



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN - MANAGUA

**Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas**

**Monografía para optar al título de Comunicación para el Desarrollo**

**Tema:**

**El impacto de las noticias falsas que se emiten en la red social Facebook en los estudiantes de tercer año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, durante el primer semestre del año 2019.**

**Tutor:**

Lic. Aníbal Alemán López

**Elaborado por:**

Br. Tania Lizeth Carvajal González

Br. Jaoska Fabiola Cabrera Oporta

**Managua, 2019**

## Índice

DEDICATORIA .....	3
AGRADECIMIENTO .....	5
Resumen.....	7
I. Introducción .....	8
II. Antecedentes .....	9
III. Justificación .....	10
IV. Planteamiento de problema .....	11
Preguntas directrices.....	12
V. Objetivos .....	13
VI. Marco Teórico .....	14
1. Red Social Facebook.....	14
1.1. Herramientas de la red social.....	14
1.2. Objetivo inicial de la red.....	16
2. Cuenta falsa en la red social Facebook .....	17
2.1. Concepto .....	17
2.2. Términos y condiciones legales establecidos por Facebook para crear una cuenta. ....	18
3. Noticia Falsa .....	18
3.1. Influencia de la red social.....	20
4. Manipulación de las noticias falsas .....	21
4.1. Estrategias de la manipulación .....	21
5. Ejemplo de noticias falsas .....	26
5.1. Ámbito internacional.....	26
5.2. Ámbito nacional .....	27
6. Penalizaciones por difundir noticias falsas .....	31
6.1. Nivel internacional .....	31
6.2. Nivel Nacional.....	32
VII. Diseño metodológico .....	33
a. Enfoque de la Investigación .....	33
b. Tipo de Investigación.....	33
c. Población y muestra.....	34
d. Técnica de investigación .....	35
e. Métodos generales.....	35

f.	Métodos especializados.....	35
VIII.	Análisis de resultados.....	36
IX.	Conclusiones.....	55
X.	Recomendaciones.....	56
XI.	Referencia Bibliográfica.....	57
	Anexos.....	59

## **DEDICATORIA**

Esta monografía está dedicada en primer lugar a mi madre, Elsa María Oporta Gómez; por apoyarme incondicionalmente, por brindarme sus consejos y enseñarme a valorar la oportunidad de poder estudiar y prepararme profesionalmente, a pesar de todas las dificultades que pase siempre estuvo conmigo apoyándome en lo que estuvo a su alcance.

A mi hijo Darlex Fabricio López Cabrera, por ser mi inspiración de luchar y ser mejor cada día, porque fue mi motor para esforzarme y no caer nunca, a mi esposo, Inner Mauricio López, por su apoyo incondicional, por no dejarme sola en ningún momento, porque siempre estuvo dándome su apoyo en cualquier situación que se me presentara, por todo sus consejos y palabras de aliento mientras estuve largo de casa.

A mi familia, porque de una u otra manera me brindaron su apoyo, en especial a mi suegra Irene Avalos, ella fue una de las personas que me brindó su apoyo sin importar lo que fuera. Es por ello que hoy le doy gracias por todo su apoyo.

**JAOSKA CABRERA**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo primeramente a Dios porque sin él no hubiese sido posible llegar hasta este momento de mi formación profesional, a mis padres porque son la razón de mi inspiración, pero en especial a mi madre por ser mi pilar fundamental para seguir adelante, por el amor, el cariño que me ha brindado siempre; a mi esposo por apoyarme y estar a mi lado en estos momentos tan especiales en mi vida.

**TANIA CARVAJAL**

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente, le doy infinitas gracias a mi Dios, por permitirme cumplir una de mis metas, a mi madre y a mi esposo por su apoyo incondicional, ellos que con mucho esfuerzo me ayudaron con lo que estaba a su alcance, sin embargo, lucharon para no dejar caer en ningún momento, ellos que con sus sabios consejos supieron orientarme con valores y principios para ser una persona de bien y dedicada a mis estudios, y así poder culminar mi carrera universitaria, para contribuir a la sociedad.

A mi tutor, Lic. Aníbal Alemán, quien con paciencia y dedicación me supo guiar en el transcurso de este trabajo investigativo.

A mis profesores quienes a lo largo de mi carrera me enseñaron a valorar mis estudios y a superarme cada día, a mis amigos que fueron como una familia mientras estuve lejos de casa, quienes me brindaron su amor, consejos y apoyo en todas las malas situaciones que se me presentaban.

**JAOSKA CABRERA**

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por la sabiduría, la inteligencia para llevar a cabo este trabajo, porque sin su ayuda no hubiese sido posible, por darme la fortaleza que necesitaba durante estos cinco años de mi carrera, gracias por este sueño hecho realidad.

A mis padres, es especial a mi madre por ser la mejor persona del mundo, que Dios me pudo regalar, por ayudarme no solo económicamente, sino moralmente, por brindarme su apoyo y su cariño, que por el simple hecho de su existencia me ayudaba a darme fuerzas para seguir adelante, gracias mamá por tu apoyo incondicional, por hacer de mí una buena persona, porque sin ti no hubiese podido llegar hasta este punto en mi vida.

A mi esposo, por estar en momentos difíciles de mi carrera y no dejar que yo retroceda, gracias por compartir tu vida conmigo y ayudarme a salir delante de la mejor manera, dándome tu apoyo incondicional.

A mi tutor Lic. Aníbal Alemán por dirigirnos en este camino y a quien considero que es una persona muy profesional con gran calidad humana.

Finalmente, les agradezco a todos mis profesores que en el transcurso de la carrera me brindaron su conocimiento y que de cierta manera ayudaron a mi formación profesional.

**TANIA CARVAJAL**

## Resumen

La presente investigación titulada, “**El impacto de las noticias falsas que se emiten en la red social Facebook en los estudiantes de tercer año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua**”, tiene como objetivo, describir las causas y consecuencias de las noticias falsas que se emiten en la red social. Del mismo modo, se elaboró un manual de verificación para las noticias falsas.

La base teórica de esta investigación posee aspectos teóricos como; Facebook, cuentas falsas, manipulación de las noticias, noticias falsas y la penalización a nivel nacional e internacional. De esta manera se pueden observar algunos ejemplos de noticias falsas en el país que en su momento han generado controversia.

Entre los resultados de esta investigación, se tiene que el 65.5% de los estudiantes comparten noticias mediante su cuenta de Facebook, esto se debe por la accesibilidad de la aplicación, además, el 77.5% opina que compartir noticias falsas pueden cambiar los pensamientos ideológicos de las personas, esto quiere decir que los contenidos de esta de noticia pueden ser tan fuertes hasta el punto de generar un cambio de opinión y el 80% de la muestra opina que se penalice la proliferación de las noticias falsas en la red social debido a que pueden causar conflicto social.



## Introducción

El presente estudio denominado “El impacto de las noticias falsas que se emiten en la red social Facebook”, es una investigación de carácter cuantitativo, que tiene como objetivo abordar las causas y consecuencias que generan las noticias falsas en los estudiantes de tercer año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo, durante el primer trimestre del año 2019.

El tema investigativo es de suma importancia, porque compete a la mayor parte de la población, debido a que es un tema relevante y actual, además, por la demanda que hay en los estudiantes. En efecto, la mayor parte de los nicaragüenses utilizan la red social Facebook como un medio para entretenerse e informarse, por la facilidad de acceso a la aplicación.

Uno de los resultados del proceso de investigación es un manual dirigido a los estudiantes, creado con el objetivo disminuir la proliferación de las noticias falsas, en el que se muestran los distintos procedimientos para poder identificar una cuenta falsa en Facebook y las noticias falsas que se comparten en esta red social; así como también nombres y fotografías de algunas de las páginas más populares que se dedican a la creación y expansión de noticias falsas.

En la actualidad las noticias falsas han sido un tema polémico, debido a que se reproducen con mayor facilidad y rapidez que las noticias verdaderas, estas noticias tienen mayor auge cuando se trata de temas políticos, porque es utilizado como estrategia para desprestigiar a un partido o a alguna persona en específico, además, este tipo de noticia en algunas ocasiones tienden a generar violencia, odio, y conflictos sociales. Es por esta razón que es fundamental la verificación de las noticias para evitar este tipo de situaciones.

## I. Antecedentes

Rodríguez y Calbetó, (2017). Noticias Falsas en las redes sociales en internet, Universidad Interamericana de Puerto Rico. Realizaron un estudio con el objetivo de analizar como las noticias falsas están creando una problemática mundial con las nuevas tecnologías y el avance del internet que está permitiendo un apego con los usuarios.

La internet como medio de comunicación, entretenimiento e información nos abre la puerta a un menú basto de información. Sin embargo, no todo lo que nos ofrece la red es bueno porque muchas veces no sabemos de antemano quién o cuál entidad está tras lo que leemos ni sus intenciones. (Rodríguez y Calbetó, 2017, p.2)

Esto se acerca mucho al tema de investigación, que en este caso sería el impacto causado por las noticias falsas por medio de la red social de Facebook, si realmente las personas lo ven como un problema, o no ven peligrosa la situación y el nivel de gravedad que puede alcanzar.

El problema de las noticias falsas: detección y contramedidas, Universidad Complutense de Madrid. Realizaron un estudio con la finalidad de revisar la problemática de las noticias falsas, las posibles soluciones y contramedidas, debido a que existen pocas fuentes fiables y dificultades para crear programas capaces de valorar las pruebas aportadas en las noticias publicadas. “Las noticias falsas han alarmado a la comunidad científica, que empieza a cuestionar hasta qué punto es posible reconocer la verdad en el universo informativo” (Blázquez, 2018, p.2). Esto se ha convertido en un problema que llama la atención de actores importantes, porque a pesar de que no es muy estudiado, hoy en día se ha dado mucho la proliferación de estas notas que a su vez pueden generar controversia.

Cortes y Izasa (2017) Noticias Falsas en Internet: la estrategia para combatir la desinformación, Universidad de Palermo de Argentina. Elaboraron un estudio con la finalidad de exponer las medidas que han anunciado Facebook y Google para combatir la desinformación, además, se enfoca en aquellas medidas que tienen efectos directos y en la información que reciben sus usuarios. Existen casos que cuando se publican una noticia falsa por medio de Facebook aparecen el nombre de algún periódico o medio de comunicación real y reconocida para que la audiencia vea creíble la información y sea más fácil caer en las mentiras y de este modo se comparten más rápido esta información.

## II. Justificación

Las redes sociales, desde su creación han representado una plataforma esencial en el desarrollo de la comunicación en su forma digital, debido a la inmediatez con la que funciona y a su vez, el alcance que tiene como medio. El presente trabajo académico, surge con la necesidad de estudiar el impacto que tienen las noticias falsas que se publican a través de Facebook, en la sociedad, pero específicamente en los estudiantes de III año de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, en lo que va del año 2019, pues es necesario estudiar su comportamiento frente a esta realidad, debido a que ellos serán en su momento, los futuros comunicadores de este país

Esta investigación permitirá la reflexión del estudiantado respecto a la importancia de consultar y confirmar previamente una nota noticiosa antes de creerla, difundirla y utilizarla como referente informativo en relación con una situación de carácter social, de igual manera revitalizará y pondrá en la mesa de discusión el impacto que tienen las plataformas sociales de información y como estas influyen en los comportamientos de los usuarios.

Esta investigación es de carácter descriptiva, porque se realiza un análisis a este fenómeno, con este estudio se puede dar paso al inicio de la creación de áreas de fortalecimiento en cuanto a esta temática y se podrá desglosar un segmento de investigaciones, además, se creará un referente investigativo en torno a esta línea de investigación que será utilizado como antecedente para reforzar estos estudios. Del mismo modo con la elaboración del manual los estudiantes podrán identificar una cuenta y noticias falsa en la red social Facebook.

### III. Planteamiento de problema

Las noticias falsas han existido mucho antes de la creación de las redes sociales, en muchas ocasiones esas mentiras se creaban por cuestiones políticas, lo cierto es que los hechos reales o inventados influyen en la percepción y opinión de la gente.

Desde las elecciones presidenciales de EEUU, cuando uno de los candidatos era Donald Trump y Hilary Clinton, a partir de ese momento se dio un aumento considerable en las noticias falsas, sobre todo por medio de las redes sociales.

Con la existencia de las plataformas digitales, una de las más populares y que alcanza a dos mil millones de personas a nivel mundial, es Facebook, por este alcance inmenso que tiene, es más rápido y eficaz para llegar a las personas, es como un arma de doble filo, puede ser muy útil para informar, lograr una comunicación más rápida y entretener, pero por otro lado se generan un sin número de mentiras, se crea controversia, violencia, tiende a confundir a la gente, produce desinformación y difunde mensajes de odio.

Actualmente en Nicaragua se han creado páginas falsas en Facebook para desinformar a la ciudadanía, para crear miedo, debido a que miles de nicaragüenses prefieren informarse desde sus redes sociales; esto ha logrado crear confusiones y revuelo en la ciudadanía.

En el país se han promovido charlas y conferencias referentes a este estudio; por ende, esta investigación viene a considerarse como fenómeno social, por lo tanto, tendrá un aporte muy importante para la población en general, para que los estudiantes compartan las noticias con responsabilidad en Facebook, que verifiquen si es verdad o mentira. A raíz de esto se plantea la siguiente pregunta:

¿Cuál es el impacto de las noticias falsas que se emiten en la red social Facebook en los estudiantes de tercer año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, durante el primer semestre del año 2019?

## **Preguntas directrices**

- ¿Cuáles son las causas de las noticias falsas que se emiten en la red social Facebook?
  
- ¿Cuáles son las consecuencias que generan las noticias falsas en la red social Facebook?
  
- ¿Cuáles son los parámetros para verificar las noticias falsas en la red social Facebook?

## **IV. Objetivos**

### **Objetivo General**

Analizar el impacto de las noticias falsas que se emiten en la red social Facebook en los estudiantes de tercer año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, durante el primer semestre del año 2019.

### **Objetivos Específicos**

- Describir las causas de las noticias falsas que se emiten en la red social Facebook en los estudiantes de tercer año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua.
- Identificar las consecuencias que generan las noticias falsas en la red social Facebook en los estudiantes de tercer año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua.
- Proponer un manual para verificar las noticias falsas que se emiten en la red social Facebook en los estudiantes de tercer año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo.

## **V. Marco Teórico**

### **1. Red Social Facebook**

Este sitio web fue creado tanto por Zuckerberg como por Andrew McCollum y Eduardo Saverin. Al principio y tal como relató el propio Zuckerberg, el sitio web era pequeño y en fase de iniciación estaba dirigido únicamente a universitarios de la Universidad de Harvard. Poco después pasó a ser una red, en la que participaban otras universidades de Estados Unidos de la talla de Yale. Y por último el fenómeno se extendió por todo el mundo hasta el día de hoy. (Fernández, 2015, p.1)

Boyd (como se citó en Mora) Hace énfasis en el hecho de que Facebook es una red social que los usuarios utilizan para reforzar conexiones ya existentes y que los usuarios prefieren buscar gente con la que tienen algo en común fuera de la red que buscar, conocer gente con la que no tienen nada en común o consideran completos extraños. (p.3)

Esto hace referencia a que los usuarios prefieren interactuar solamente con las personas que conocen o son más cercanas a ellos, porque prefieren tener comunicación con personas conocidas que hablan a diario o tienen algún vínculo cercano esto lo hace más conveniente que conversar con una persona extraña puede que no haya nada de qué hablar.

#### **1.1.Herramientas de la red social**

Holzner (Como se citó en Mora) piensa que, Facebook tiene muchas herramientas que lo hacen único ante sus principales competidores, estas herramientas le hacen ver al usuario de Facebook, lo importante que es para los creadores del sitio el acercarlos y ayudarlos a mantenerse en contacto con sus seres queridos. Facebook ha demostrado que se centra primeramente en los amigos y esta preocupación por acercar a la gente lo más posible, queda evidenciado en cada una de las herramientas que ofrece. (p.13)

Ha servido como una herramienta para mantener a los familiares en contacto, las personas cercanas con los cuales tienen un lazo afectivo, busca la interacción entre los contactos de su cuenta en Facebook, cada día llega a más personas y la comunicación es rápida.

Las páginas en Facebook se han vuelto muy utilizadas por los usuarios para generar dinero y atraer seguidores en su red social. Holzner (Como se citó en Mora) manifiesta que, “Otra herramienta existente en Facebook son las páginas o Facebook pages. Estas páginas son perfiles para marcas, artistas, productos y todo tipo de bien o servicio y sus miembros son fans”. (p.23). Todos estos usuarios antes mencionados utilizan la red estratégicamente con el fin de conseguir seguidores para sus páginas, al mismo tiempo darse a conocer, quiénes son y que hacen. Del mismo modo esta red se ha ampliado a otros sectores, no solamente como una interacción entre los familiares y amigos, sino como una herramienta de trabajo en marketing, que permite dar publicidad y vender la imagen de algún negocio o producto.

