



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA

UNAN - MANAGUA

**TESIS DE SEMINARIO DE GRADUACIÓN PARA OPTAR AL
TÍTULO DE LICENCIADO (A) EN COMUNICACIÓN PARA EL
DESARROLLO**

Tema:

Análisis de los efectos de las “fake news” o noticias falsas de la portada del diario LA PRENSA en formato digital, durante el periodo de agosto a septiembre del año 2020.

Tutor y Asesor Metodológico:

➤ **MSc. Milán Prado**

Autores:

- **Bra. Christian Guadalupe Flores Zeledón**
- **Br. Jorge Tadeo Rocha Castro**

Managua, Noviembre 2020.

¡A la libertad por la Universidad!

ÍNDICE

Dedicatoria y Agradecimiento.....	4
I. Introducción.....	5
II. Antecedentes	6
III. Justificación.....	8
IV. Planteamiento del Problema	9
V. Objetivos	11
Objetivo General:	11
Objetivos Específicos:	11
VI. Marco Teórico.....	12
VI.I FAKE NEWS O NOTICIAS FALSAS	12
VI.II PRENSA ESCRITA	16
VI.III PRENSA DIGITAL	23
VI.IV ANÁLISIS DE CONTENIDO.....	26
VI.V LA ERA POSVERDAD.....	28
VI.VI DIARIO LA PRENSA.....	31
VII. Diseño Metodológico	32
VIII. Análisis y discusión de resultados	35
IX. Conclusiones.....	54
X. Recomendaciones	55
XI. Glosario.....	56
XII. Listas de Referencias.....	59
ANEXOS	61
PROTOCOLO DE ENTREVISTA	61
PROTOCOLO DE ENTREVISTA	63

ENTREVISTA A WENDY JARQUÍN – BARRICADA	65
ENTREVISTA A OSCAR ORTIZ, DIRECTOR DE PRENSA TN8	71
ENTREVISTA A RAFAEL LECHADO- WEB Y REDES SOCIALES TN8.....	76

Dedicatoria y Agradecimiento

El presente trabajo investigativo lo dedicamos principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los sueños más deseados. A nuestros padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que somos. Ha sido el orgullo y el privilegio de ser sus hijas/os, son los mejores padres.

Gracias a todas las personas que fueron participes de este proceso, ya sea de manera directa o indirecta, de igual forma a los docentes que nos brindaron sus conocimientos y su apoyo para seguir adelante día a día durante nuestra formación profesional. Agradecemos especialmente a nuestro tutor y asesor metodológico el docente MSc. Milán Prado por habernos brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimiento científico, así como también habernos tenido la paciencia para guiarnos durante todo el desarrollo de este.

I. Introducción

La presente investigación tiene por objeto analizar los efectos y contenidos de las “fake news” o noticias falsas emitidas a través de la portada del diario LA PRENSA en formato digital, durante el periodo agosto a septiembre del año 2020.

Siempre han existido las noticias engañosas, pero a partir de la emergencia de Internet y de nuevas tecnologías de comunicación e información, las Fake News han proliferado a lo largo y ancho del planeta. Este término es utilizado para conceptualizar la divulgación de noticias falsas que provocan un peligroso círculo de desinformación. Las redes sociales permiten que los usuarios sean productores y consumidores de contenidos a la vez, y han facilitado la difusión de contenido engañoso, falso o fabricado. Así se genera un círculo vicioso, y una noticia falsa se replica miles de veces en cuestión de segundos.

Pero también hay algo a tener en cuenta y es que el flujo informativo en las redes sociales se actualiza constantemente no sólo por relevancia para el usuario sino también de acuerdo al alcance e interacciones que tiene el posteo, validando una noticia sólo por su nivel de difusión. Por otro lado, los distintos intereses políticos, partidarios, o simplemente una confusión se vuelven motivos para que de una manera más frecuente se viralice un contenido engañoso.

Las informaciones falsas han transformado el periodismo, ya que le plantean un serio desafío en la medida en que no siempre resulta evidente distinguir lo que hay en ellas de verdadero y falso. No obstante, los bulos e informaciones trucadas contribuyen al mismo tiempo a reforzar considerablemente el papel del periodismo.

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. El periodismo de calidad y el derecho de los ciudadanos a informarse debidamente están sufriendo el impacto de este fenómeno que se vuelve cada vez más peligroso.

