐</p> <p>Hoy tenemos 11478 infectados de COVID 19 en Quito. Y tú pendej0 1mbécil , dado a vivo, dado a sabido, dado a sapo, sigue saliendo a jugar fútbol, sigue saliendo a la calle sólo por joder, sigue haciendo reuniones clandestinas pensando que eres vivísimo e inmortal. Ojalá no tengas que arrepentirte después.</p> <p>¿Y los de turno?... bien gracias "dizque" fomentando a reactivar la economía, claro pues, porque "sino" no tienen de donde robar. Haciendo compras innecesarias para poder sacar su tajada, esperando elegir un(a) innecesario(a) vicepresidente(a) para que continúe con la trama de robo, corrupción, ilegalidades y despilfarro, un(a) vicepresidente(a) que permita poner a buen resguardo las irregularidades.</p> <p>¿Y el pueblo?... El pueblo calladito, atemorizado, compartiendo memes, quejándose por las redes.</p> <p>Ecuador no necesita vicepresidente(a).</p> <p>Ecuador necesita que a toda esa sarta de ladrones devuelvan lo robado y que les encierren en la cárcel.</p> <p>Ecuador necesita que el pueblo se pare duro y exija sus derechos.</p> <p>👍👎👎</p> <p>👍👎👎 126      6 comentarios 33 veces compartida</p> <p>👍 Me gusta    💬 Comentar    ➦ Compartir    🌐</p>

### Análisis:

Este texto llegó a ser leído por varios usuarios de Facebook, este texto está sumergido a emociones personales del escritor, con impotencia explica que el número de infectados de Covi-19 en Quito ya es 11478, este usa un lenguaje coloquial para referirse al vicepresidente Otto Sonnenholzner, y a la actual vicepresidenta María Alejandra Muñoz, a otras personas miembros del gobierno ecuatoriano.

**formato. - Imágenes y videos alterados, inventados o descontextualizados.**

Detalles	Imagen
<p><b>Medio:</b> FACEBOOK  <b>Género:</b> Informativo  <b>Tipo:</b> video-meme  <b>Estructura:</b> Sin título, texto, video.  <b>Fuente:</b> Memes del Ecuador  <b>Emociones:</b> Burla</p>	<p>Yo, invitando a mis panas a beber.</p>  <p><a href="https://www.facebook.com/losmemesecuador/videos/2770261206552467">https://www.facebook.com/losmemesecuador/videos/2770261206552467</a></p>

**Análisis:**

Este video del empresario Álvaro Novoa ha sido objetivo de manipulación o alterados en las redes sociales (Facebook), el video ha sido objeto de burla en muchos temas, el cual no informa lo que en realidad dice el empresario y así creando la descontextualización como la que hace referencia en este “Yo, invitando a mis panas a beber” para cuando acabe la cuarentena, también relacionándolo con la pandemia.

Detalles	Imagen
<p><b>Medio:</b> FACEBOOK  <b>Género:</b> Informativo  <b>Tipo:</b> facebook live – Parodia  <b>Estructura:</b> Titulo, texto, video  <b>Fuente:</b> El Burrercio  <b>Emociones:</b> Prejuicio, descaro, burla.</p>	 <p><a href="https://www.facebook.com/104268694498843/videos/2396316017331565">https://www.facebook.com/104268694498843/videos/2396316017331565</a></p>

## Análisis

Este fragmento de una entrevista a Guillermo Lasso, por parte de la radio Mega estación, se viralizo en la red social (Facebook), este Directo transmitido por la fan page de la radio, fue objeto de manipulación por la fan page del Burrercio, este ha enfatizado a las equivocaciones del señor Lasso, agregando contenido extra como imágenes y sonidos de Burla.

Detalles	Imagen
<p><b>Medio:</b> FACEBOOK</p> <p><b>Género:</b> Informativo</p> <p><b>Tipo:</b> Noticia</p> <p><b>Estructura:</b> Titulo, texto, imagen</p> <p><b>Fuente:</b> Contrastetv,ec</p> <p><b>Emociones:</b> Desinformar.</p>	

## Análisis

Esta imagen de la vicepresidenta de la republica del Ecuador, María Alejandra Muños tomo fuerza en viralizarse por el título que lleva la imagen “vicepresidenta amenaza con renunciar el cargo, Muñoz chantajea a Moreno para que vete el código orgánico de la salud” noticia que es falsa para crear confusión entre los usuarios.

## formato. - Infiltradores de desinformación y campañas orquestadas

Detalles	Imagen
<p><b>Medio:</b> FACEBOOK  <b>Género:</b> Informativo  <b>Tipo:</b> Informativo  <b>Estructura:</b> Sin título,texto, video.  <b>Fuente:</b> Ecuarisa  <b>Emociones:</b> engaño, burla</p>	

### Análisis

La imagen del ex vicepresidente Otto Sonnenholzner, viralizada en Facebook por el texto que acompaña la imagen “Otto Sonnenholzner anuncia qué demandara a todos los que lo critiquen en las redes Sociales” una imagen infiltrada que provoca la desinformación, con mentiras absurdas.