Esta red permite no solo comunicarte, además de eso podrás conocer y saber de lo que hacen tus amigos por medio de sus publicaciones, que hace, donde está, con quien está, gracias a esta plataforma por la accesibilidad que tiene. Blázquez (como cito en Álvarez, 2018) considera que, “En todo caso, parece demostrado que Facebook es capaz de recopilar toda la información que define el comportamiento de las personas, su vida privada y su relación con el medio”. (p.5). Esto quiere decir que va más allá de una simple interacción, influye en el aspecto de algo más personal como la vida privada o la vida cotidiana que presente la persona, de esta forma los demás usuarios pueden conocer los gustos y preferencias de un amigo o familiar que tengan agregados en su red social, también influye conocer las culturas y tradiciones de lugares, sus comidas y bebidas, esto por medio de las publicaciones que agregan los usuarios en la red.

Con el pasar del tiempo y todas las actualizaciones que le han hecho a esta plataforma, los usuarios ya no se tienen que preocupar si están lejos de sus amigos o familiares, puesto que pueden comunicarse desde donde estén, un dato importante de esta red es que pueden hacer videos llamadas a cualquier parte del mundo a sus seres queridos o amigos en común.



## **1.2.Objetivo inicial de la red**

Facebook fue creado para que los usuarios publicaran su vida cotidiana, aunque en sus principios se creó como una plataforma con fines académicos. Morocco (como citó en Sacca, 2005) manifiesta que, “Facebook fue concebido bajo las ansias de construir una base de datos universales y de crear una plataforma de interacción social” (p.34). En sus principios la red fue creada con fines académicos, con el pasar del tiempo vino a ser la red social del siglo XXI, donde sus usuarios pueden publicar o compartir lo que ellos deseen, claramente está, que estos hechos solo pueden compartirse con los amigos que el usuario desee.

Facebook como moda, es que normalmente éstas se expanden sirviéndose de las redes sociales como canal de transmisión del mismo modo que un virus, sin embargo, Facebook fue al mismo tiempo moda y canal de transmisión. Al principio, la plataforma solo admitía nuevos registros a través de invitación. (Rask, 2014, p.12)

El siglo XXI se ha vuelto un verdadero generador de nuevas tecnologías y redes sociales que han llevado a un descontrol cibernético en especial la red social Facebook, esta red ha permitido a los usuarios a no limitarse y mantenerse al pendiente de todo lo que pasa, de una plataforma académica paso hacer una plataforma de interacción social, cabe destacar que la red ha tenido un cambio excepcional puedes interactuar por medio de mensajes, llamadas de voz, videos llamadas y hasta transmitir en vivo cualquier evento que se esté realizando esto ha permitido que la plataforma se vuelva además de una herramienta de comunicación a un canal de transmisión.

Gracias a todas las herramientas que facilita esta plataforma, los usuarios están manifestando que Facebook es una red muy completa, porque facilita variedad de espacios de comunicación e interacción con las personas. Loreto, Elgueta y Riffo (como se citó en Rask, 2014) “Facebook se convirtió pues, en una herramienta de comunicación muy potente. El estudio realizado a estudiantes universitarios de la Universidad de Chile, reveló también que éstos consideraban a Facebook como la red social más completa” (p.135).

Esta plataforma la están utilizando muchas personas con un fin propio, gracias a los patrones de manejo que esta posee la están utilizando los negocios, empresas, medios de comunicación, famosos, instituciones esto para mantener al tanto a sus seguidores de las actividades que realizan según su agenda por ser la red más completa.

Hoy en día los usuarios de esta red no se complican en pensar como poder comunicarse con su familia o amigos, la plataforma contiene la opción de llamadas de voz y la video llamada, no solo podrán escuchar a la persona, sino que la podrán ver sin importar la distancia. Smith y Kidder (como se citó en Rask, 2014) “Facebook ofrece la posibilidad de que los individuos que están físicamente separados de otros de su entorno puedan sentirse cerca”. (p.16). Esto ha facilitado una mayor y mejor comunicación de sus usuarios, ya no importan la distancia, la hora y la distancia para estar conectado y en comunicación con los amigos, incluso para cuestiones académicas podrás usar la red.

## **2. Cuenta falsa en la red social Facebook**

### **2.1. Concepto**

Macedo, Temperini y Marcelo, (2015) aseguran que un perfil falso de Facebook es aquel que no cumple con los términos y condiciones legales establecidos por la plataforma. Macedo et al. (2015) refieren en la amplitud de este concepto, consideramos como perfiles falsos tanto aquellos que no pertenezcan a personas reales (nombres falsos o inventados por ejemplo, personajes de televisión, etc.), aquellos que no pertenezcan a personas (por ejemplo perfiles de caricaturas, mascotas, etc.), aquellos que pertenezcan a personas que tengan más de un perfil (el segundo sería considerado como en infracción puesto que sólo se permite tener un solo perfil por persona), aquellos que intenten hacerse pasar por perfiles reales existentes (alguien que se hace pasar por otra persona), entre otros casos.

En síntesis, no solamente los perfiles que reproducen noticias dudosas cuentan como perfiles falsos, sino desde que se miente en la edad, porque en Facebook existe un límite para poder crear una cuenta, si el usuario no cuenta con la edad mínima que es de 13 años, no debería de contar con un perfil, pero esto no está controlado y desde ese momento surgen las cuentas falsas, o con el simple hecho de poner un sobre nombre.

Facebook en realidad cuenta con políticas de Privacidad, para evitar la desinformación, lo que pasa es que es difícil mantener un control, porque la plataforma realiza las preguntas y da indicaciones, pero es muy fácil escribir mentiras para poder tener una cuenta.

## **2.2. Términos y condiciones legales establecidos por Facebook para crear una cuenta.**

Macedo et al. (2015) aseguran que, las personas no deben propinar datos falsificados en esta red social, ni crear cuentas con nombres de otras personas, a menos que esa persona le dé permiso, si en un caso se inhabilita una cuenta, no se debe crear otro hasta que lo conceda Facebook, las personas no deben usar sus biografías para un uso comercial, sino que deben crear una fan page en Facebook, no deben de crear sus biografías menores de 13 años y personas que tienen antecedentes de delitos sexuales, no se debe compartir la contraseña ni transferir tu cuenta sin permiso y si se encuentra una biografía similar a la otra tienen el derecho de eliminarla por parte de la plataforma.

Facebook como una plataforma a nivel internacional se ha comprometido para evitar o contraponerse a las cuentas falsas que han creado los usuarios, es por esto que ha creado condiciones que se deben aceptar para pertenecer a esta plataforma.

Los términos están plasmados y se deben cumplir, pero no es algo seguro, porque nadie está vigilando a las personas a la hora de escribir los datos, por eso es un poco más accesible cometer delitos por esta red, las herramientas están, pero van a depender de las intenciones de la persona que se encuentre al otro lado de la computadora.

### **3. Noticia Falsa**

En general, se entiende como noticias falsas, aquellas que son construidas o modificadas con el propósito de engañar al público para crear corrientes de opinión en determinado sentido; sin embargo, también pueden tener el objetivo de atraer la atención, generar tráfico hacia una determinada página web y así obtener ingresos de la publicidad o bien propagar los mensajes ahí contenidos hacia un público previamente identificado. (Sevilla, 2018, p.3)

Las noticias falsas son parte de un engaño para crear controversia en la sociedad, las personas que las crean lo hacen con el objetivo de conseguir seguidores hacia las páginas web para

obtener ganancias monetarias o simplemente llamar la atención de un público específico, cada día estas se difunden más, en ocasiones para sembrar odio en la audiencia.

El problema de las noticias falsas ha aumentado en los últimos años en gran medida debido a que la información que más se difunde a través de las redes sociales no es precisamente la que ha sido verificada mediante los métodos convencionales del periodismo sino la que resulta más controversial. (Sevilla, 2018, p.4).

En la actualidad, estas noticias se difunden más rápido debido a que las personas que las comparten por las redes sociales no verifican antes de postearlas, solamente se propagan las que para ellos resulten impactantes y que pueden causar revuelo en la sociedad, esto sin importar cuál sea la noticia, las páginas que comparten este tipo de información no les importa devaluar a personas su único objetivo es conseguir muchas visitas a su sitio web.

Vosoughi, Roy y Aral (como se citó en Blázquez, 2018) Piensa que las noticias falsas han alarmado a la comunidad científica, que empieza a cuestionar hasta qué punto es posible reconocer la verdad en el universo informativo. Recientemente, investigadores del MIT demostraron que las noticias falsas tienen un 70% más de probabilidad de ser compartidas y, en consecuencia, creídas por quien las lee, que una noticia verídica.

Esto ha provocado una alteración en la propagación de la información causando polémica en las personas, en algunos casos es imposible conocer si es real la noticia. Esto conlleva a una desestabilización en la sociedad. El problema no solamente radica en la noticia falsa, sino en las personas que no se encargan de verificar si la noticia es verdadera, si las personas se acostumbraran a realizar este tipo de ejercicios, tal vez, se evitaría la proliferación de este tipo de información.

González (como se citó en Blázquez, 2018) Las noticias falsas están destinadas a grupos de personas, sectores, nichos de mercado, bloques ideológicos y de opinión, comunidades, perfectamente tipificadas y caracterizadas en las redes sociales. Téngase en cuenta que Facebook ha superado en 2017 los 2.000 millones de usuarios (según su sala de prensa virtual), y que recientemente se ha visto salpicada por diversos escándalos, como la falta de control de las noticias falsas en las elecciones

presidenciales de Estados Unidos en 2016, o bien el fraude en el tratamiento de la información personal, su privacidad y venta a terceros.

### **3.1. Influencia de la red social**

Las personas creadoras de las noticias falsas conocen y estudian bien a los grupos que van a elegir para dirigir su información, saben perfectamente cómo llegar al público, persuadirlos e influir en ellos mediante la plataforma de Facebook. Esta red social se ha convertido muy popular a nivel mundial, no solamente la usan para conocer amigos y comunicarse, así como tan amplio ha sido su alcance, de esta manera han sido los escándalos, porque no ha podido controlar la propagación de la información falsa, que ha aumentado en los EEUU a raíz de las elecciones presidenciales del 2016, donde se ha difundido la corrupción y las calumnias de los candidatos para generar controversia.

Existen muchas versiones de los hechos, pero sólo una verdad y ésta sólo puede ser basada en las evidencias. Por tanto, puede llegarse a la conclusión, de que la verdad de las noticias publicadas en las redes sociales y los medios de comunicación, puede que no lo sea, ya que no siempre se proporcionan las evidencias que la demuestran. Incluso si las noticias proporcionan pruebas, también podrían cuestionarse la veracidad de las pruebas. De hecho, existen multitud de herramientas digitales, con las que poder falsear las pruebas gráficas de una noticia, incluso sin necesidad de edición, simplemente con imágenes descontextualizadas. (Blázquez, 2018, p.7)

En la actualidad es muy fácil la proliferación de las noticias falsas, debido a que las herramientas están allí, solo es cuestión de utilizarlas, están al alcance de sus manos, solamente existe una verdad, pero cómo saber si lo que dicen es realmente la verdad universal o la verdad que quieren transmitir los medios de comunicación o las redes sociales, es un laberinto, porque, aunque se presenten evidencia en la información, en ocasiones también se pone en duda, porque existen páginas que dan las opciones para mostrar pruebas falsas.

## **4. Manipulación de las noticias falsas**

Manipular o sesgar la información es la tendencia (real o supuesta) a presentar determinadas noticias de forma poco equilibrada. Esa manipulación puede favorecer, por ejemplo, a determinados grupos étnicos, empresas, clases sociales o ideologías. (Berrios, p.3)

La manipulación en ocasiones se hace con algunos fines de beneficiar un grupo o personas en específicos de la sociedad, presentando un desequilibrio en la información, puede ser que el hecho que se transmite en la información sea real, pero tal vez las fechas no coinciden, también, se puede manipular en las fotos que no coinciden en el tiempo y espacio de los hechos.

### **4.1.Estrategias de la manipulación**

#### **4.1.1. La distracción.**

El elemento primordial del control social es la estrategia de la distracción que consiste en desviar la atención del público de los problemas importantes y de los cambios decididos por las élites políticas y económicas, mediante la técnica del diluvio o inundación de continuas distracciones y de informaciones insignificantes. (Chomsky, 2011, p.1)

Esta estrategia es una de las principales, ellos transmiten información que no es relevante para la audiencia y así pasar por desapercibido las cosas que están pasando en el país, pueden ser problemas políticos, económicos y sociales de gran interés para la población en general.

#### **4.1.2. Crear problemas y después ofrecer soluciones.**

Este método también es llamado “problema-reacción-solución”. Se crea un problema, una “situación” prevista para causar cierta reacción en el público, a fin de que éste sea el mandante de las medidas que se desea hacer aceptar. Por ejemplo: dejar que se desenvuelva o se intensifique la violencia urbana, u organizar atentados sangrientos,

a fin de que el público sea el demandante de leyes de seguridad y políticas en perjuicio de la libertad. (Chomsky, 2011, p.1)

Esto quiere decir que en ocasiones se crean problemas donde no hay para poder implementar soluciones con algún beneficio, ellos buscan un fin benefactor para las élites, los problemas lo que hacen es crear controversia en la sociedad buscando generar la violencia, del mismo modo en muchos de los casos tratan de crear soluciones para generar cambios o un beneficio personal.

#### **4.1.3. La estrategia de la gradualidad.**

Para hacer que se acepte una medida inaceptable, basta aplicarla gradualmente, a cuentagotas, por años consecutivos. Es de esa manera que condiciones socioeconómicas radicalmente nuevas (neoliberalismo) fueron impuestas durante las décadas de 1980 y 1990: Estado mínimo, privatizaciones, precariedad, flexibilidad, desempleo en masa, salarios que ya no aseguran ingresos decentes, tantos cambios que hubieran provocado una revolución si hubiesen sido aplicadas de una sola vez. (Chomsky, 2011, p.1)

Un ejemplo, son los gobiernos que, durante años, mandato tras mandato pasan en el poder, y mediante los medios o la publicidad que se dan en redes sociales como Facebook, realizan sus campañas electorales por muchos años, quedando muy grabado en la mente de los individuos y que cada año o en un laxo de tiempo determinado hacen reformas en la constitución política o reforman leyes, en el ámbito político, económico o social, que al final termina afectando en estos tres ámbitos a la población. Los gobiernos avanzan paulatinamente hasta obtener los beneficios que desean.

#### **4.1.4. La estrategia de diferir.**

Otra manera de hacer aceptar una decisión impopular es la de presentarla como “dolorosa y necesaria”, obteniendo la aceptación pública, en el momento, para una aplicación futura. Es más fácil aceptar un sacrificio futuro que un sacrificio inmediato. Primero, porque el esfuerzo no es empleado inmediatamente. Luego, porque el público, la masa, tiene siempre la tendencia a esperar ingenuamente que “todo irá mejorar mañana” y que el sacrificio exigido podrá ser evitado. (Chomsky, 2011, p.1)

Una manera de generar controversia o aceptación a alguna circunstancia esto tiene que aparentar ser una situación necesaria para que el público pueda aceptarla, si una acción esta frecuentemente la audiencia termina por aceptarla e intenta llegar a los sentimientos afectivos del ser humano.

#### **4.1.5. Dirigirse al público como criaturas de poca edad.**

La mayoría de la publicidad dirigida al gran público utiliza discurso, argumentos, personajes y entonación particularmente infantiles, muchas veces próximos a la debilidad, como si el espectador fuese una criatura de poca edad o un deficiente mental. Cuanto más se intente buscar engañar al espectador, más se tiende a adoptar un tono infantilizante. (Chomsky, 2011, p.2)

Las noticias falsas están siendo creadas de manera muy profesional, en donde los creadores están utilizando distintas técnicas para llegar y captar la atención del lector, persuadiendo y tratando de manipularlo para hacerle ver que no tiene opción a decidir por sí solo, esto lo hacen con el objetivo de engañar para demostrar al espectador que es infantil, una manera de crear ideas erróneas y hacerles creer que son incapaz de crear sus propias opiniones.

#### **4.1.6. Utilizar el aspecto emocional mucho más que la reflexión.**

Hacer uso del aspecto emocional es una técnica clásica para causar un corto circuito en el análisis racional, y finalmente al sentido crítico de los individuos. Por otra parte, la utilización del registro emocional permite abrir la puerta de acceso al inconsciente para implantar o injertar ideas, deseos, miedos y temores, compulsiones, o inducir comportamiento. (Chomsky, 2011, p.2)

Esto refiere que los sentimientos juegan un papel importante al momento de reproducir una noticia, puesto que no se sabe el contenido que se presente, sin embargo, no está previsto la reacción que el espectador vaya a tomar, esto puede afectar sus rasgos emocionales y críticos en muchos casos puede ser para bien o para mal, puesto que por medio de ello se crean patrones de persuasión, esto con el fin de crear o cambiar el pensamiento de la audiencia. Esto dependerá de la manera en que sea tomada la noticia, hay variedad de pensamientos y personas que no son tan fáciles de persuadir, aun así son puestas en duda con la información que se comparte en la red social Facebook.