II. Antecedentes

A nivel internacional el trabajo fin de grado realizado por Corbillón, 2018 titulado, “Estudio de la posverdad y las fake news en relación con la crisis Catalana del 1-0”, plantea que durante 2016 y 2017 dos términos han empezado a abrirse paso en la agenda mediática: la post verdad y las fake news. Este trabajo aborda el estudio de ambos fenómenos contextualizándolos en los hechos ocurridos durante el referéndum ilegal celebrado en Cataluña el 1 de octubre de 2017. Para ello nos ocupamos de recopilar y analizar las informaciones falsas difundidas, fundamentalmente a través de redes sociales, pero también en prensa y que han contribuido a generar un clima de desinformación en la opinión pública, tanto nacional como internacional con respecto a la crisis catalana. Para acometer este presente trabajo desarrollaremos una metodología cuantitativa y cualitativa que nos ayude a localizar e interpretar el carácter que han tenido las fake news distribuidas al respecto. Este tema está relacionado con la investigación que se está realizando ya que se observa cómo se genera la desinformación a través de las “fake news” a la población.

A nivel regional el escrito realizado por R. Juárez, C. Bravo y C. Palacios (2019) titulado, “Reporte sobre las campañas de desinformación, “noticias falsas (fake news)” y su impacto en el derecho a la libertad de expresión” surgió de la reflexión realizada respecto de la evolución de las tecnologías de la información y comunicación actuales, en donde gracias a ellas se han facilitado las vías de la comunicación y de acceso a la información tanto para los gobiernos y como para los ciudadanos. No obstante, en la época actual ha surgido la inquietud derivada del fenómeno de las campañas de desinformación, que ha venido transformando el ambiente entre los medios de comunicación y sus receptores. Entre las diferentes formas de campañas para la desinformación de la sociedad, han surgido las llamadas noticias falsas o “fake news” en redes sociales y medios digitales e impresos, que tienen como objetivo principal la desestabilidad de la democracia y el Estado de Derecho, así como la creación de desconfianza en los gobiernos y los mismos medios de comunicación. Lo anterior ha traído como consecuencia que en diferentes países se estén desarrollando mayores niveles de odio, discriminación y división de grupos de la sociedad.

A nivel local la Tesis de Seminario de Graduación realizada por A. Romero y D. Pérez 2017 titulada, “Análisis del contenido en la página del diario La Prensa” durante el mes de abril se seleccionaron dos artículos de opinión, cabe destacar que en la edición dominical seleccionada se abordan temas actuales de interés humano y en la sección de opinión los autores tienen libertad de pensamiento, aunque en su mayoría se centran en lo político. Debido a la necesidad de comprender con objetividad el entorno social, se tomó a bien realizar una investigación de tipo analítica, es decir, análisis del contenido, destacando que esta área de la comunicación se consideró ineludible por poseer un conjunto de técnicas cuya metodología tiene como objetivo principal, el interpretar los textos escritos, los cuales permiten abordar diversos aspectos de los fenómenos sociales de la vida moderna. El objetivo principal es analizar el contenido de la página de Opinión de la edición dominical, así como los recursos y elementos lingüísticos utilizados en los artículos de opinión seleccionados. Por otro lado, La Prensa a lo largo de su historia se ha caracterizado por poseer una línea editorial que está a la expectativa de cualquier acontecimiento político partidario de relevancia e interés social en nuestro país, para plantear su punto de vista acerca de determinada situación o tema.

A nivel local la monografía de T. Carvajal y J. Cabrera 2019 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.

III. Justificación

La presente investigación se enfocó en estudiar las “fakes news” o noticias falsas de la portada del diario LA PRENSA. Éste tema está relacionado con el periodismo informativo que debe ser una lucha constante para poder informar con objetividad, veracidad, moralidad, y transparencia. La desinformación puede cambiar los resultados electorales de un país, producir conflictos, alterar la bolsa y confundir al paciente con una enfermedad terminal.

Las noticias falsas, también conocidas como “fakes news”, representan parte significativa de uno de los problemas más complejos en el marco de la circulación de información en la sociedad. A pesar de no ser un fenómeno nuevo, su importancia y las posibles consecuencias sociales y políticas de su difusión por medios convencionales y alternativos han sido ampliamente discutidas. Los jóvenes son uno de los grupos más influenciados y expuestos a esta realidad: la desinformación; teniendo en cuenta la presencia excesiva de la tecnología de la comunicación en su día a día.