Detalles	Imagen
<p><b>Medio:</b> FACEBOOK  <b>Género:</b> Informativo  <b>Tipo:</b> video  <b>Estructura:</b> Sin título,texto, video.  <b>Fuente:</b> La #voz del pueblo.  <b>Emociones:</b> Desconsolación, impotencia</p>	<p><a href="https://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/474370-aparece-cuerpo-de-joven-ahogado-en-la-playa-de-">https://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/474370-aparece-cuerpo-de-joven-ahogado-en-la-playa-de-</a></p>



	 <p>#PRIMER #MUBERIC en las playas de nuestro bello Ecuador, se desplomo de la nada segun motarderos luego al sibro a disfrutar, pero el destino le jugó una mala pasada. Las medidas de Bio seguridad que da nuestro gobierno devén de ser más estrictas . Espero no le hechen la culpa esta vez por lo que sucedió. Aunque en si más culpable es quien según sale a disfrutar en medio de una pandemia. Gracias</p> <p>99 Me gusta 50 comentarios 1590 veces compartida</p> <p><a href="https://www.facebook.com/la.voz.del.pueblo/?fbclid=IwAR1i3KdxhB_4vmtU9SH8aCeQ7IgW9BoUhFHK497VjwWt_oGPqgGyZdCi_I0">canoa/?fbclid=IwAR1i3KdxhB_4vmtU9SH8aCeQ7IgW9BoUhFHK497VjwWt_oGPqgGyZdCi_I0</a></p>
--	---

### Análisis

Esta noticia solo genera pánico y siembra discordia, por el hecho que muchas personas están en desacuerdo con la aprobación de la apertura de las Playas ecuatorianas, esta página aprovechando en hacer creíble esta noticia que muchas por el motivo que muchas personas salieron del en el feriado del 10 de agosto, esta noticia tiene cierta verdad, es de un ahogado en Canoa en el 2018.

Detalles	Imagen
<p><b>Medio:</b> FACEBOOK  <b>Género:</b> Informativo  <b>Tipo:</b> Noticia  <b>Estructura:</b> Titulo, texto, video.  <b>Fuente:</b> Mira la plena  <b>Emociones:</b> Mentira, confusión.</p>	 <p>Mira La Plena  24 de agosto a las 19:36</p> <p>#INSOLITO   Ecuador vive uno de los peores momentos político de la historia, un grupo de señores "cantantes" quieren tomarse los poderes del Estado.</p> <p>El binomio presidencial del Movimiento Ruptura (actualmente, Movimiento Construye), en el cual militan los funcionarios de confianza del presidente Lenin Moreno, está integrado por Juan Fernando Velasco y Ana María Pesantes. La decisión se adoptó pasadas las 22:30 de este domingo 23 de agosto del 2020, al borde del cierre del per... Ver más</p> <p>1127 comentarios 2297 veces compartida</p> <p>Me gusta Comentar Compartir</p> <p>Más relevantes</p> <p>Henry García Casanova  Debemos de arder, que un gobierno no se lleva por ser más popular. El que debe gobernar un país es quien esté preparando moral e intelectualmente. Para poder sacar a nuestro país de toda esta corrupción y sobre todo que los valicos productos que pro... Ver más</p> <p>Me gusta Responder 1 sem 73</p>

## Análisis


Esta imagen se hizo tendencia al circular por las redes sociales (Facebook), en la que aparecen 3 cantante ecuatorianos, posiblemente estén incursionando en la política para las elecciones del 2021, AU-D - jefe de campaña, Juan Fernando Velasco – candidato a presidencia, y tranzas – candidato a la asamblea, la desinformación que creó disgusto en los usuarios, logrando que las personas crean en la misma.

### formato. - Falsos sitios web y falsas personalidades autorizadas

Detalles	Imagen
<p><b>Medio:</b> FACEBOOK <b>Género:</b> Informativo <b>Tipo:</b> Inventada <b>Estructura:</b> Sin título, texto, fotos <b>Fuente:</b> Rafael Correa presidente. <b>Emociones:</b> Confusión.</p>	

## Análisis

En la imagen está Andrés Arauz, supuesto precandidato a la presidencia del Ecuador y Rafael Correa, supuesto vicepresidente del Ecuador, junto a la frase “7 de cada 10 ecuatorianos votaron por el binomio de la revolución ciudadana” una noticia totalmente incierta, dando datos contaminados que no están bajo un estudio estadístico.