#### **4.1.7. Mantener al público en la ignorancia y la mediocridad.**

Con las nuevas tecnologías se conoce que hay más accesibilidad para indagar sobre algún tema de interés personal, tratándose especialmente del gran desborde de noticias falsas que circulan por medio de las redes sociales, sin embargo, esta no está utilizándose de la manera correcta y no se está aprovechando de la gran extensión global e inteligente que posee, esto está llegando hasta el punto de ignorar la ampliación y disposición del uso que se le puede dar. “Hacer que el público sea incapaz de comprender las tecnologías y los métodos utilizados para su control y su esclavitud” (Chomsky, 2011, p.2). Esto manifiesta la calidad de educación que actualmente se da en la sociedad, la manera en que se vende y se presenta el uso de las nuevas tecnologías, hace creer inferiores a la clase media y baja, cabe recalcar, que se vive en un mundo virtual de manipulación, Chomsky pretende abrir los ojos a la audiencia para dejar de pertenecer a la esclavitud del internet y la desinformación digital.

#### **4.1.8. Estimular al público a ser complaciente con la mediocridad**

En ocasiones la falta de valores que se presenta en algunos medios de comunicación debido a que no se está educando e informando de la manera correcta, esto ha permitido que la audiencia se adapte a ver normal todo tipo de información que reciben. Chomsky (2011) afirma. “Promover al público a creer que es moda el hecho de ser estúpido, vulgar e inculto” (p.2). La educación de calidad es la que ayuda a identificar este tipo de intenciones para no caer en eso, toman a la gente por ingenua, hacerle creer a la sociedad que, por nacer pobre, debe morir pobre, cuando no es así, estas son cosas que deben mejorar los medios de comunicación, ya que influyen en el actuar y el pensamiento de las personas.

#### **4.1.9. Reforzar la auto culpabilidad**

Hacer creer al individuo que es culpable por su propia desgracia, por causa de la insuficiencia de su inteligencia, de sus capacidades, o de sus esfuerzos. Así, en lugar de rebelarse contra el sistema económico, el individuo se auto desvalida y se culpa, lo que genera un estado depresivo, uno de cuyos efectos es la inhibición de su acción. ¡Y, sin acción, no hay revolución! (Chomsky, 2011, p.2)

Trabajan muy bien a los individuos, los persuaden en el sentido de culparlos a ellos de la situación económica de un país, le hacen pensar que el estado se encuentra en la situación que presenta actualmente, por culpa de los ciudadanos y no por que el sistema no esté funcionando bien, esto da como resultado la culpa, la desilusión, las ganas de emprender y de aportar al desarrollo económico.

#### **4.1.10. Conocer a los individuos mejor de lo que ellos mismos se conocen.**

En el transcurso de los últimos 50 años, los avances acelerados de la ciencia han generado una creciente brecha entre los conocimientos del público y aquellos poseídos y utilizados por las élites dominantes. Gracias a la biología, la neurobiología y la psicología aplicada, el “sistema” ha disfrutado de un conocimiento avanzado del ser humano, tanto de forma física como psicológicamente. (Chomsky, 2011, p.2)

Gracias a los avances tecnológicos, las grandes élites tienen una ventaja sobre los individuos, conocerlos más de lo que se conocen así mismo, saben cómo piensan, cómo actúan, por lo tanto, saben cómo llegar y de qué manera pueden persuadirlos, de esta manera siempre van a ser superiores a los individuos y van ejercer una fuerza y poder total sobre ellos.

El lingüista Noam Chomsky elaboró estas diez estrategias de manipulación mediática a través de los medios, para poder identificar cómo se manipula la información que reciben los receptores, era necesario hacer mención de estas, debido a que juegan un papel importante para poder identificar y no caer envueltos en este tipo de persuasión para que no afecte a las personas tanto física y psicológicamente, esto abre puerta a que la sociedad no se ciegue con lo que dicen los medios, esto no quiere decir que las noticias que se transmiten en los medios de comunicación o en sus páginas oficiales de Facebook sea una mentira, pero si hay que asegurarse de que en realidad es como ellos lo cuentan y no caer en la manipulación.

## 5. Ejemplo de noticias falsas

### 5.1.Ámbito internacional

Aquí se presenta una de las noticias que se hizo viral en las redes sociales y que resultó ser una mentira. Esta sucedió en Argentina en la cual, supuestamente un Periodista realizó un escrito con palabras fuertes al gobierno de Argentina, fue publicada por una página dedicada a las noticias falsas con el nombre de *12minutos.com* para ser compartidas por twitter y Facebook.

**Fotografía:** Jorge Carbajal



Nelson Castro, periodista histórico ligado a medios de comunicación del grupo Clarín, difundió en redes sociales un duro escrito donde consideró que la Argentina está "muy cerca de una guerra civil" y que la "democracia tiene los días contados". En su análisis, aseguró además que "este es el peor gobierno desde la dictadura" y comparó la presidencia de Mauricio Macri con los días previos a la crisis del 2001. (Carbajal, 2017, p.1)

Esta es parte de una nota que se publicó en la red social Facebook, esto creó polémica en la población de Argentina por las fuertes expresiones de este periodista reconocido a nivel Nacional.

“Nelson Castro durísimo contra Macri, se va de TN”, afirma una nota publicada por la página *12minutos.com*. Sin embargo, este hecho no ocurrió, ya que el sitio mencionado es exclusivo para la creación de noticias falsas y en su página inicial invita en forma explícita a ello: “Crea tu noticia y engaña a todos tus amigos”. Al mismo tiempo, propone inventar un título, una descripción y subir una foto también falsa. (Szejnblum, 2019, p.1)

La página *12minutos.com* ha sido creada exclusivamente para originar noticias falsas y poder compartir desde cualquier red social, por ende, no existe un control de estas páginas para que no se les permita realizar este tipo de actos, debido a la facilidad de crear este tipo de noticias.

## 5.2.Ámbito nacional

Estos ejemplos se extrajeron del sitio web, de medios de comunicación nacionales, puesto que este es el medio más vulnerable a este tipo de noticias se reproduce con mayor rapidez y en cuestiones de minutos son compartidas y con miles de reacciones.

### 5.2.1. El ex presidente Arnoldo Alemán muere en un hospital en California



Esta es una de las noticias falsas que se difundió en Nicaragua, sobre la supuesta muerte del expresidente Arnoldo Alemán, que presuntamente había formulado el periódico El Nuevo Diario, pero nunca fue confirmado, ni difundido por el periódico antes mencionado, mucho menos por los familiares. Esto no paso de ser una broma de mal gusto, una más de las noticias falsas que son inventadas cada día por personas que buscan como causar controversias en la sociedad o con algún fin personal.

## 5.2.2. Nicaragüenses quemando la bandera de Costa Rica en suelo tico

**Fotografía:** Graciela Solís



Esta foto fue difundida para perjudicar a los nicaragüenses que se encuentran en Costa Rica, publicaron la foto y acusaron a personas de Nicaragua de haber quemado la bandera de Costa Rica, esto fue para generar odio en los ciudadanos costarricenses y de esto surgió una serie de violencia y protestas para que las personas abandonaran el país.

Como consecuencia se obtuvo las agresiones xenofóbicas y mucha violencia en las calles, por causa de una información que no tenía argumentos, todo esto era una mentira, porque en la foto no aparecen personas nicaragüenses, sino que este hecho se dio en un concierto de punk en Sabanilla de Montes de Oca.

Lo cierto es que se pueden generar grandes consecuencias cuando no se mide la magnitud de una mala información, simplemente por conseguir dinero para beneficio propio. Facebook, una de las plataformas digitales más populares a nivel mundial, puede ser utilizado para bien o para mal, todo está en las intenciones de los usuarios.

### 5.2.3. Bebé abandonado en barrio de Managua

**Fotografía:** Wilih Narváez



Esta noticia fue difundida el 22 de julio en la ciudad de Managua, sobre un supuesto abandono de un niño de aproximadamente 3 meses de edad, la noticia fue compartida por una usuaria de la red social Facebook, quien afirmaba que el bebé había sido abandonado al frente de su casa, esta noticia provocó repudio ante el público, la mamá del pequeño al ver la noticia se asustó y de inmediato regresó a su casa, puesto que, había dejado a su hijo con una vecina, porque iba a una entrevista de trabajo, ella desmintió este hecho, aclarando la situación. Estas noticias lo que provocan es enojo y repudio en la sociedad, creando un ambiente de odio. Esto fue una simple alarma y una noticia falsa más que se difunde en la red.

## 5.2.4. El Ejército pide la renuncia de Daniel Ortega

**Fotografía:** Redacción cuba periodística



*La participación del cuerpo militar fue uno de los puntos de mayor discusión en las redes sociales antes, durante y después de la crisis. Se propalaron falsas noticias como que el Ejército de Nicaragua pidió la renuncia inmediata del presidente Daniel Ortega o como que el Hospital Militar Escuela no estaba atendiendo a manifestantes heridos. Esta foto, correspondiente a un desfile militar en 2017, fue utilizada como imagen ilustrativa*

En esta publicación se puede ver la manipulación y el grado de noticia falsa, durante la crisis por la que ha pasado el país, Facebook ha sido un medio masivo en difundir información falsa, aprovechando que es la red social más utilizada en la actualidad, otro ejemplo, es la supuesta participación de Ejército de Nicaragua, en donde pedían la renuncia del Presidente Ortega, al mismo tiempo que el hospital Militar escuela no estaba atendiendo a los manifestantes que llegaban heridos, luego de esto fue la misma institución quien desmintió la noticia aclarando que la imagen era correspondiente a un desfile militar en 2017. Estos actos son los causantes de la desestabilización social y el temor de la población, haciendo creer en una supuesta guerra civil, las noticias falsas lo único que provocan es pánico y controversia, es por ello que se debe indagar más sobre algún tema de interés y consultar varias fuentes, de esta manera se obtendrá la información verdadera.

## **6. Penalizaciones por difundir noticias falsas**

### **6.1.Nivel internacional**

Este tema es muy delicado, los usuarios creen que por difundir noticias falsas por las redes sociales no les puede afectar, más que todo no le han dado la importancia que amerita, a raíz del sin número de proliferación de estas noticias, a pesar de que no en todos los países es penalizado, algunos ya han tomado medidas para combatirlas. Se presentan algunos países con sus distintas sanciones.

En Alemania se creó una Ley para las personas que difunden contenido falso que inciten a la violencia o calumnias a los individuos, debido a que esto puede traer daños físicos y psicológicos a la ciudadanía y llega a crear conflictos. "Las obliga a eliminar mensajes con "contenidos manifiestamente delictivos" en un plazo de 24 horas tras recibir una queja y las empresas que incumplan sistemáticamente su deber podrán ser multadas con hasta 50 millones de euros (60,1 millones de dólares) " (Milenio, 2018, p.1). Esta Ley se implementó como una medida para evitar la difusión de las noticias falsas, para que los usuarios no se lo tomen como un juego y piensen muy bien a la hora de compartir notas sin antes verificar si su contenido es totalmente verdadero.

El Facebook se ha vuelto tan accesible que niños y menores de edad tienen acceso a él, ellos necesitan tener una supervisión por parte de los padres, porque no existe un control total de esta red para evitar los contenidos que incitan a la violencia y que quieren generar controversia o desorden, desestabilización de algún grupo en específico, cual sea que tenga en mente la persona que quiere dañar y generar las consecuencias antes mencionadas.



## 6.2. Nivel Nacional

El tema de noticias falsas es un tema de interés y de suma importancia puesto que al momento de manipular y difundir una noticia falsa se está perjudicando a una sociedad o a una persona en específico, sin embargo, en el país no existe una ley que penalice este tipo de acción. Cabe destacar que, si existe una ley que regula las telecomunicaciones abarcándola de manera general, aún no existe una ley que hable sobre la penalización a la hora de difundir una noticia falsa en una red social.

En Nicaragua se ha establecido la ley No. 200 “Ley general de telecomunicaciones y servicios postales”, tiene como objetivo regular los servicios de telecomunicaciones, los deberes y derechos de los usuarios y de sus operadores. La ley fue aprobada en 1995 por la Asamblea Nacional de Nicaragua, sin embargo, en la actualidad no ha habido una reforma de esta ley.

Esto ha provocado que se exija una actualización de la ley para aprovechar la evolución de las nuevas tecnologías. Debido a la gran audiencia de la red social es necesario que se apruebe una ley que penalice la divulgación de noticias falsas, en otros países existe una ley que penaliza esta acción de esa manera se ha reducido la proliferación de estas notas.

## **VI. Diseño metodológico**

### **a. Enfoque de la Investigación**

El enfoque cuantitativo (que representa, como dijimos, un conjunto de procesos) es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos. El orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. (Sampieri, 2014, p.37)

La investigación es de enfoque cuantitativo, lo cual implica un proceso de plantear el problema que se ha investigado, se elaboró un marco teórico mediante los instrumentos que corresponden al enfoque cuantitativo y se apoyó en la recolección de los datos dándoles un valor numérico. Se utiliza la base de datos para verificar los resultados obtenidos al final de la investigación, se hace un análisis exhaustivo y en base a los resultados extraer aportes que ayuden a la investigación.

### **b. Tipo de Investigación**

Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. (Sampieri, 2014, p.92)

Esta investigación es de carácter descriptivo, porque pretende estudiar sobre el fenómeno actual del impacto de las noticias falsas que se emiten en la red social Facebook en un grupo determinado, del cual existen pocos estudios a nivel internacional y a nivel local, mediante esta investigación por medio de los instrumentos se reúne la información para poder describir el impacto.

Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables. (Sampieri, 2014, p.95)

Este estudio es explicativo, porque no solamente describe conceptos, sino que se dirige a responder por las causas del fenómeno de investigación mediante los resultados de los instrumentos aplicados.

### **c. Población y muestra**

La población no sólo depende de los objetivos de la investigación, sino de otras razones prácticas. Un estudio no será mejor por tener una población más grande; la calidad de un trabajo investigativo estriba en delimitar claramente la población con base en el planteamiento del problema. (Sampieri, 2014, p.568)

Se tomó como población a tercer año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua que corresponde a dos grupos, el turno matutino y vespertino, el primero cuenta con 48 y el segundo con 30 estudiantes, en total son 78 alumnos que este sería el universo de la investigación.

Para el proceso cuantitativo, la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población. (Sampieri, 2014, p.173)

El tipo de muestra retomada fue por conveniencia, porque cumplen con las mismas características (estudiantes de la misma carrera). Se tomó como referente a 20 estudiantes del turno matutino y 20 del turno vespertino, que equivale a la mitad de cada grupo de clase, dando un total de 40 estudiantes, a quien se aplicó la encuesta.

#### **d. Técnica de investigación**

Como técnica de la investigación se eligió realizar encuesta que lleva preguntas cerradas y cuenta de tres puntos. El primero, es una parte para introducir si el encuestado utiliza la red social Facebook para compartir noticias falsas.

En el segundo, referencia a la aceptación que tienen los usuarios con respecto a la reproducción de las noticias falsas.

En tercer lugar, verificar si los estudiantes reconocen cuando una cuenta y noticia es falsa, estos datos nos servirán para complementar y realizar el manual que servirá para verificar las noticias y cuentas falsas en la red social Facebook.

#### **e. Métodos generales**

##### **Método bibliográfico:**

En la presente investigación se reforzó de distintos libros, artículos e investigaciones electrónicas como:

- Metodología de la Investigación de Roberto Sampieri.
- Noam Chomsky de Las 10 estrategias de manipulación mediática
- Manuel Blazquez de El problema de las noticias falsas: detección y contramedidas.
- Laura Fernández de Origen y evolución de Facebook

Todos estos estudios y otros no mencionados, pero sí muy significativos, jugaron un papel muy importante en la realización de esta Monografía.

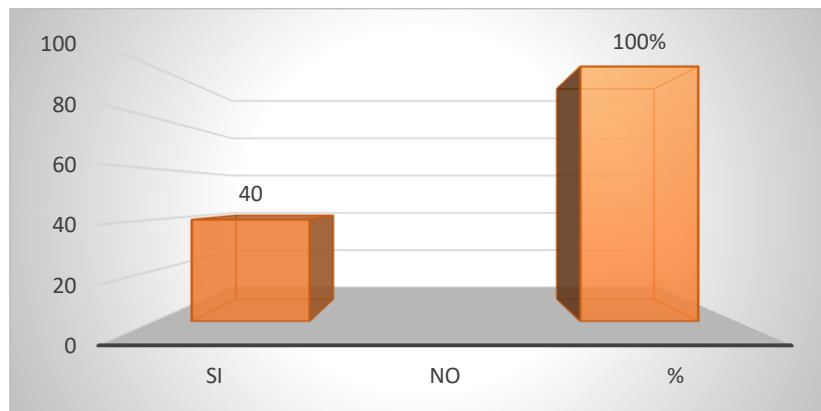
#### **f. Métodos especializados**

Primeramente, se aplicaron las encuestas para luego proceder a la recolección de datos utilizando el programa de Excel, se ingresarán los datos recolectados, para obtener el análisis de resultados reflejado en gráficos de barra, de manera que sea atractivo para las personas que lean el documento.