Se analizó cuál es el papel del periodismo, ya que siempre se ha definido como contrapoder y que en los últimos años ha sufrido una pérdida de credibilidad entre la población. Es una nueva oportunidad para recuperar el prestigio perdido con nuevos métodos de confrontación ante el inmenso círculo vicioso de la desinformación.

Es importante que la educación mediática pueda llegar a descifrar, lo que es real y lo que es falso. De igual manera, resaltar la importancia de contrastar las noticias con fuentes fidedignas.

Ésta investigación pretendió analizar a la sociedad nicaragüense sobre la percepción que deberán tener las “fakes news” o noticias falsas emitidas a diario en diferentes medios de comunicación convencionales y digitales, tomando en cuenta su punto de vista, educación y valores que nos proporcionará la información para analizar estas fakes news.

Es necesario realizar esta investigación para hacer frente a esta problemática, que la sociedad sepa cómo identificar las fakes news y la desinformación.

IV. Planteamiento del Problema

La problemática de las “fake news” o noticias falsas en los medios de comunicación ha ido en aumento en los últimos años por la cantidad de medios convencionales y digitales. En la presente investigación se abordó el desarrollo y el impacto que han tenido las noticias falsas en diferentes ámbitos de la sociedad actual y cómo han tenido que adaptarse a esta era de la información tras la aparición de las fake news o noticias falsas.

La situación planteada provoca la necesidad de una reestructuración en todas las etapas educativas con el fin de crear ciudadanos con una mente crítica y con capacidad de saber cuándo es una noticia falsa. De igual manera, en la coyuntura del tema de la investigación ha permitido y ha exigido un enfoque crítico del contexto que permite reflexionar sobre el presente y el futuro en el periodismo.

Actualmente, se cuenta con una gran cantidad de medios y soportes para saber la “última hora” de un hecho, vemos como estamos expuestos a una sobrecarga de información constante en donde circula con total libertad publicaciones falsas. LA PRENSA es un periódico nicaragüense de circulación diaria y edición matutina con aproximadamente 42 mil ejemplares diarios, fundado el 2 de marzo de 1926 con una ideología política conservadora dirigido primeramente por el doctor Pedro Joaquín Chamorro, pasando su cargo al poeta Pablo Antonio Cuadra. Está caracterizado por su línea editorial crítica y apoyo en temas como: Política Nacional, Democracia y Republica, Corrupción en los Poderes del Estado actual en Nicaragua, Fe, Religión y Economía Mundial.

A partir de la caracterización y delimitación ante puesto, se plantea la siguiente pregunta principal del presente estudio:

¿Cuáles son los efectos de las “fake news” o noticias falsas de la portada del diario LA PRENSA en formato digital, durante el periodo de agosto a septiembre del año 2020?

Además, se plantean las siguientes preguntas para sistematizar el fenómeno a investigar:

- 1. ¿Cuáles son los efectos negativos y amenazas al periodismo de las “Fake News” o noticias falsas de la portada del diario LA PRENSA en formato digital, durante el periodo de agosto a septiembre del año 2020?**
- 2. ¿Cuál es el impacto de las “Fake News” o noticias falsas de la portada del diario LA PRENSA en formato digital, durante el periodo de agosto a septiembre del año 2020?**
- 3. ¿Cómo es el abordaje periodístico de las noticias emitidas por el diario LA PRENSA en formato digital durante el periodo de agosto a septiembre del año 2020?**

V. Objetivos

Objetivo General:

- ✓ Analizar los efectos de las “fake news” o noticias falsas de la portada del diario LA PRENSA en formato digital, durante el periodo de agosto a septiembre del año 2020.

Objetivos Específicos:

- ✓ Identificar los efectos negativos y amenazas al periodismo de las “Fake News” o noticias falsas de la portada del diario LA PRENSA en formato digital, durante el periodo de agosto a septiembre del año 2020.
- ✓ Describir el impacto de las “Fake News” o noticias falsas de la portada del diario LA PRENSA en formato digital, durante el periodo de agosto a septiembre del año 2020.
- ✓ Valorar el abordaje periodístico de las noticias emitidas por el diario LA PRENSA en formato digital durante el periodo de agosto a septiembre del año 2020.