Detalles	Imagen
<p><b>Medio:</b> FACEBOOK  <b>Género:</b> Informativo  <b>Tipo:</b> video  <b>Estructura:</b> Sin título, texto, video.  <b>Fuente:</b> Cristiano Ronaldo Live Event  <b>Emociones:</b>  Dinamismo.</p>	 <p>The image shows a Facebook live event interface. At the top, it says 'Stalin Macias • FRACES CHISTOSAS' and '10 min'. There is a 'DIRECTO' (LIVE) indicator and a viewer count of '1000'. The main content features a large video of Cristiano Ronaldo's face on the left and a grid of eight smaller images of eyes on the right, numbered 1 through 8. Below the images, text reads: 'Cristiano Ronaldo Live Event está transmitiendo en directo. 50 min · 1000'. At the bottom, a promotional message states: 'Las primeras 1200 personas que respondan correctamente recibirán € 5,000 en efectivo, qué número coincide con mi foto, esto es real, no una estafa, espero que te... Ver más'.</p>

### Análisis

El directo transmitido por Facebook, desde una página llamada Cristiano Ronaldo Live Event, regalando 5,000 dólares en efectivo, a las primeras 1.200 personas que adivinen que ojos pertenecen a los del jugador del real Madrid, Este es un falso sitio web, con este directo y muchos más que suelen hacer son totalmente irracionales, porque nadie regala 5000 dólares por una adivinanza.

Detalles	Imagen
----------	--------

**Medio:** FACEBOOK  
**Género:** Informativo  
**Tipo:** falsa  
**Estructura:** Sin título, texto.

**Fuente:** La farsa del corona virus

**Emociones:**



## Análisis

Una fan page creada bajo el nombre de “La farsa del coronavirus (COVID-19)” un grupo privado de 1489 miembros, para poder unirse como miembro hay que responder ciertas restricciones como “Solo es para gente que está en contra del covid-19, en caso de que se detecte que no es así, o que entres solo para insultar u ofender a los miembros o sus publicaciones, se te sacara del grupo inmediatamente” o “Crees en la pandemia” Esta página tiene el único fin de crear confusión y discordia en los usuarios.

### **III. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **3.1 Conclusiones**

- ✓ Los medios de comunicación través del transcurso de los años ha evolucionado con la llegada de la digitalización, lo que ha implicado que los medios utilicen herramientas para el tratamiento y distribución de las noticias, siendo una estas la red social Facebook.
- ✓ Con la investigación realizada se puede manifestar que es indispensable el uso de la red social Facebook, como forma de comunicación, ya que muchos usuarios comparten noticias, pero en muchas ocasiones son descontextualizadas.
- ✓ Dentro de este estudio se comprobó que la desinformación se presenta en varios formatos los cuales as personas no tienen un conocimiento sobres estos formatos, lo cual hace que sean participe de la desinformación y estas tienen un gran alcance nacional.
- ✓ La desinformación tiene distintas maneras de presentarse una de ellas es que se utiliza la imagen de ciertos personajes conocidos a nivel nacional e incluso internacional, para dar una apariencia de que es una noticia seria y verdadera.
- ✓ Los formatos para las noticias falsas siempre van a existir y a medida que la tecnología y la digitalización avancen, estos tomaran cada día más fuerza.

### **3.2 Recomendaciones**

- ✓ Capacitar a los periodistas, para que tenga un conocimiento amplio del manejo y utilización de estos formatos.
  
- ✓ Por ende, invito a los Periodistas a socializar estos formatos ya que, las noticias falsas están tomando fuerza, y con el conocimiento colectivo hay la posibilidad de disminuirlas.
  
- ✓ La red social (Facebook) tiene la iniciativa de estar en contra de las noticias falsas, si los usuarios conocen estos formatos, podrán denunciar y así ayudarán a mitigar la desinformación.
  
- ✓ Se recomendación difundir estos formatos para que las personas puedan reconocer o identificar cuando una noticia es falsa y cuando es verdadera.
  
- ✓ La desinformación siempre va a estar presente, pero hay que tomar medidas protectoras, para no caer en la desinformación.