## VIII. Análisis de resultados

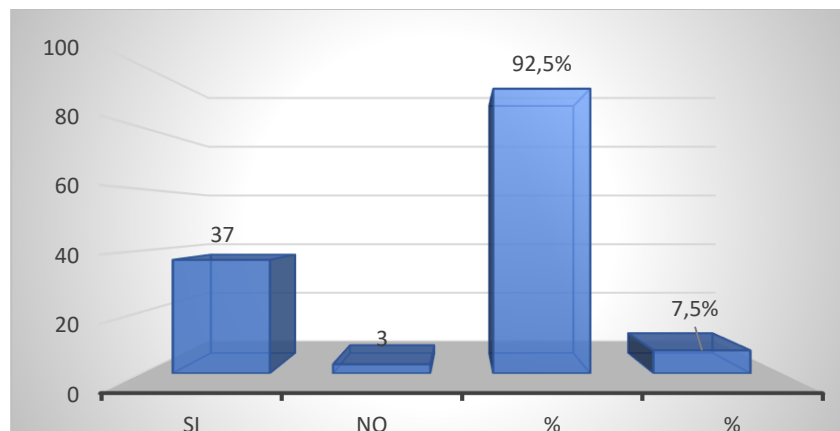
A continuación, se presenta el análisis de los resultados, con respecto a los instrumentos, el tamaño de la muestra fue de 40 encuestados, de los cuáles 13 fueron hombres y 27 mujeres, todos ellos estudiantes de tercer año del turno matutino y vespertino de la carrera de Comunicación para el Desarrollo.

**Gráfico 1. Utiliza red social Facebook**



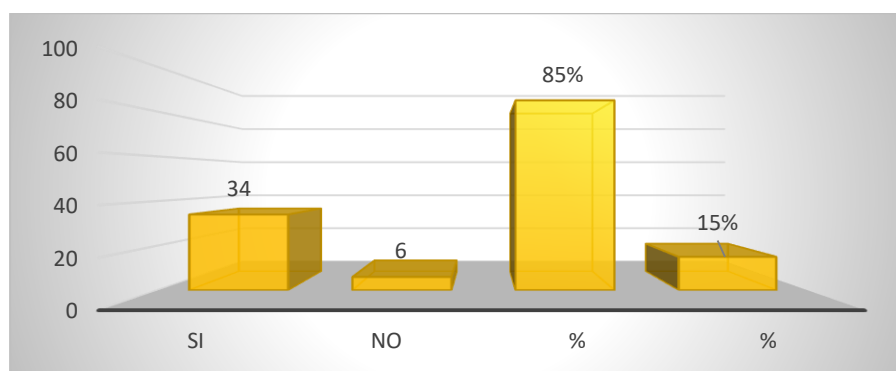
En relación a la utilización de la red social, el 100% si utilizan la red social de Facebook. Esto significa que los encuestados tienen al menos una cuenta en Facebook y que están usándola la mayor parte del tiempo.

**Gráfico 2. Usted revisa noticias mediante su red social Facebook**



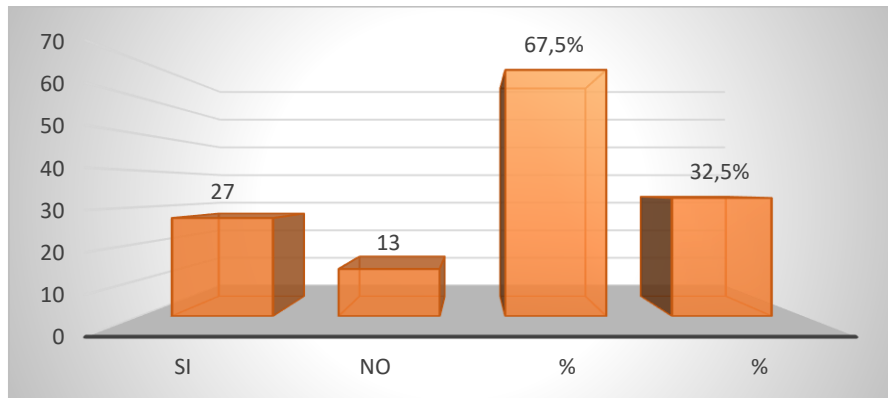
Con respecto que, si revisan noticias mediante la red social, el 92.5% respondió que revisan noticias mediante la red, y el 7.5% restante dijo que no comparten las noticias por medio de sus cuentas. Es evidente que la mayor parte de los encuestados utilizan la red social como un medio de comunicación alternativa, debido a que tienen fácil acceso a la plataforma, desde cualquier lugar donde se encuentre el usuario y llega más rápido a las personas. Los jóvenes por lo general le dedican un tiempo considerable a su cuenta de Facebook no solo para informarse, sino para mantenerse comunicado con sus familiares, amigos y como entretenimiento.

**Gráfico 3. Considera un medio de comunicación esta red social que utiliza**



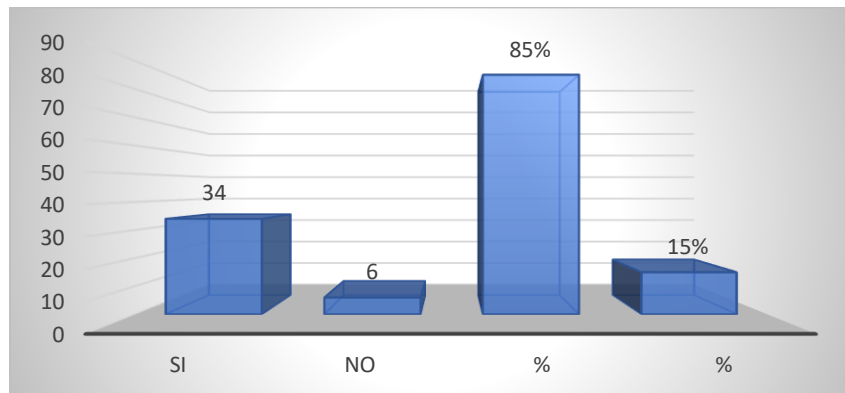
El 85% de los encuestados consideran la red social como un medio de comunicación, mientras que el 15% manifestó que no consideran la red social como un medio de comunicación. Es decir que la mayor parte de los encuestados consideran como un medio de comunicación esta red social por la facilidad de acceso a la aplicación, porque los mantiene informados y la mayoría de los canales locales y periódicos impresos tiene una página oficial por medio de la cual publican notas al instante; además transmite acontecimientos de cualquier ámbito de manera rápida y no solamente a nivel nacional, sino también a nivel internacional.

**Gráfico 4. Usted comparte noticias por medio de su cuenta**



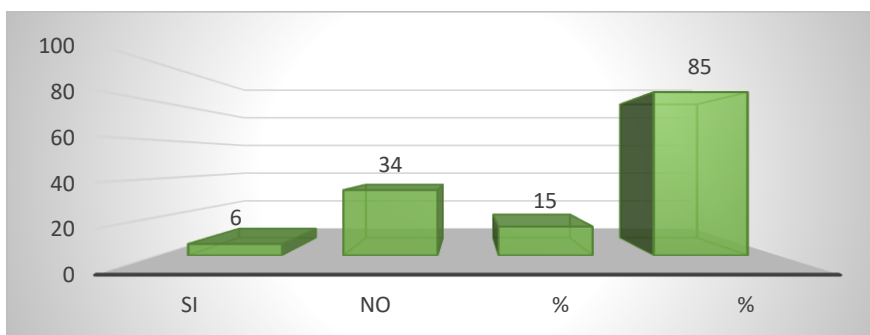
En lo que concierne que, si los encuestados comparten noticias por medio de la red social, el 67.5 % afirmó que si, mientras que el 32. 5% dijo que no comparten noticias. Cabe mencionar que la mayor parte de los encuestados si comparten noticias por medio de su red social. Según los estudiantes encuestados lo ven como una manera de informar a sus amigos, desmentir noticias falsas, para difundir las noticias de manera más rápida, para expresar su opinión por medio de las notas.

**Gráfico 5. Cree que todas las noticias que aparecen en esta plataforma virtual son verdaderas**



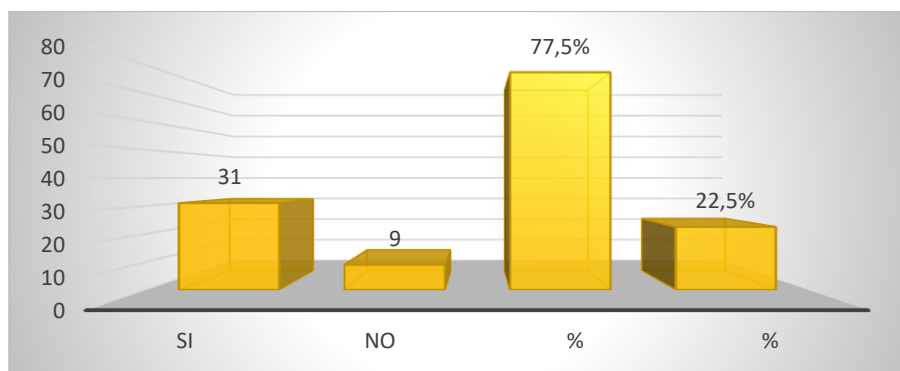
El 85% de los encuestados consideran que todas las noticias que aparecen en esta plataforma virtual son verdaderas, mientras que el 15% consideran que todas las noticias que aparecen en la red social son verdaderas. Cabe mencionar que la mayor parte de los estudiantes si creen que todas las no noticias que aparecen en la red social son verdaderas y aseguran viene de páginas oficiales de canales de televisión local y de medios impresos del país.

**Gráfico 6. Crees que todas las noticias que aparecen en esta plataforma virtual son falsas.**



Con respecto a las noticias que aparecen en la plataforma virtual de Facebook el 85% dijo que no son falsas, pero el 15% cree que son falsas. Es decir, los encuestados consideran que las noticias que se comparten a diario en su cuenta de Facebook no son falsas, esto quiere decir que pueden ser vulnerables a compartir cualquier tipo de información, debido a que piensan que existen fuentes viables y confiables.

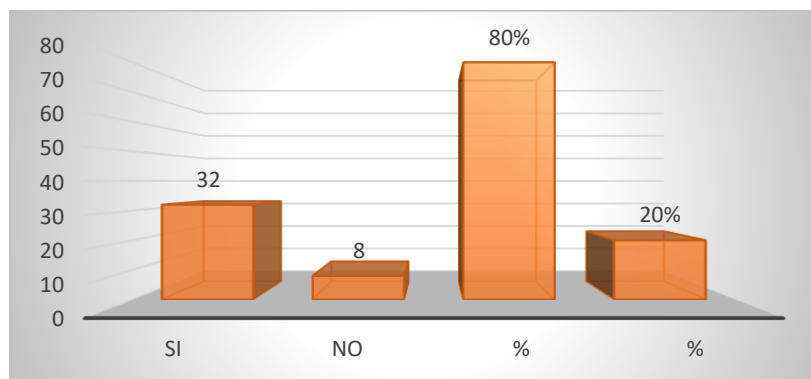
**Gráfico 7. Cree que por compartir noticias falsas cambien los pensamientos ideológicos de las personas**



Del total de los encuestados, el 77.5% coincidieron que al reproducir noticias falsas cambian los pensamientos ideológicos de las personas, mientras que el 22.5% respondió que no cambian el pensamiento ideológico. Por ende, dado los resultados obtenidos la mayor parte de los estudiantes manifestaron que las noticias falsas pueden cambiar el pensamiento ideológico de las personas, debido a la falta de información, la confianza en lo que se ve y no se investiga; porque se dejan influenciar y persuadir por la información, es en ese momento que comienzan a dudar de lo que realmente creen.

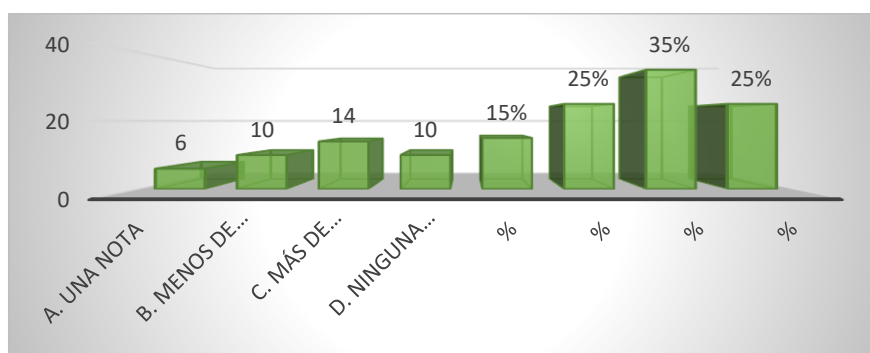


**Gráfico 8. Estás de acuerdo que se penalice a las personas que crean noticias falsas**



El 80% de los encuestados manifestaron que están de acuerdo que se penalice a las personas que crean noticias falsas, únicamente el 20% de ellos manifestó que no están de acuerdo con que exista una penalización. Evidentemente la mayoría de los estudiantes creen conveniente penalizar a las personas que cometen este tipo de actos de crear información falsa, puesto que genera caos, conflicto en la sociedad, violencia, robo de identidad, porque no informan, sino que desinforman a la población. La sociedad tiene el derecho de ser informado con la verdad. Por ende, con una penalización se podría disminuir la proliferación de noticias falsas y evitar conflictos sociales.

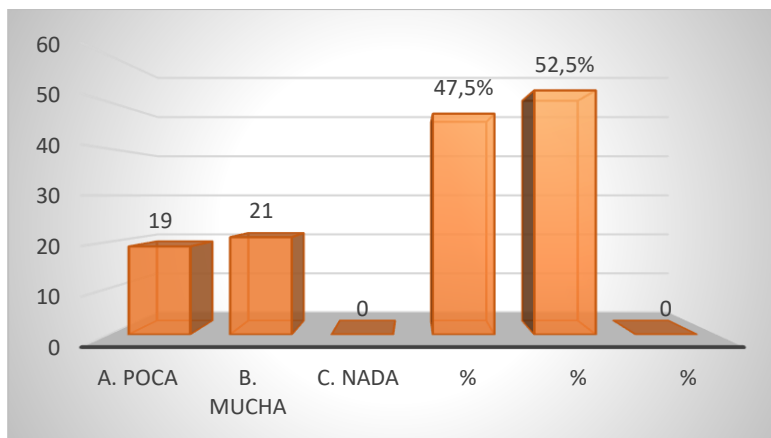
**Gráfico 9. Qué tanto compartes noticias en tu Facebook a la semana**



En relación a la frecuencia de publicar noticia en su cuenta, el 15% de las personas comparten una nota, el otro 25% comparten menos de tres notas, mientras que el 35% manifestó que comparten más de cinco notas a la semana y solamente el 25% no comparten notas. Esto confirma que la mayoría de los estudiantes comparte más de cinco notas a la semana sin verificar si son falsas o verdaderas, esto por la influencia que tienen las noticias en la red

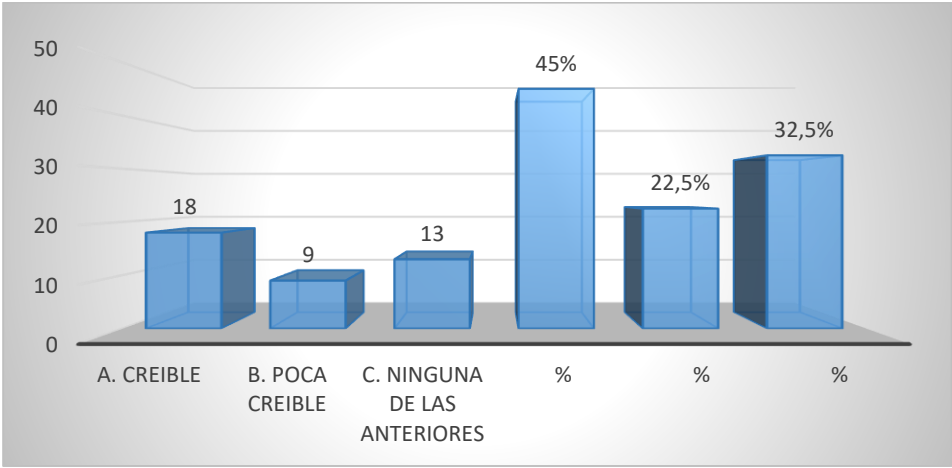
social y el uso que le dan a la cuenta, debido a que lo utilizan como un medio de comunicación alternativo por la accesibilidad que tienen con la aplicación.