VI. Marco Teórico

VI.I FAKE NEWS O NOTICIAS FALSAS

Las fake news o noticias falsas siempre han existido, pero desde que surgió el internet se han multiplicado en todo el globo terráqueo provocando un círculo vicio y peligroso de la desinformación. Santander (2018) dice que, si bien la “fake news” fue elegida el 2017 como la palabra del año por el Diccionario Oxford, no se trata de un fenómeno enteramente nuevo. Por el contrario, podemos afirmar que las fake news o noticias falsas tienen elementos que son de continuidad y conocidos, así como características que son nuevas, o de discontinuidad. Para Vargas (2019) Las 'fake news' son noticias falseadas, es decir información creada como si fuese real con la intención de desinformar. El objetivo es manipular a las masas y difundir unos bulos específicos sobre temas trascendentales por diferentes portales de noticias: prensa, radio, televisión y redes sociales. Por definición, es un concepto que se centra en la creación de una mentira y la posterior difusión para lograr un engaño de masas con fines políticos o ideológicos.

Pero si este tipo de noticia es falsa ¿Por qué creemos que son verdaderas? Los distintos intereses políticos se convierten en motivaciones para que a diario las publicaciones de un contenido engañoso a través de los medios de comunicación convencionales o las plataformas digitales. El relator Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), Lanza (2017), describió claramente el fenómeno estableciendo que la desinformación y la propaganda afectan intensamente a la democracia, erosionan la credibilidad de los medios de comunicación tradicionales, interfieren con el derecho de las personas de buscar y recibir información de todo tipo, y pueden aumentar la hostilidad y odio en contra de ciertos grupos vulnerables de la sociedad.

La mayoría de los medios de comunicación creadores de “fake News” o noticias falsas son emitidas por medios de comunicación digitales falsos mejor conocidos como “fake media” que la mayoría está en la red social Facebook donde sus titulares son llamativos y su objetivo principal es que se viralice la noticia, muchas veces ya está descontextualizada, datos no

verificados, con información errónea o manipulada y no cuentan con la firma de autor de la nota para que sea verificada.

Aunque parezca algo de locos, pero existen tipos de “fake news” o noticias falsas para Stanley (2015) estas son las diferentes “Fake news”:

- **Sátira o parodia:** No pretende causar daño o engaño. Fuentes que usan humor, ironía, exageración, ridículo e información
- **Contenido engañoso:** Se trata del uso engañoso de la información para incriminar a alguien o algo.
- **Contenido impostor:** Es el tipo de información que suplanta fuentes genuinas. Las fuentes reales son reemplazadas.
- **Contenido fabricado:** Contenido nuevo que es predominantemente falso, diseñado especialmente para engañar y perjudicar.
- **Conexión falsa:** Cuando los titulares, imágenes o leyendas no confirman el contenido. Los titulares no están establecidos con precisión en el contenido de la noticia.
- **Contexto falso:** Cuando el contenido genuino se difunde con información de contexto falsa. ¿Qué tan difícil es identificar una “fake news” o noticias falsas? O ¿Cómo identificar las “fake news” o noticias falsas? Es el tipo de pregunta que se hacen las personas que ven, oyen o leen al momento de informarse en los medios de comunicaciones convencionales o digitales.

Hay que chequear las noticias que circulan en los medios de comunicación convencionales y las redes sociales. Con el objetivo de no caer en la trampa de las informaciones falsas, Stanley (2015) diseño seis formas para saber cuándo hay “fake news” o noticias falsas:

- Desconfiar de los títulos grandes y en mayúsculas: Este tipo de titulares están diseñados para apelar a la emotividad y generar interés en redes sociales, ya que resaltan más en las actualizaciones de las redes.
- Analizar la sección “Acercas de” o “About” del sitio: En los medios más confiables, esta parte de la página incluye datos importantes acerca del equipo, el financiamiento, la dirección donde funciona el medio, el contacto u otras características verificables.

En aquellos sitios creados específicamente para difundir contenido falso, esta sección generalmente no existe o está incompleta.

- Chequear los links y las citas: Es importante verificar las fuentes que tiene la noticia, si los vínculos que se indican como fuente no funcionan o redirigen a páginas que no están relacionadas con lo referido, el artículo ya es sospechoso y no debería compartirse. Para ello, buscar las citas mencionadas en Google u otro buscador, para verificar que efectivamente hayan sido declaraciones de las personas a quienes se les atribuye, puede ser una buena opción.
- Desconfiar de URL similares a sitios conocidos: En varias ocasiones, una estrategia de los sitios que difunden noticias falsas es utilizar un vínculo bastante similar a otros portales conocidos. Esto lo hacen para confundir al lector y que éste difunda datos falsos.
- Encontrar una fuente local y consultarla: Alguien que está en el lugar de los hechos puede proveer información crucial, y no se necesita ser parte de un medio con un corresponsal para poder hacer esto.
- Realizar una búsqueda inversa de imágenes: en muchas ocasiones, el contenido engañoso hace uso de fotos fuera de contexto o que no se corresponden con las originales. Con sólo buscar esas imágenes en Google, se puede fácilmente desestimar una información que es presentada como cierta.