## BIBLIOGRAFÍA

- Adell, J. (1998). *REDES Y EDUCACIÓN*. Recuperado el 5 de agosto de 2020, de [https://www.researchgate.net/profile/Jordi\\_Adell2/publication/216393180\\_Redes\\_y\\_Educacion/links/0912f513661765dbc9000000/Redes-y-Educacion.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Jordi_Adell2/publication/216393180_Redes_y_Educacion/links/0912f513661765dbc9000000/Redes-y-Educacion.pdf)
- Baldoma, J. d. (1 de enero de 2018). *Diferencia entre editar, retocar y manipular*. Recuperado el 24 de agosto de 2020, de <https://fotografialibre.com/articulos/editar-retocar-manipular>
- Besora, M. V. (1995). La construcción narrativa de la experiencia en psicoterapia. *Revista de psicoterapia*. *Revista de psicoterapia*, 6(22/23), 6. Recuperado el 24 de agosto de 2020, de [https://www.centroitaca.com/pdf/biblioteca/Narrativas\\_02.pdf](https://www.centroitaca.com/pdf/biblioteca/Narrativas_02.pdf)
- Boczkowski, P. (27 de marzo de 2017). *Pablo Boczkowski explicó que las noticias incidentales son un quiebre histórico para el consumo de información*. Recuperado el 10 de agosto de 2020, de <http://comunicaciones.uc.cl/pablo-boczkowski-explico-que-las-noticias-incidentales-son-un-quiebre-historico-para-el-consumo-de-informacion/>
- Bungre, M. (2007). *La investigación científica*. México: Siglo XXI.
- Cerda, F. L. (julio de 2011). Posibilidades de la plataforma Facebook para el aprendizaje colaborativo en línea. *Revista de Universidad y Sociedad de Conocimiento*, 45. Recuperado el 12 de agosto de 2020, de [from https://www.learntechlib.org/p/149513/](https://www.learntechlib.org/p/149513/).
- Edo, C. (2009). *La noticia en internet: cibermedios*,. Recuperado el 9 de agosto de 2020, de <http://www.bocc.ubi.pt/~boccmirror/pag/edo-concha-internet-como-soporte-informativo.pdf>

- Encinas, L. G. (16 de febrero de 2016). EL TIEMPO TODO EN FACEBOOK. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 228. Recuperado el 5 de agosto de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/4959/495952431008.pdf>
- Española, D. d. (octubre de 2014). *Real Academia Española*. Recuperado el 25 de julio de 2020, de <https://dle.rae.es/formato>
- Española, D. d. (octubre de 2014). *Real Academia Española*. Recuperado el 7 de agosto de 2020, de <https://dle.rae.es/noticia+>
- Francisco Segado-Boj, J. D.-C. (2015). *La viralidad de las noticias en Facebook*. Recuperado el 9 de agosto de 2020, de <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01345518/document>
- Gaber, I. (septiembre de 2017). *Información falsa: La opinión de los periodistas*. Recuperado el 10 de agosto de 2020, de <https://es.unesco.org/courier/july-september-2017/informacion-falsa-opinion-periodistas>
- Giménez, D. g. (junio de 2010). *Redes sociales: posibilidades de Facebook para las bibliotecas públicas*. Recuperado el 11 de agosto de 2020, de <https://pdfs.semanticscholar.org/5a3d/b0ecef6af1711cb6a70d0c26dba5b6c51488.pdf>
- Göbbles. (01 de 13 de 2014). *Opinion*. Recuperado el 2 de septiembre de 2020, de [https://www.elperiodicoextremadura.com/noticias/opinion/tiempo-elecciones\\_91223.html](https://www.elperiodicoextremadura.com/noticias/opinion/tiempo-elecciones_91223.html)
- Gonçalves, W. (13 de marzo de 2020). *Product Manager na Rock Content*. Recuperado el 7 de agosto de 2020, de <https://rockcontent.com/es/blog/facebook/#:~:text=Compartir%20contenido,-La%20posibilidad%20de&text=A1%20compartir%20un%20contenido%2C%20puede s,por%20Mark%20en%20el%202012>.
- Huerta, D. G. (16 de marzo de 2014). *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*. Recuperado el 24 de agosto de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/4990/499051555007.pdf>



- Jiménez, J. (5 de febrero de 2019). *RZ redes zone*. Recuperado el 5 de agosto de 2020, de Cómo compartir información de manera segura y privada por Internet: <https://www.redeszone.net/2019/02/05/compartir-informacion-segura-internet/>
- Phillips, S. (25 de julio de 2007). *Una breve historia de Facebook*. Recuperado el 11 de agosto de 2020, de <https://www.theguardian.com/technology/2007/jul/25/media.newmedia>
- Rendon, J. F. (27 de septiembre de 2016). *PREZI*. Recuperado el 2 de agosto de 2020, de [https://prezi.com/hl\\_vd6qh\\_wzq/tipos-de-formato-digitales/](https://prezi.com/hl_vd6qh_wzq/tipos-de-formato-digitales/)
- Varga, P. d. (2 de julio de 2019). *¿Qué significa el término fake news en español?* Recuperado el 10 de agosto de 2020, de [https://compromiso.atresmedia.com/levanta-la-cabeza/actualidad/que-significa-termino-fake-news-espanol\\_201903295c9e03b80cf2fb2ce3661bdf.html](https://compromiso.atresmedia.com/levanta-la-cabeza/actualidad/que-significa-termino-fake-news-espanol_201903295c9e03b80cf2fb2ce3661bdf.html)

## ANEXOS