**Gráfico 10. Qué nivel de aceptación tiene una noticia para usted en esta red social**



En lo que concierne el nivel de aceptación que tienen las noticias que se divulgan en la plataforma de Facebook, el 52.5% manifestaron la opción mucha, mientras que el 47.5% de las personas tiene poca aceptación hacían estas noticias. Por consiguiente, la mayoría de los estudiantes tiene mucha aceptación sobre las noticias que provienen de la red social Facebook, esto quiere decir que están vulnerables a recibir información falsa y al mismo tiempo divulgarla y crear una cadena de desinformación en los usuarios.

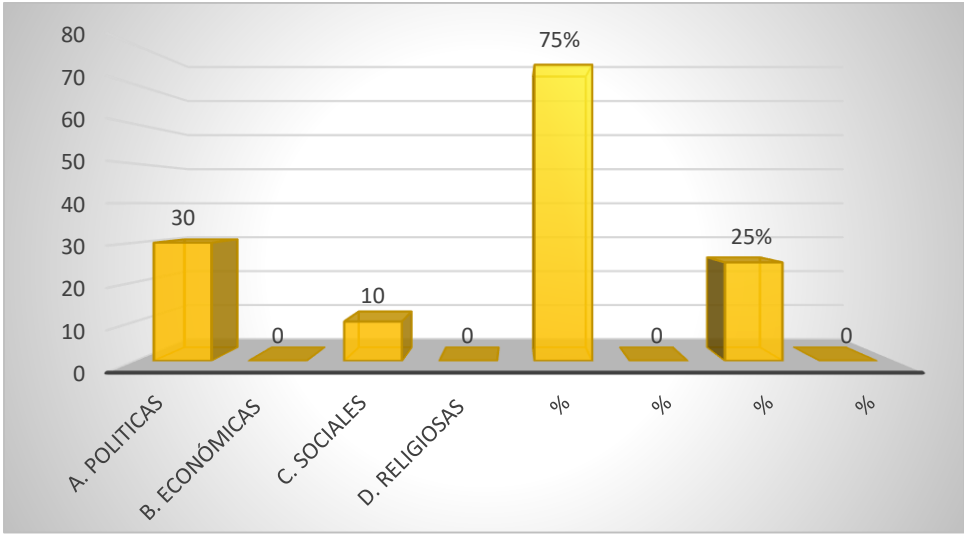
**Gráfico 11. Considera creíble una noticia por la cantidad de reacciones y reproducciones que tiene**



El 45% de los encuestados manifestó que es creíble una noticia por la cantidad de reacciones y reproducciones que tiene, el 22.5% considera que es poco creíble y el 32.5% opto por ninguna de las anteriores que se refiere a creíble y poco creíble.

En base a los resultados obtenidos evidentemente las noticias que aparecen en la plataforma son creíbles por la cantidad de reacciones que presenta las publicaciones, esto quiere decir, que se están enfocando en aceptar y reproducir todo aquello que les parece relevante y no aquello que es interesante en algún contexto o situación real que está pasando.

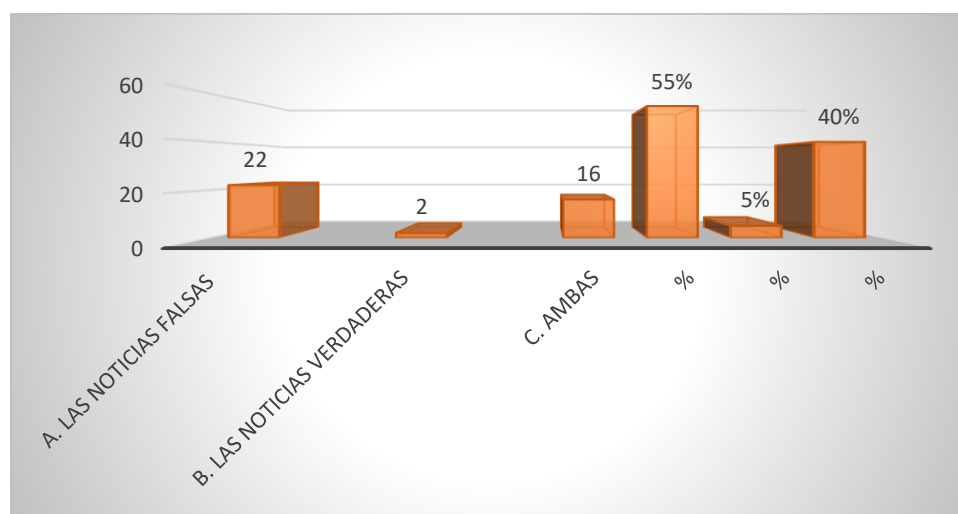
**Gráfico 12. Cuáles noticias cree que se virilizan con mayor rapidez**



Por una parte, el 75% de los encuestados respondieron que las noticias de carácter político son las que más se reproducen en la plataforma de Facebook, mientras que el 25% opto por las de carácter social, y ninguno de los encuestados selecciono las noticias de carácter religiosas y económicas.

Corroborando con los datos obtenidos de los resultados, manifiestan que las noticias de carácter político son las que más se virilizan, debido a que lo utilizan para desprestigiar a políticos, son utilizadas como estrategias políticas para afectar al adversario. Este tipo de información se expande de manera inmediata y pueden lograr alcances más altos que las noticias verdaderas.

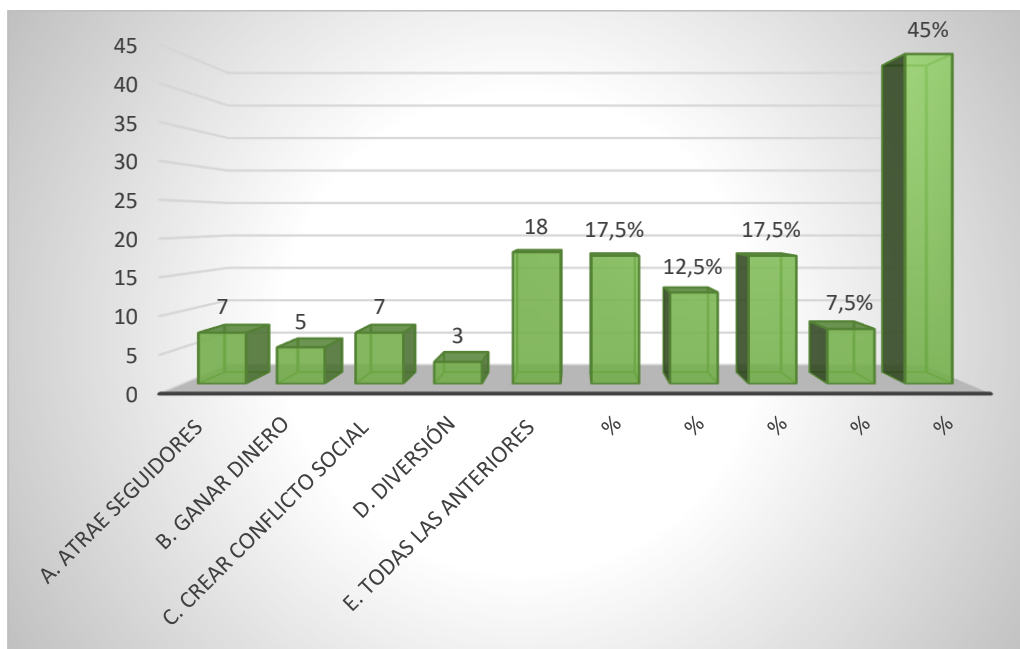
**Gráfico 13. Para usted que noticias cree que se reproducen más**



El 55% de los estudiantes respondieron que las noticias falsas son las que más se reproducen, el 5% que son las noticias verdaderas y el 40% que ambas noticias son reproducidas constantemente.

En conclusión, se puede representar que las noticias falsas son las que más se reproducen en la plataforma, debido a que existen muchas personas compartiendo este tipo de noticias, esto lo hacen con el objetivo de perjudicar a personas y generar controversia en la sociedad, consiente e inconscientemente.

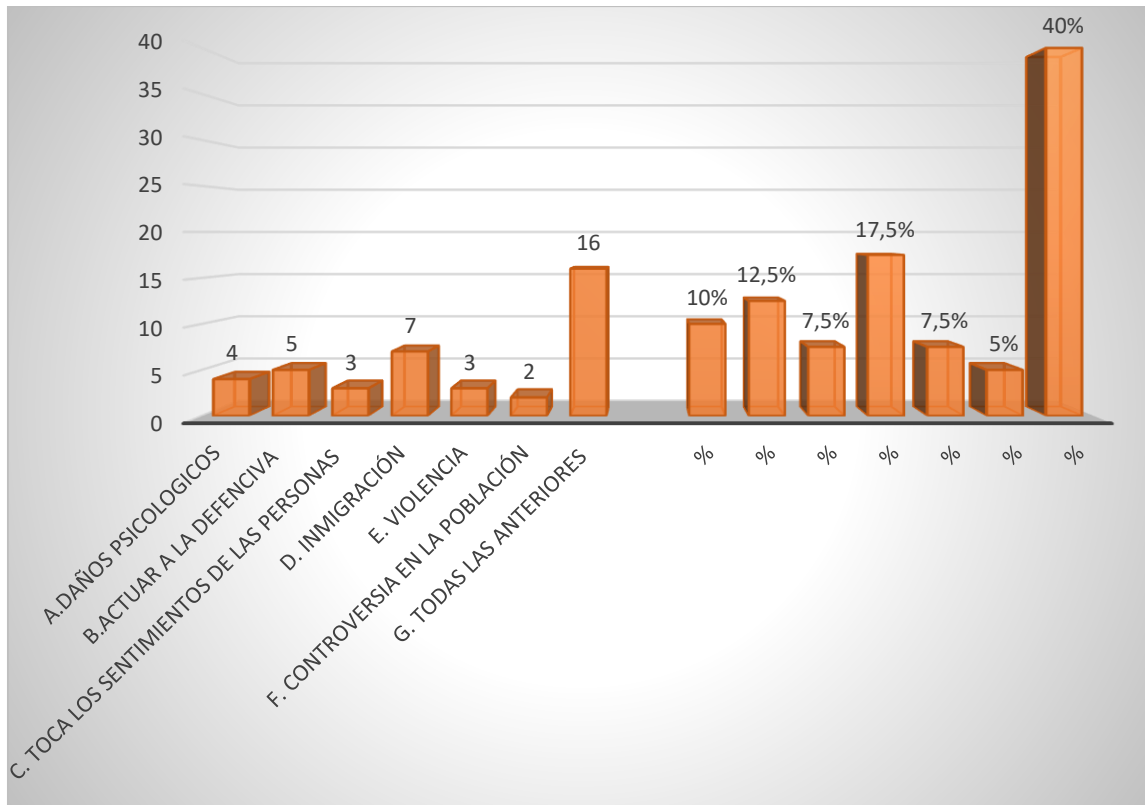
**Gráfico 14. Cuál cree que sea la intención de las personas que crean noticias falsas**



En cuanto a los datos obtenidos, el 7.5% de los encuestados reconocen que las personas que crean noticias falsas lo hacen por diversión, el 12.5% afirma que lo hacen por ganar dinero, el 17.5% asevera que lo hacen para atraer seguidores, mientras que, el 17.5% asegura que la intención es por crear conflicto social y el 45% opto por todas las anteriores.

Los estudiantes en su mayoría, el 45% coinciden con la opción de todas las anteriores. Esto refiere que las intenciones de los creadores de información falsas lo hacen por obtener beneficios personales, porque entre más se comparten las noticias, más publicidad ganan ese tipo páginas eso indica que entra una mayor cantidad de dinero a sus bolsillos.

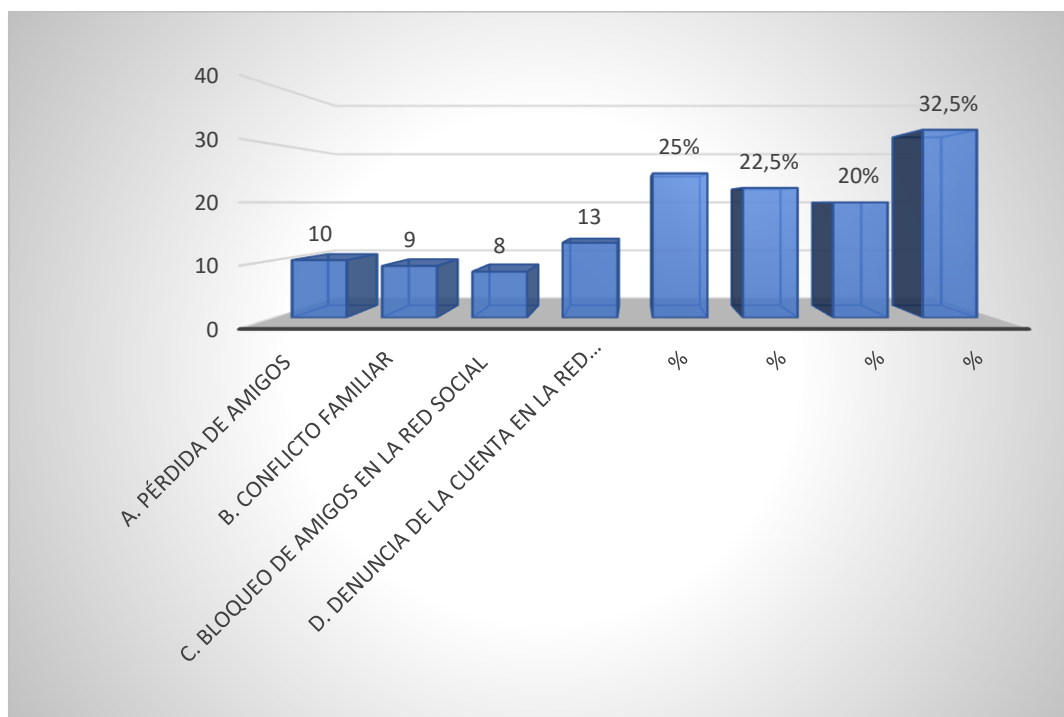
**Gráfico 15. Cómo cree que afectaría una noticia falsa a la sociedad**



En cuanto a los datos recolectados el 5% de los estudiantes respondieron que las noticias falsas generan controversia en la población, el 7.5% asegura que afectaría con violencia a la sociedad, el 7.5% afirma que tocan los sentimientos de las personas, el 10% corresponde a daños psicológicos, el 12.5% actuar a la defensiva, 17.5% pertenece a la migración y el 40% manifestó que todas las anteriores pueden afectar a la sociedad.

Indiscutiblemente, se demostró en el gráfico anterior que las noticias falsas afectan a la sociedad, de tal manera que provocan daños psicológicos, que pueden llegar a tocar los sentimientos de las personas, al punto extremo de provocar migración, violencia y controversia en la sociedad. Todas estas son consecuencias que pueden generar daños irreversibles.

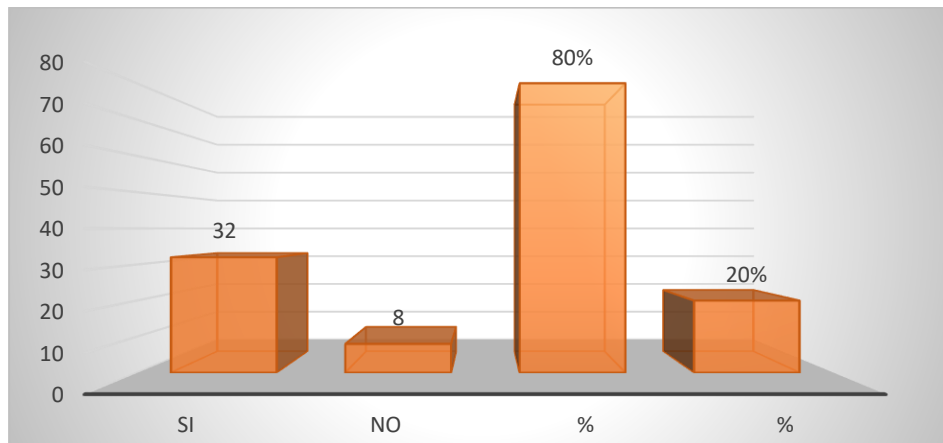
**Gráfico 16. Usted ha tenido algún conflicto en su entorno a partir de los contenidos de las noticias falsas que comparte en la red social Facebook**



Un 32.5% de los estudiantes manifestaron que han tenido denuncias en su cuenta de Facebook por el contenido de las noticias que comparten, el 25% ha perdido amigos, el otro 22.5% asegura que ha tenido conflicto familiar y solamente el 20% han sido bloqueados por sus amigos en la red social.