Pero como podemos desmentir este tipo de información falsa Matzarlis (2015) propone seis consejos:

- a) No se debe hacer daño: Antes de comenzar a desacreditar, hay que asegurarse de que no se estén compartiendo rumores falsos.
- b) Utilizar búsquedas personalizadas: Si se quiere determinar la certeza de algo, empezar con una búsqueda personalizada en Google que sólo se base en fuentes en las cuales uno confíe. La filtración de una búsqueda te ayudará a encontrar la verdad más rápido.

- c) Comprobar la imagen: Si se usa Google Chrome, se puede arrastrar y soltar la foto en Google Images. De esta manera se comprobará si la imagen corresponde al hecho en cuestión.
- d) Se recomienda tener un motor de búsqueda humana: Es decir, ciertas personas con las que se pueda consultar para comprobar conclusiones. Los expertos a menudo están dispuestos a difundir la verdad.
- e) Encontrar a alguien local que pueda proveer el contexto crucial: Si no se conoce a ninguno, no sólo propaga falsificaciones, sino que también cuenta con opciones de geolocalización, que pueden ser útiles para encontrar testigos. A través de estos canales, se pueden confirmar detalles simples pero cruciales, que ayudan a corroborar cualquier evidencia que ya se haya encontrado.
- f) No esperar que se pueda alcanzar a todos: Se ha dicho que la desacreditación de las imágenes de los medios sociales es “un esfuerzo fútil y sin esperanza” similar a golpearse la cabeza contra una pared. La propagación de información falsa es un negocio real para algunos, y el verificador está luchando en una guerra desigual. Sin embargo, no es una causa perdida.

VI.II PRENSA ESCRITA

La prensa escrita es el conjunto de publicaciones impresas en papel que tienen como objetivo informar y entretener a la sociedad. Según EcuRED (2020) define la prensa escrita como un conjunto de publicaciones impresas en papel, de tirada diaria o periódica, destinadas primariamente a difundir información o noticias, en especial sobre la actualidad, pero también para entretenimiento. Esta periodicidad puede ser diaria (en cuyo caso suele llamarse diario, o más comúnmente periódico), semanal (semanario o revista), mensual (caso de muchas revistas especializadas) o anual (anuario).

La prensa diaria se distingue por la impresión en papel barato, al contrario de las revistas más ilustradas a color e impresas en mejor papel. Esta última forma de publicación ha experimentado una gran diversificación que le ha permitido resistir mejor a la competencia de los medios de comunicación electrónicos, como la televisión, la radio e Internet.

Es el conjunto de publicaciones impresas en papel, de tirada diaria o periódica, destinadas principalmente a difundir información o noticias. La prensa diaria se distingue justamente por su periodicidad de salidas, tal como la define etimológicamente el diccionario (“de todos los días”). Ya que los periódicos empezaron como registros de sucesos contemporáneos (journalles), esta profesión comenzó a llamarse journalism, que en el castellano se traduce por periodismo.

a. Periodismo Informativo

El periodismo es sin dudas una de las actividades más relevantes que ha desarrollado el ser humano ya que es a través del ejercicio del mismo que las comunidades pueden enterarse de sucesos o eventos relevantes y de interés común, es decir informarse acerca de lo que sucede en su país o en el resto del mundo. Según Moreno, (2000) expresa que el periodismo, como método de interpretación de la realidad social, si sirve de géneros periodísticos que cumplen diferentes funciones para responder a las necesidades sociales. Dentro de las necesidades informativas de los receptores de un medio, la función de la noticia puede distinguirse perfectamente de la del reportaje, la crónica o de la de todos los géneros de opinión. Los géneros periodísticos son géneros que reflejan el acontecer de un suceso y su interpretación,

es decir, la información correspondiente y su comentario o valoración por parte del periodista, (pág. 170).

b. Géneros Periodísticos

La profesión periodística desde sus inicios ha contado con un amplio alcance sobre las masas, generando cambios de tipo políticos sociales dentro de diferentes escenarios históricos bajo los cuales ha desempeñado una labor importante ante los acontecimientos que ha determinado el contexto histórico en momento y lugar de la historia humana. El periodismo considerado también como arte, conlleva a un entrecruce de rasgos, es decir, a un verdadero caos de tipologías que incluye denominaciones ambiguas e inciertas que en la mayoría de los casos, esas mismas razones resultan ser incoherentes, Vivaldi (1998) se refiere a los géneros periodísticos como maniobras de comunicación escrita y oral que incluyen, artículos de opinión, columnas periodísticas y editoriales, mismas que cuentan con un espacio específico y propio en el periódico que se escriba.

Estas tres herramientas periodísticas constituyen la diversidad del planteamiento personal de quienes lo escriben, necesario para puntualizar, describir y narrar hechos o fenómenos sociales de actualidad a través del periódico en que se publica (Vivaldi, 1998). La Prensa menciona basándose en el Manual de Estilo y Código de Ética, que: “los géneros periodísticos de opinión responden el estilo de su propio autor y no pueden ser retocados, con excepción de ajustes o errores fragantes” (2005, pág. 79), por otro lado, cabe mencionar que el criterio radica en que en el texto debe ser respetada al máximo la voluntad del autor.

Los géneros periodísticos son formas literarias que se emplean para contar la actualidad en un periódico. Dependiendo de la posición que tome el narrador o emisor del mensaje, pueden distinguirse por su carácter informativo, interpretativo o híbrido de ambos, como aquellas modalidades de la creación literaria concebidas como vehículos aptos para realizar una estricta información de actualidad y que están destinadas a canalizarse a través de la prensa escrita (Martínez, 1974). Tal como los entendemos actualmente, los géneros periodísticos son el resultado de un proceso histórico ligado a la propia evolución del concepto de periodismo.

❖ **El Editorial**

Este no va firmado por ninguna persona, pero es la representación de la opinión del periódico como institución abriendo paso a que los lectores conozcan la visión y misión del Diario, también su opinión con respecto a los acontecimientos del entorno social, en otras palabras, funge como juez ante hechos de interés público. El Editorial es uno de los diversos escritos periodísticos, pero a diferencia de los demás géneros este representa la opinión de la institución frente a un acontecimiento social que puede ser a su vez debatido, el editorial se encarga de la tarea de enjuiciar menara directa los hechos cuyo interés es público, además este género suele ser subjetivo, si bien describe con luminosidad la posición política e ideológica de los periódicos, de forma individual y también de las periodísticas (Leñero, 1986) .

❖ **El Artículo de Opinión**

El artículo de opinión, como todo texto argumentativo, busca persuadir sobre el destinatario, es decir, ejercer influencia en los lectores, lo expresa así, el fin de una argumentación no es deducir las consecuencias de ciertas de premisas sino de producir o acrecentar la adhesión de un auditorio a las que sé que se presenta a su asentamiento (Perelman, 1997). En él se ofrecen valoraciones, opiniones y análisis sobre diversas noticias. El artículo va firmado y representa la opinión particular de su autor, su resulta totalmente libre, a voluntad del articulista. Solo en algunos medios ocupa un lugar destacado y preferente. Aunque puede aparecer en todas las variedades discursivas: narración, descripción, exposición y argumentación.

En un mundo moderno y progresista como el de hoy, los usuarios del lenguaje encuentran que la relevancia se mueve en dependencia del modelo contextual que se use en la situación comunicativa. Son los aspectos lingüísticos, lo característico del artículo es la combinación de un estilo divulgativo, esto es meramente propio del estilo periodístico esto en secuencia de las diferentes tipologías textuales, especialmente lo literario.

❖ **La Columna**

Vicente Leñero se menciona al respecto a la columna y la define como: el texto que aparece en lugar y con periodicidad fijo, con título general y permanente, que informa brevemente acerca de varios hechos de interés público, o al que con las mismas características de

presentación informa y comenta uno o varios acontecimientos se le denomina columna (Leñero, 1986).