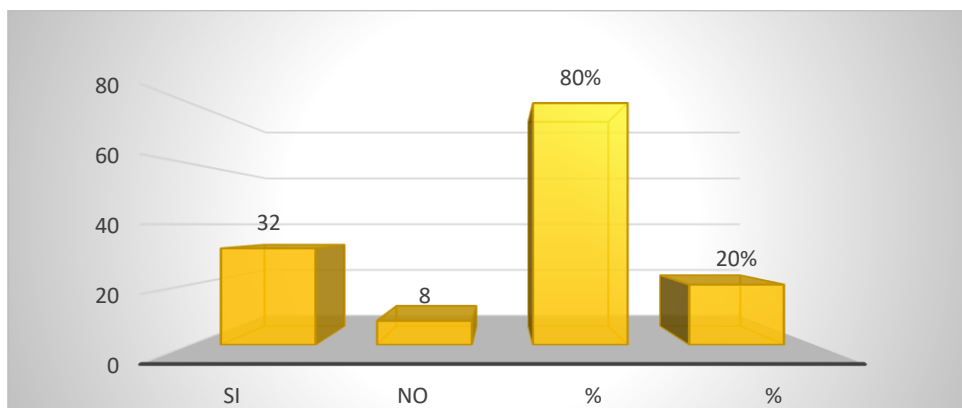
Esto refiere que los usuarios pueden tener conflictos en su entorno social, mayoritariamente el problema más común para los encuestados es que han tenido denuncias en su cuenta de Facebook, debido a que comparten información falsa sin medir las consecuencias, esto pasa, porque no verifican el contenido de lo que van a compartir, no lo hacen con responsabilidad para evitar este tipo de problemas.

**Gráfico 17. Verifican si la cuenta solamente tiene una foto de perfil y ninguna imagen más**



En cuanto a los datos obtenidos, el 80% de los encuestados comentaron que para verificar si una cuenta es falsa comprueban si la cuenta solamente tiene una foto de perfil y ninguna imagen más, solamente el 20% respondió que no revisan la foto de perfil. Considerando los datos anteriores, se puede confirmar que los estudiantes si verifican el perfil de una cuenta en Facebook, para estar seguros si esta es falsa. Esto demuestra que los encuestados si investigan este dato para estar seguros de quien les está enviando solicitudes de amistad.

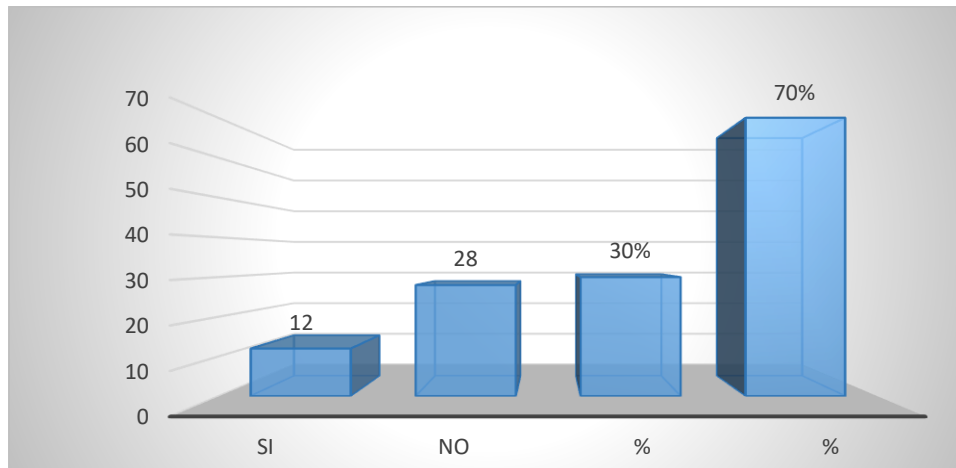
**Gráfico 18. Verifican si la actividad de la cuenta es poca o nula**



El 80% de los encuestados dijeron que si revisan si la actividad de la cuenta es poca o nula, solamente el 20% manifestó que no revisan la actividad de cuenta. Por ende, la mayoría de los estudiantes si comprueban la actividad de la cuenta, de esta manera podrán identificar si el perfil es bastante activo o poco activo, esto les permitirá ver que la cuenta puede ser falsa.

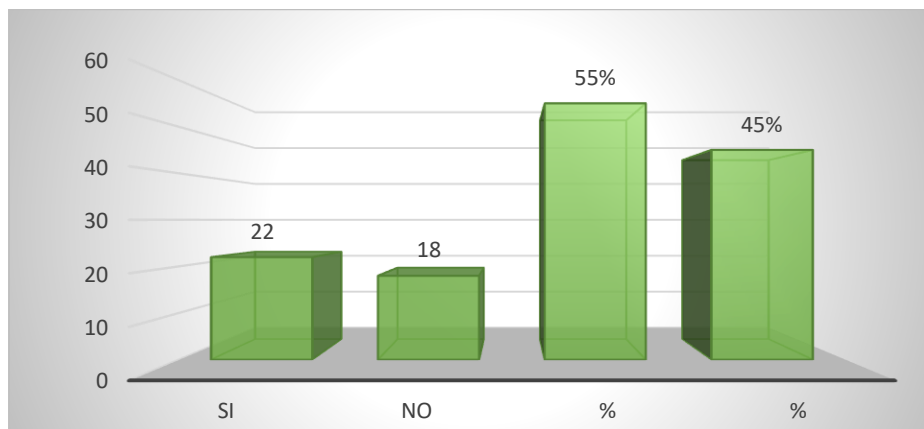


**Gráfico 19. Verifican si solamente tiene contactos del sexo opuesto**



El 70% de los encuestados demostraron que no verifican si un perfil en Facebook tiene solamente contactos del sexo opuesto, únicamente el 12% dijo que si revisan si tiene contactos del sexo opuesto. De acuerdo con los datos obtenidos se puede demostrar que los encuestados no comprueban si las demás cuentas tienen contactos del sexo opuesto; esto les ayudará a verificar si la cuenta es falsa o si la persona no les parece de su agrado para tenerlas como amigos en Facebook.

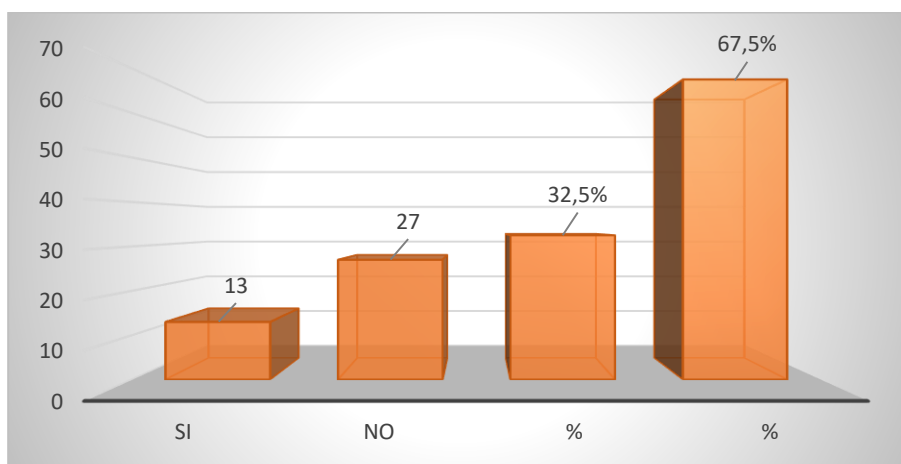
**Gráfico 20. Verifica si no aparece el grado académico, lugar de origen o fecha de cumpleaños**



Dado que, el 55% de los encuestados respondieron que, si verifican el grado académico de una persona, el lugar de origen o la fecha de cumpleaños, solamente el 18% confirmó que no revisan estas opciones.

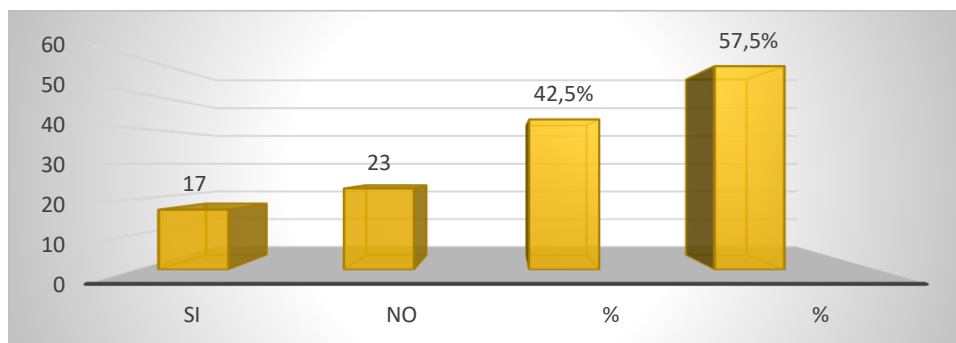
Se puede demostrar que la mayor parte de los estudiantes dijeron que si revisan cuando en una cuenta no aparece el grado académico, lugar de origen o fecha de nacimiento de una persona, esto les permitirá identificar rápidamente cuando una cuenta es falsa, normalmente todos los usuarios de esta plataforma siempre tienen estos datos.

**Gráfico 21. Busca la foto de perfil en google**



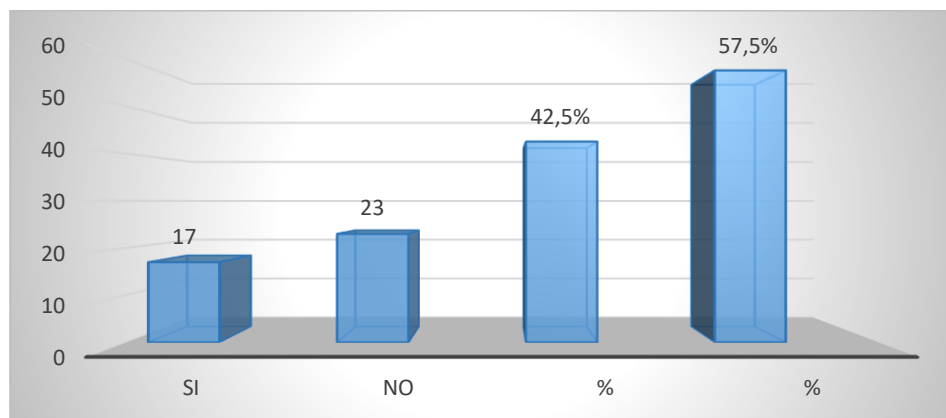
De manera que el 67.5 % de los estudiantes respondieron que no buscan la foto de perfil en google, solamente el 32.5 % refirió que no busca la foto. Dados los resultados obtenidos se puede demostrar que la mayor parte de los encuestados, no buscan la foto de perfil en google, realizando esta opción les permitirá conocer o verificar quien es la persona que está en la foto y así poder identificar si es una cuenta falsa.

**Gráfico 22. Revisa si los contenidos suelen tener títulos llamativos**



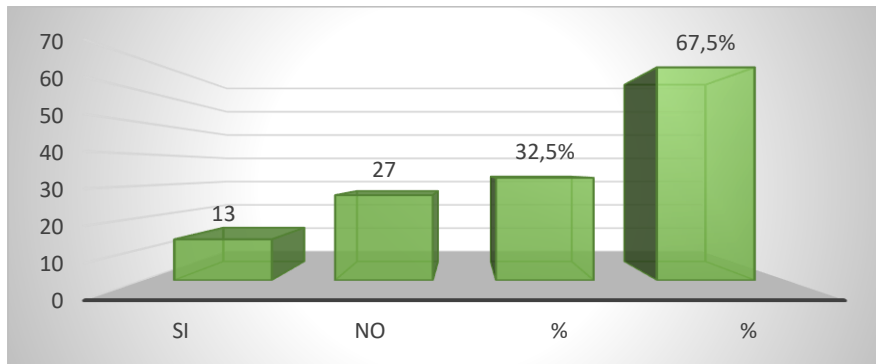
Como se puede observar el 57.5% de los encuestados respondieron que no revisan si los títulos son llamativos, esto para verificar si una noticia es falsa, solamente el 42.5% no lleva a cabo este procedimiento. Por ende, se puede determinar que los estudiantes no revisan los contenidos de los títulos de una nota informativa en la red social Facebook, esto nos demuestra que los encuestados no están viendo esta opción como algo de importancia.

**Gráfico 23. Revisa si la URL no es original o presenta cambios**



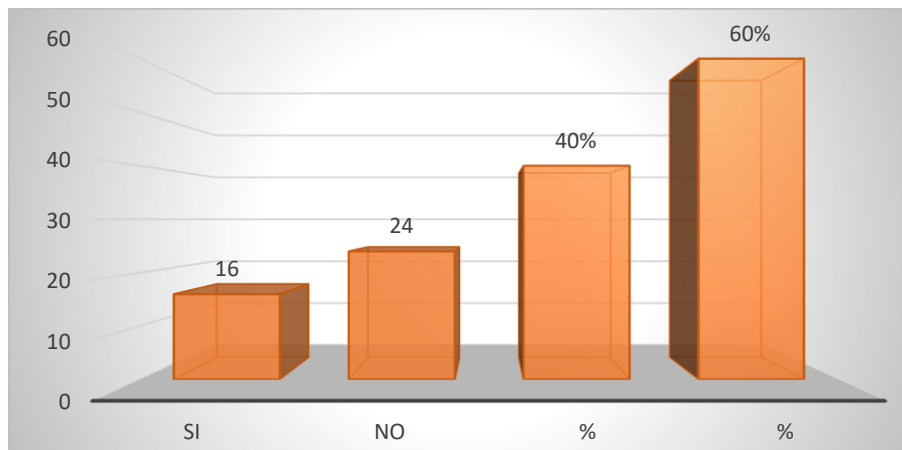
El 57.5% de los encuestados respondieron que no revisan si la URL es original o presenta cambios, únicamente el 42.5% comentaron que si realizan este procedimiento. Evidentemente se puede demostrar que los estudiantes no están verificando la URL de las noticias que se reproducen en la plataforma, esto nos comprueba que no ven esta opción como algo de importancia, se basan solamente en el contenido de la nota.

**Gráfico 24. Investiga la Fuente**



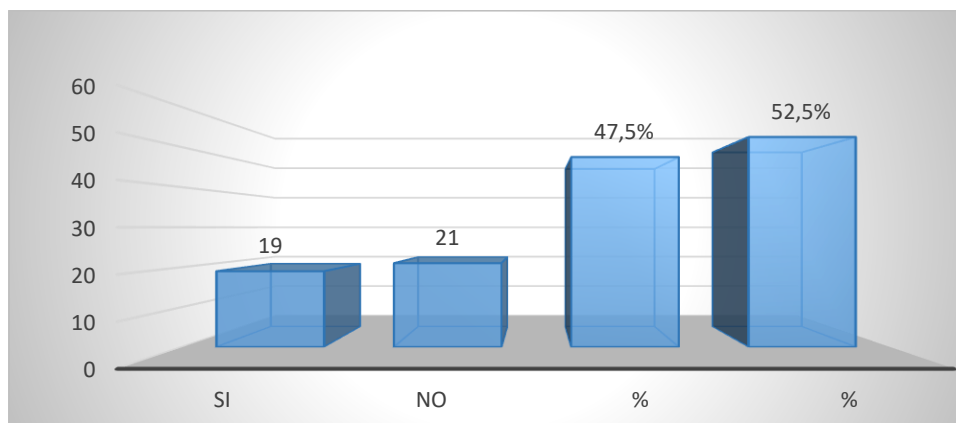
En relación a este gráfico, el 67.5% de los encuestados manifiesta que no investigan la fuente de la información que comparten en Facebook y solamente el 32. 5% si la investiga. Con los datos obtenidos se puede demostrar que la mayoría de los estudiantes no realiza este paso para verificar si una noticia es falsa en Facebook, esto refiere, que no le dan importancia a lo que reciben, así como tampoco a lo que van a compartir, existe un déficit y es por eso que se da una proliferación alta de este tipo de información.

**Gráfico 25. Detecta si el formato es poco común, si presenta errores ortográficos**



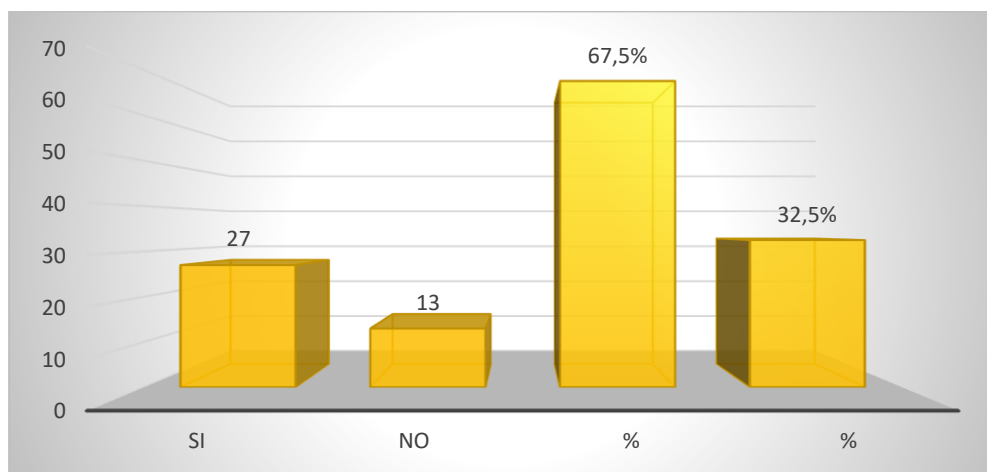
El 60% de los estudiantes respondieron que no detectan si el formato es poco común, ni tampoco revisan si tiene errores ortográficos, solamente el 40% restante si realizan este procedimiento. Por ende, la mayoría manifestaron que no identifican si el formato es poco común y si presenta errores ortográficos. Esto significa que no prestan atención a esta opción cuando es necesario, porque algunos sitios que se dedican a esto presentan este tipo de errores y suelen ser un poco extraños.

**Gráfico 26. Investiga si las fotos son auténticas o manipuladas**



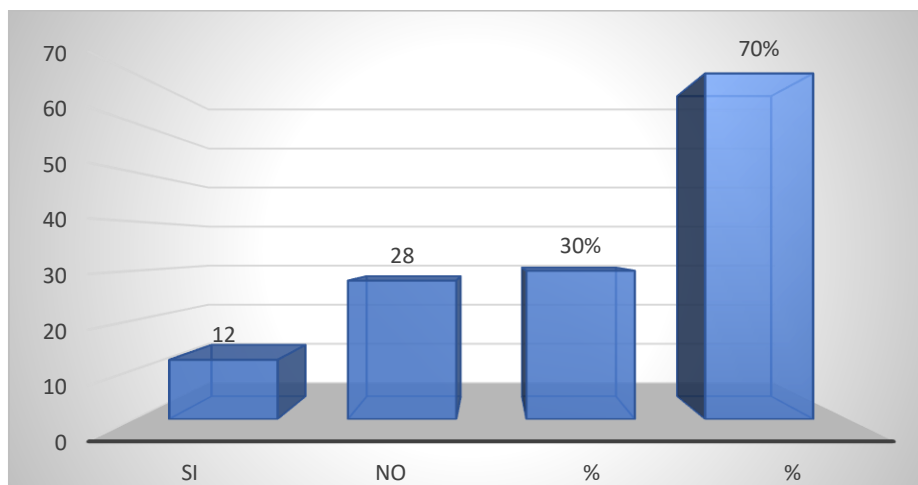
El 52.5% de los encuestados respondió que no investigan si las fotos son auténticas o manipuladas, únicamente el 47.5% manifestó que si realizan este procedimiento. Por ello, la mayoría de los estudiantes respondieron que no realizan esta acción, esto refiere, que las personas no se informan con responsabilidad, porque en ocasiones la foto si existe y es la original, pero no corresponde al contenido del texto en el que aparece dicha fotografía.

**Gráfico 27. Revisa las fechas de la noticia**



Como se puede observar el 67.5% de los encuestados manifestaron que, si revisan las fechas de la noticia, solamente el 32.5% no la identifican. Por ende, es peligroso, porque la noticia que leen puede ser que este manipulada, pueden mentir en ese dato, tal vez, si sucedió, pero no en el tiempo que aparece, es posible que años atrás haya ocurrido el hecho y quieren confundir a los usuarios presentándolo en la actualidad.

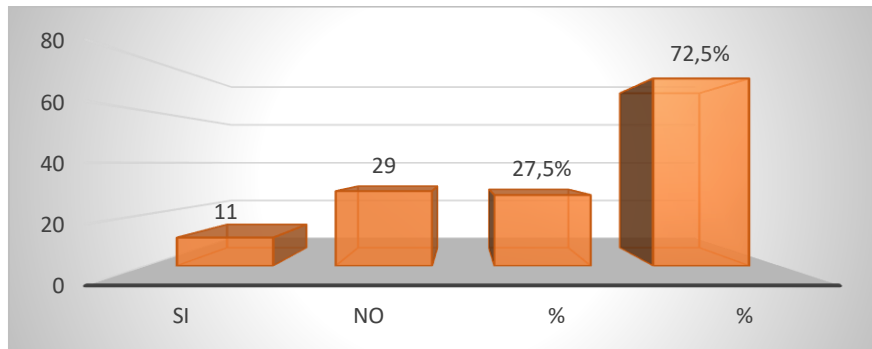
**Figura 28. Verifica las características de las notas**



De manera que, el 70% de los encuestados no verifica las características de las notas y solamente el 30% realiza este procedimiento para verificar si una noticia es falsa en Facebook.

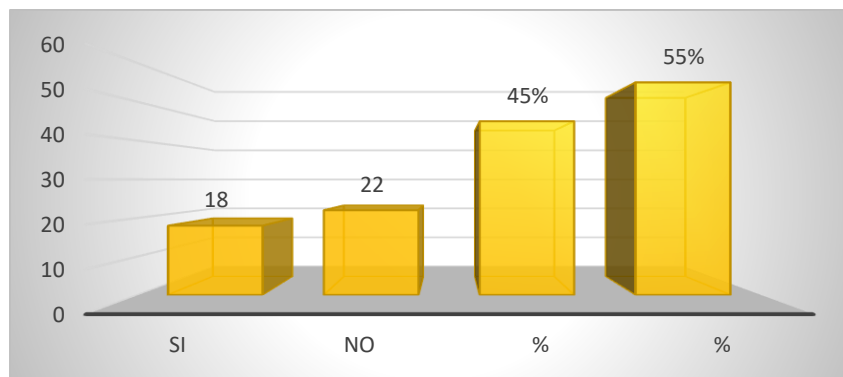
Corroborando con los datos obtenidos, la mayor parte de los encuestados manifiestan que no verifican las características de las notas, este es un error que cometen muchos estudiantes, porque si el autor no da fuentes confiables o no se mencionan las identidades, tiene más posibilidades de ser una noticia falsa, por esta razón es importante realizar este proceso.

**Gráfico 29. Consulta en otros medios periodísticos si aparece la misma noticia**



El 72.5% no consultan en otros medios periodísticos si aparece la misma noticia y solamente el 27. 5% si elabora esta acción. Con los resultados obtenidos, la mayor parte de los encuestados consideran que no es necesario examinar en otros medios periodísticos si aparece la misma nota que ven y comparte por medio de su cuenta en Facebook. Es evidente que existe un problema porque si una noticia aparece solo en un sitio, existe la posibilidad que sea falsa.

**Gráfico 30. Reflexionan sobre las noticias que ven y solo la comparten si han verificado.**



Se puede apreciar que el 55% de los encuestados no reflexiona sobre las noticias que ve y si la comparte, aunque no verifique la noticia y solamente el 45% si realiza esta acción. Indudablemente, la mayor parte de los estudiantes de tercer año de Comunicación que fueron encuestados no reflexionan sobre las noticias que ven y las comparte, aunque no las verifiquen, esto resulta irresponsable, porque las personas deberían compartir una noticia si solo se está seguro de que es verdadera, porque las consecuencias pueden ser trágicas.

## **IX. Conclusiones**

Al terminar el proceso investigativo que se realizó por medio de la aplicación de instrumentos tomándose como muestra a los estudiantes de tercer año de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua y reforzando con una base teórica, posteriormente se obtuvo un análisis de resultado; de esta manera se logra cumplir con los objetivos planteados de la investigación.

Según los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo de tercer año, entre las principales causas de publicar las noticias falsas por medio de la red social Facebook, son ganar dinero, atraer seguidores, crear conflictos sociales y en algunas ocasiones lo hacen por diversión. Todas estas opciones fueron elegidas por el 45% de los estudiantes,

Con la proliferación de estas noticias se obtiene como consecuencias daños psicológicos, que las personas actúen de una manera defensiva, al punto de llegar a tocar los sentimientos de las personas, en ocasiones se da la migración, la violencia, puede generar controversia en la población y cambiar la ideología de las personas. De la misma manera todas las opciones fueron elegidas con un porcentaje de un 40%.

Los estudiantes utilizan la red social como un medio de comunicación alternativo por medio del cual se informan y comparten noticias de su interés de una manera irresponsable, porque no cumplen ni realizan los adecuados procedimientos para verificar cuando una noticia es falsa o verdadera. Esto quiere decir que de cierta manera consiente e inconscientemente contribuyen a la propagación de las mismas.

El resultado de la investigación es la elaboración del manual de verificación de noticias falsas que ayudará a instruir a los estudiantes, para que realicen los debidos procedimientos a la hora de compartir una noticia en la red social.



## X. Recomendaciones

Una vez concluida la monografía, se considera necesario:

- Los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo, tengan la responsabilidad de estudiar las temáticas de las noticias falsas en la red social.
- Actualización de la Ley de Telecomunicaciones, en cuanto a las medio tecnológicos en específico a las redes sociales como Facebook que es una plataforma en la que se da un número considerado de la proliferación de noticias falsas.
- El buen uso de la utilización del manual para verificación de noticias falsas que se plantea en el trabajo de investigación.
- Extender a profundidad los estudios expuestos en esta monografía, sobre el impacto de las noticias falsas.
- El Estado de Nicaragua promueva iniciativas de penalizaciones de la divulgación de noticias falsas en la red social.
- Reforzar el manual elaborado en esta monografía por medio de otras investigaciones.

## XI. Referencia Bibliográfica

- Blázquez, M. (2018). El problema de las noticias falsas: detección y contramedidas. *Universidad Complutense de Madrid*, 2-15. Recuperado de <http://eprints.rclis.org/33171/1/fakeNews-2018-mblazquez-mexico-FINAL.pdf>
- Chomsky, N. *Las 10 estrategias de manipulación mediática*. Recuperado de [https://www.nodo50.org/ciencia\\_popular/articulos/Chomsky.htm](https://www.nodo50.org/ciencia_popular/articulos/Chomsky.htm)
- Carbajal, J. *Durismo contra Macri*. Recuperado de <https://reflexionesdeltiburón.blogspot.com/2017/10/nelson-castro-durismo-contra-macri-se.html>
- Fernández, L. (2015). *Origen y evolución de Facebook*. Recuperado de <http://ict.edu.ar/renovacion/wp-content/uploads/2015/03/diagnostico-2015-nticx-actic-2.pdf>
- Mora, M. *Facebook como medio publicitario*. Universidad Católica de Andrés Bello. Recuperado de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR5523.pdf>
- Macedo, M., Temperini, A.I., y Marcelo, G. I. (2015). *La problemática de los perfiles falsos en Facebook y su relación con el Cibercrimen*. Recuperado de <file:///C:/Users/gmg67/Documents/Monografía/Cuenta%20de%20Facebook.pdf>
- Ministerio de Sanidad y Política Social. *Comunicación vs manipulación*. Recuperado de [https://www.cibercorresponsales.org/system/custom\\_upload/filename/26/Modulo\\_3.pdf](https://www.cibercorresponsales.org/system/custom_upload/filename/26/Modulo_3.pdf)
- Morocco, M. (2015), *uso del Facebook y su incidencia en el rendimiento académico de los estudiantes de la universidad nacional del altiplano, periodo 2014*, Universidad Nacional del Altiplano. Recuperado de <https://docplayer.es/59236238-Universidad-nacional-del-altiplano-facultad-de-ciencias-sociales-escuela-profesional-de-ciencias-de-la-comunicacion-social.htm>

Nueva ley alemana de internet censura a neonazis y a revista, (2018). *Milenio*. Recuperado de <https://Demilenio.com-publicadoporGoog>

Rask, B. (2014). *Estudio sobre la actividad de Facebook y su efecto sobre los derechos de los usuarios*. Recuperado de [https://eciencia.urjc.es/bitstream/handle/10115/12199/TFG\\_RaskBeatrice\\_Febrero\\_13-14.pdf?sequence=1&isAllowed](https://eciencia.urjc.es/bitstream/handle/10115/12199/TFG_RaskBeatrice_Febrero_13-14.pdf?sequence=1&isAllowed)

Reglamento de la Ley General de Telecomunicaciones y Servicios Postales.(1996). Gaceta Diario Oficial. Recuperado de <http://legislación.asamblea.gob.ni/>

Sevilla, A. (2018). *Regulación de las Noticias Falsas (fake news): desafíos y avances en la unión europea*. Centro de Estudios Internacionales Gilberto Bosques. México. Recuperado de [https://centrogilbertobosques.senado.gob.mx/docs/NC\\_RegulacionFakeNews\\_120218.pdf](https://centrogilbertobosques.senado.gob.mx/docs/NC_RegulacionFakeNews_120218.pdf)

Sampieri, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F. McGraw-Hill. Recuperado de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Szejnblum, J. (2019). Nelsón Castro durísimo contra Macri, se va de TN. *Muck Rack*. Recuperado de <https://muckrack.com>

[Fotografía de Graciela Solís]. (Sabanilla de Montes de Oca. 2016). San José, Costa Rica.

[Fotografía de Wilih Narváez]. (Barrio Ayapal, distrito III. 2018). Managua, Nicaragua.

[Fotografía de Redacción Cubaperiodistica]. (2018). Managua, Nicaragua.

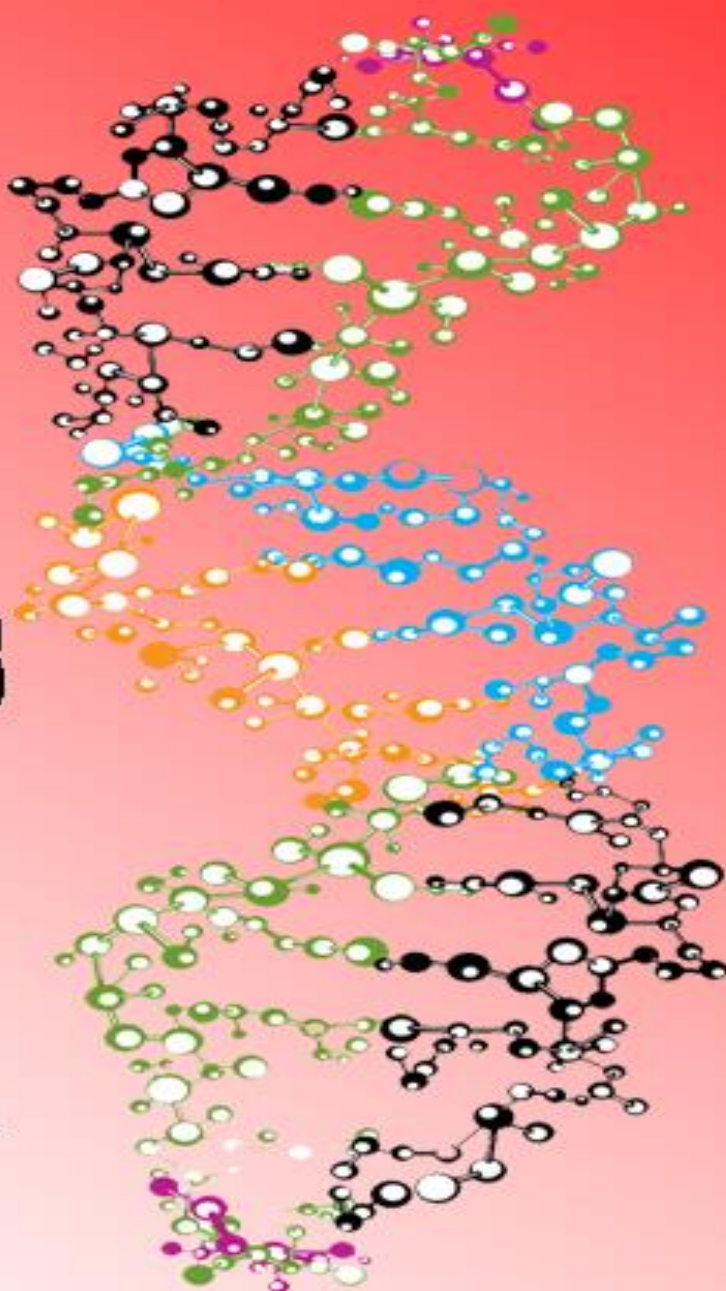
# ANEXOS



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN - MANAGUA



# Manual de verificación para Noticias falsas



**Elaborado por:**

**Tania Carvajal.  
Jahoska Cabrera**

## **Objetivos.**

- Instruir a los estudiantes de III año de la carrera de Comunicación, para que realicen los debidos procedimientos para verificar una noticia falsa.
- Contribuir a la reducción de la proliferación de noticias falsas.