El término columna, se utiliza para referirse a un artículo de opinión de un periodista, este va firmado, y se encarga en escribir dicha columna, de allí el término columnista, la columna parte de los géneros periodísticos y esta permite expresar un punto de vista particular sobre un tema específico. La columna, es una especie de recuadro con una firma al final, pero también es un artículo razonador, orientador, analítico, según las cosas con una finalidad idéntica a la del editorial la diferencia que existe entre el editorial es que la columna si va firmada y todo lo que este escrita en ella será exclusivamente del autor que escriba dicha nota (Vivaldi, 1998). La columna de prensa escrita es firmada y se renueva cada cierto tiempo eso en dependencia del lugar en que publique, este ofrece un punto de vista sobre un fenómeno o hecho social actual reflejado en el escrito mismo, esta puede aparecer a diario, semanal o bien mensual.

El nacimiento de la columna está relacionado con la progresiva despersonalización del periódico y el editorial, con su paso del punto de vista de la primera persona singular a la primera persona del plural, es decir, del ‘yo’ del director y redactor al “nosotros” del colectivo de la redacción o la empresa entera y con la diferenciación de los distintos textos que componen el periódico. La columna, es un género en un principio análogo al editorial, surge cuando éste pierde su carácter personal, y se define precisamente por ser un texto firmado por una persona, como antes el editorial, una expresión de una visión del mundo muy personal, una voz individual. (Grohmann, 2006).

El columnista debe reunir características, tales como: un dominio virtuoso del lenguaje, que materializa en un estilo propio, y una capacidad para ofrecer una perspectiva única y diferente sobre hechos conocidos que pertenecen a la actualidad. El grado de complicidad que el columnista adquiere con sus lectores es muy elevado.

Los géneros periodísticos serían como una red que el colectivo profesional de los periodistas lanza sobre eso que llamamos el mundo, para racionalizarlo y explicarlo, y la teoría y sus categorías -la de que existen los géneros periodísticos, y la de que son éstos, y no cualesquiera otros-, expresarían ese esfuerzo para conseguir que la malla sea cada vez más fina.

La distinción entre los diferentes tipos de géneros es una convención social que la realidad no nos ofrece un editorial, una noticia, una crónica o un reportaje. La realidad es más modesta y se limita a estar ahí. Lo demás -la noticia, el reportaje, el editorial y la crónica- lo pone el medio para recoger la complejidad de lo que acontece y exponerlo a los receptores. Los géneros periodísticos producen orden y concierto en el material informativo, y avalan la legalidad de la comunicación.

Los géneros periodísticos son textos en los que se abordan informaciones u opiniones, según el objetivo del autor. Surgieron como una forma de organizar la información en la prensa escrita, hoy en día muchas de estos formatos se siguen utilizando en medios informativos digitales, en algunos casos combinadas con las múltiples opciones narrativas que la tecnología ofrece (video, infografías, audios, gifs, etc.). Moreno afirma (2000) afirma que “los géneros periodísticos son el resultado de una lenta evolución histórica ligada a la evolución del mismo concepto de lo que se entiende por periodismo. A lo largo de la historia del periodismo cada uno de los géneros no ha tenido la importancia que en la actualidad nosotros le damos. La aparición histórica de los géneros periodísticos está estrechamente relacionada con las distintas etapas del periodismo en cuanto un hecho cultural” (p.171).

La información en prensa escrita ha quedado en las últimas décadas desbordada por la instantaneidad que hoy en día ofrecen los medios digitales que aportan rapidez de transmisión. Si el éxito de la comunicación se basara exclusivamente en la rapidez de la transmisión de noticias, la prensa escrita ya sería del pasado. Pero los periódicos ofrecen una serie de ventajas de importancia sobre los medios audiovisuales, como la interpretación de los hechos y la explicación de las causas, antecedentes y consecuencias que puedan derivarse de dicho acontecimiento.

c. Tipos de Periódicos

El periódico es una publicación impresa o digital que presenta, en orden cronológico o temático, las noticias, opiniones o anuncios sobre los hechos más importantes ocurridos en un lugar durante un periodo de tiempo determinado. En este sentido, puede ser de alcance nacional, regional o local. Según EcuRED (2020) plantea que existen varios tipos de periódicos dependiendo de los objetivos que se persigan: carácter de las noticias, ámbito de difusión, hora de salida a la calle.

- ✓ **Prensa diaria:** recoge la actualidad más urgente. Puede difundir hechos de distinta naturaleza o integrar a lectores diferentes; por ello, la podemos clasificar en varios tipos:
 - A. Diarios nacionales: están dirigidos a un gran público. Recoge noticias de carácter nacional e internacional.
 - B. Diarios locales: ofrece información de la actualidad del entorno más cercano (población determinada).
 - C. Diarios de mañana: son los que se ponen a la venta por la mañana. Su contenido informativo es amplio y general.
 - D. Diarios de tarde: se ponen a la venta por la tarde y recogen las noticias de última hora (generalmente, el de la tarde complementa el diario de mañana).
- ✓ **Prensa Periódica:** se les llama así a las revistas que aparecen semanalmente, quincenal o mensualmente. También pueden ser trimestrales o anuales.