En la elaboración de este manual se plantean dos puntos importantes, la verificación de cuentas falsas en Facebook y la verificación de noticias falsas, es necesario hacer mención del primero debido a que es un paso importante para poder llegar al segundo punto, aunque esto no quiere decir que este escrito en piedra; también por medio de cuentas verdaderas se puede dar la proliferación de las noticias falsas, pero esto permitirá que los estudiantes puedan detectar más rápido esta información y no dejarse engañar tan fácilmente.

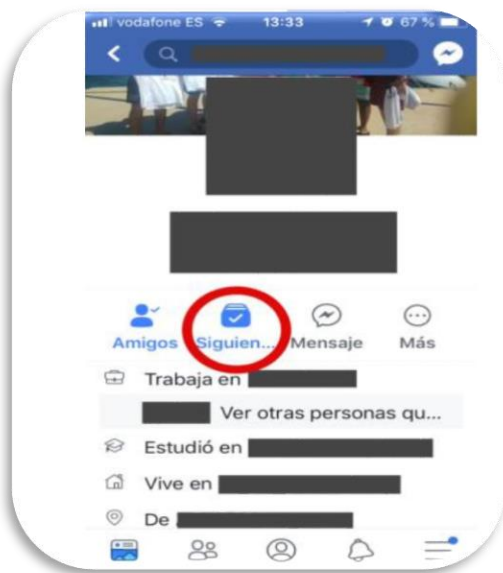
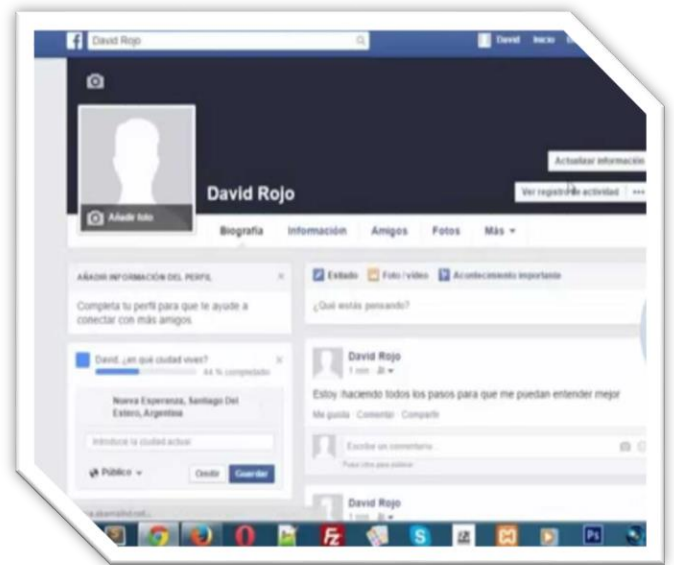
Este manual se estructuro con la ayuda de los instrumentos aplicados a los estudiantes de 3er año de Comunicación para el Desarrollo de la Universidad, UNAN-Managua, además, datos recopilados mediante la investigación.

Con este manual se pretende contribuir de manera que todos los estudiantes puedan conocer las herramientas y los procedimientos para poder identificar las noticias falsas, esto puede dar paso para disminuir el esparcimiento de este tipo de noticias. Del mismo modo se presenta una lista para reconocer algunas de las páginas que están destinadas para la creación de noticias falsas.

## I. Procedimientos que debes realizar al momento de verificar si una cuenta es falsa en Facebook

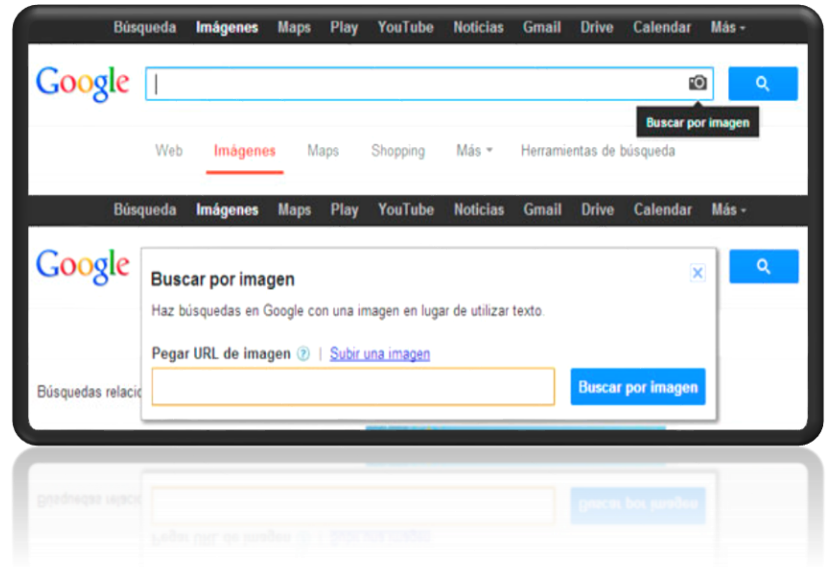
Los siguientes pasos te ayudaran a detectar cuentas que están repetidas, con fotos y datos no confiables, estos perfiles están más propensos al esparcimiento de información llena de mentiras, es importante que cuando te llegue una solicitud de un amigo en Facebook o veas la persona que compartió alguna nota en la red social realices esto:

- Si la cuenta solamente tiene una foto de perfil y ninguna imagen más.
- Cuando la actividad de la cuenta es poca o nula.



- Si solamente tiene contactos del sexo opuesto.
- Si no aparece el grado académico, lugar de origen o fecha de cumpleaños.

- Buscan la foto de perfil en google.



## II. Procedimientos que debes realizar para verificar si una noticia es falsa en Facebook

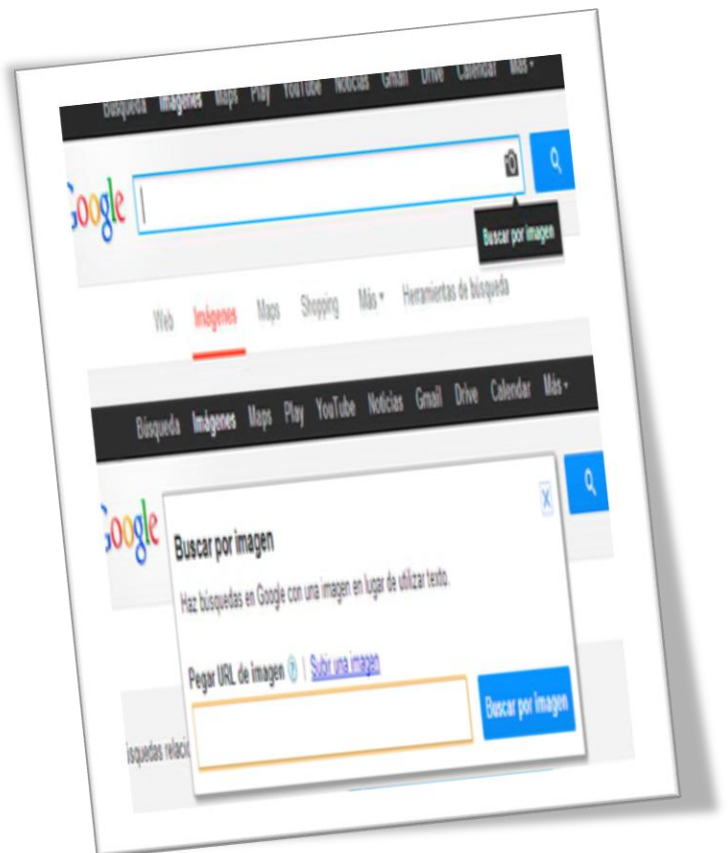
Los siguientes pasos ayudaran a verificar cuando una noticia es falsa, estos pasos ahorraran que los usuarios sean engañados y que, por ende, compartan y sean partícipes de muchas falsedades que transitan en la red social de Facebook.

- Revisa si los contenidos suelen tener títulos llamativos
- Si la URL no es original o presenta cambios
- Investiga la Fuente





- Detecta si el formato es poco común, si presenta errores ortográficos
- Investiga si las fotos son auténticas o manipuladas.
- Revisa las fechas de la noticia
- Verifica las pruebas en la información
- Consulta en otros medios periodísticos si aparece la misma noticia
- Reflexionas sobre las noticias que ves y solo la compartes si has verificado la noticia.
- Existe un detector de Fake News en Google, este te ayudara a monitorear las noticias falsas.



### III. A continuación, se presenta una lista de páginas que se dedican a la proliferación de noticias falsas.

Existen páginas destinadas a crear noticias falsas, en ellas te dan indicaciones de cómo realizarlas en un sentido de bromas, también aparece la opción de compartirla en varias redes sociales y una de ellas es Facebook, es por esto que se ha preparado esta lista, para que puedas reconocer si una nota es falsa por medio de estas páginas. Esto no quiere decir que son las únicas que existen y en muchos casos se te pueden presentar con el URL de un medio local, por ende, se deben revisar siempre la dirección URL.

- 12 Minutos.

**+** ¡CREA TU BROMA AHORA!

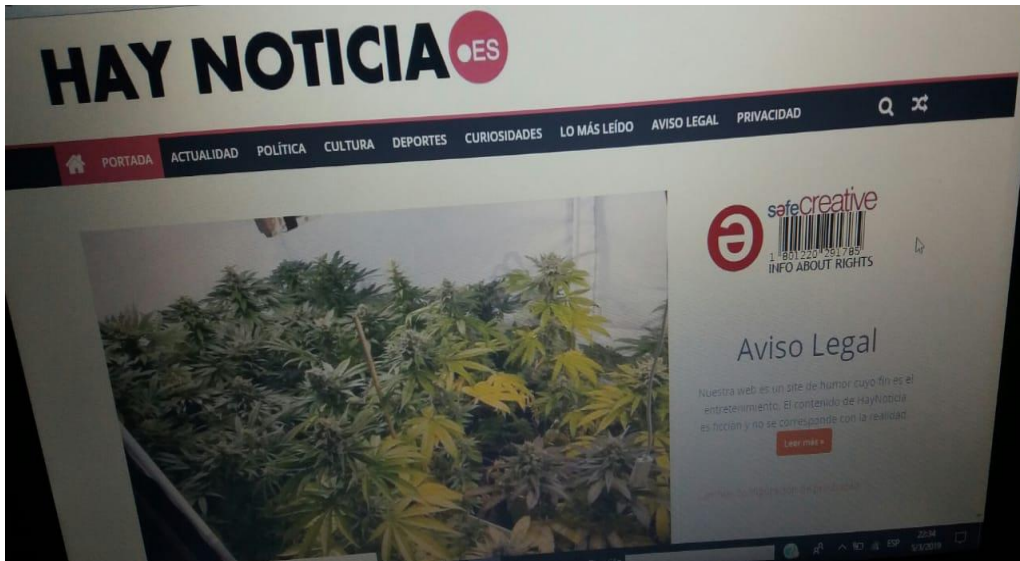
Crea tu noticia falsa y engaña a todos tus amigos. Puedes compartir la noticia en cualquier red social. ¿Que esperas para empezar?

Primero, no bullying. Los autores de publicaciones que hagan una apología de actos de terrorismo o que pudieran alterar el orden público se exponen a diligencias legales.

**Título \***

**Descripción \***

- Hay Noticias.es



- Betch



- Noticias TT



### Creá la tuya

¡Hacele una broma a tus amigos! Crea tu propia broma y compártela en Facebook o Twitter.

 Me gusta 1514

 Seguir a @web123Noticias

[Crea tu broma](#)

## **Conclusión**

Con la elaboración del manual se podrá aportar de manera positiva a los estudiantes para que puedan identificar una noticia falsa y eviten la propagación de compartir notas que no son reales.

De la misma manera los estudiantes por medio del manual conocerán algunas páginas que están destinadas a la creación de las noticias falsas, por ende, estarán más alerta al momento de compartir noticias en su cuenta de Facebook y así generar conciencia en los usuarios para que divulguen con responsabilidad, realizando los procedimientos planteados en este documento para confirmar si la información es falsa o verdadera.

Por otra parte con estos procesos se puede evitar la violencia, los conflictos políticos, sociales, económicos, religiosos y daños psicológicos y en algunos casos se puede evitar la penalización de las personas porque no en todos los países es penalizada la divulgación de noticias falsas.

## Instrumentos



**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua**

**UNAN- Managua**

**Estimados alumnos. Somos estudiantes de la carrera Comunicación para el Desarrollo de la UNAN- Managua, estamos realizando una encuesta para analizar el impacto de las noticias falsas que se emiten en la red social Facebook en los estudiantes de tercer año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua. Muchas gracias por su comprensión y tiempo.**

### **I- Datos generales**

**Sexo** \_\_\_\_\_

**Edad** \_\_\_\_\_

**I. Marque con una X según crea conveniente, las preguntas son dirigidas en base a la red social Facebook**

**1. ¿Utiliza la red social Facebook?**

**Si** \_\_\_\_\_

**No** \_\_\_\_\_

**2. ¿Usted revisa noticias mediante su red social?**

**Si** \_\_\_\_\_

**No** \_\_\_\_\_

**3. ¿Considera un medio de comunicación esta red social que utiliza?**

**Si** \_\_\_\_\_

**No** \_\_\_\_\_

**¿Por qué?** \_\_\_\_\_

**4. ¿Usted comparte noticias por medio de su cuenta?**

Si \_\_\_\_

No \_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

**5. ¿Cree que todas las noticias que aparecen en esta plataforma virtual son verdaderas?**

Si \_\_\_\_

No \_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

**6. ¿Cree que todas las noticias que aparecen en esta plataforma virtual son falsas?**

Si \_\_\_\_

No \_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

**7. ¿Cree que por la reproducción de noticias falsas cambien los pensamientos ideológicos de las personas?**

Si \_\_\_\_

No \_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

**8. ¿Estás de acuerdo que se penalicen a las personas que crean noticias falsas?**

Si \_\_\_\_

No \_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

**II. Encierre en un círculo la respuesta que crea conveniente.**

**1. ¿Qué tanto compartes noticias en tu Facebook a la semana?**

- a. Más de 5 notas**
- b. Una nota**
- c. Menos de tres notas**
- d. Ninguna nota**

**2. ¿Qué nivel de aceptación tiene una noticia para usted en esta red social?**

- a. Poca**
- b. Mucha**
- c. Nada**

**3. ¿Considera creíble una noticia por la cantidad de like y reproducciones que tiene?**

- a. Creíble**
- b. Poca creíble**
- c. Ninguna de las anteriores**

**4. ¿Cuáles noticias falsas cree que se virilizan con una mayor rapidez?**

- a. Políticas**
- b. Económicas**
- c. Sociales**
- d. Religiosas**

**5. ¿Para usted que noticias cree que se reproducen más?**

- a. Las noticias falsas**
- b. Las noticias verdaderas**



**c. Ambas**

**6. ¿Cuál cree que sea la intención de las personas que crean las noticias falsas?**

**a. Atraer seguidores**

**b. Ganar dinero**

**c. Crear conflicto social**

**d. Diversión.**

**e. Todas las anteriores**

**7. ¿Cómo cree que afectaría una noticia falsa a la sociedad?**

**a. Daños psicológicos**

**b. Actuar a la defensiva**

**c. Toca los sentimientos de las personas**

**d. Migración**

**e. Violencia**

**f. Controversia en la población**

**g. Todas las anteriores**

**8. ¿Usted ha tenido algún conflicto en su entorno a partir de los contenidos de las noticias falsas que comparte en la red social Facebook?**

**a. Pérdida de amigo**

**b. Conflicto familiar**

**c. Bloqueo de amigos en la red social**

**d. Denuncia de la cuenta en la red social**

III Marque con un  la respuesta que crea conveniente

<b>¿Cómo verifica usted si una cuenta es falsa en Facebook?</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
➤ <b>Verifica si la cuenta solamente tiene una foto de perfil y ninguna imagen más</b>		
➤ <b>Verifica la actividad de la cuenta es poca o nula</b>		
➤ <b>Verifica si solamente tiene contactos del sexo opuesto</b>		
➤ <b>Revisa si no aparece el grado académico, lugar de origen o fecha de cumpleaños</b>		
➤ <b>Buscan la foto de perfil en google.</b>		

<b>¿Qué procedimientos realiza para verificar si una noticia es falsa en Facebook?</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
➤ <b>Revisa si los contenidos suelen tener títulos llamativos</b>		
➤ <b>Verifica si la URL no es original o presenta cambios</b>		
➤ <b>Investiga la Fuente</b>		
➤ <b>Detecta si el formato es poco común, si presenta errores ortográficos</b>		
➤ <b>Investiga si las fotos son auténticas o manipuladas</b>		
➤ <b>Revisa las fechas de la noticia</b>		
➤ <b>Revisa las características de las notas</b>		

<b>➤ Consulta en otros medios periodísticos si aparece la misma noticia</b>		
<b>➤ Reflexionas sobre las noticias que ves y solo la compartes si has verificado la noticia.</b>		