Se pueden agrupar de la siguiente manera:

- Semanarios de información general.
- Revistas actualizadas.
- Periódicas culturales.
- Publicaciones técnicas.

Clasificación

Existe una clasificación de los periódicos en función de sus contenidos, entre ellos tenemos:

- Diarios de información general: contiene noticias de la información en general independientemente del tema.
- Diarios especializados: son periódicos que se dedican a informar sobre un área temática concreta y específica (diarios científicos, deportivos, de sucesos).

1.4 Características de Periódicos

Los periódicos están divididos en secciones. Una sección es para deportes, otra para espectáculos, una para economía, otra de opinión, y la sección más grande es la de información general. Los acontecimientos más importantes se ponen siempre en la primera plana.

Cada nota lleva un titular o cabeza. Las notas principales llevan los titulares más grandes. Poner cabeza a las notas es un trabajo muy especializado. Parece fácil, pero requiere de ciertas habilidades particulares que no todos tenemos. Las fotografías se revelan en un departamento especial, que cuenta con un cuarto oscuro. Ahí los rollos de los fotógrafos se meten en químicos para revelarlos.

La mesa de redacción se reúne todas las noches para escoger la información que va en cada página. Con las indicaciones de la mesa de redacción, la información pasa al departamento de diseño.

En diseño se forma el periódico, es decir, se construye cada hoja del diario, de acuerdo con una diagramación determinada. Esto se hace en la noche, cuando termina la mesa de redacción. Las hojas del periódico se mandan al departamento de fotomecánica, donde cada hoja enviada por el área de diseño, se transporta en placas de metal. Estas placas se montan en la prensa, máquina con que se imprime el periódico. Esto sucede después de la medianoche, y en ocasiones en la madrugada. Lo que escriben los reporteros durante el día se imprime en la noche. Cuando el periódico sale de la máquina, ya va cortado y doblado; está listo antes del amanecer, tal como se observa en los puestos, (EcuRED, 2020).

VI.III PRENSA DIGITAL

En el nuevo mundo las tecnologías se han venido transformando la vida del hombre, la nueva forma de informarse del hombre es a través de las plataformas digitales, los medios convencionales no se han rendido ante esta nueva alternativa es por eso que se han unido a su enemigo vemos como la radios, televisoras y medios escritos inmersos en la web. Para Abadal, Guallar (2010). La prensa digital es el medio de comunicación social que distribuye información periodística en formato digital, usualmente mediante Internet, aunque no exclusivamente, que puede haber sido elaborada expresamente o no para el soporte digital y que se caracteriza por la interactividad, hipertextualidad, multimedialidad, actualización permanente, personalización y memoria o documentación.

3.1 Características de la prensa digital

Este tipo de formato presenta ciertas características que le dan ventajas sobre el modelo convencional de la prensa escrita para facilitar la creación de un nuevo tipo de medio de comunicación.

Internet supera completamente esta situación gracias a la Web 2.0 se puede interactuar entre el emisor y el lector, en el cual el lector o el receptor pueden dar diversidad de opciones de participación, comentarios y elaboración de contenidos propios (Et.al 2010, p.41), dice que “En un sentido amplio, se refiere a la posibilidad de que los usuarios puedan actuar, relacionarse o comunicarse con el medio. Se pueden establecer estadios o niveles de mayor intensidad, el desarrollo máximo de la interactividad tendría que permitir que un usuario tuviera instrumentos para poder modificar la forma y el contenido de un entorno en tiempo real.”

3.2 Multimedialidad

La evolución de la prensa digital consiste en integrar ciertos elementos en un mismo escrito (Et.al 2010, p.42), se refiere a la “utilización conjunta de las formas básicas de información, es decir, texto, sonido, imagen fija y animada, en un mismo entorno y de manera yuxtapuesta o integrada.” Esto vino a romper las formas básicas utilizadas por los medios convencionales ya que cada medio utiliza su propia forma de emitir la noticia.

3.3 Primicia de la información

La periodicidad (diarios, semanarios, revistas mensuales, etcétera) ha sido tradicionalmente la llegada de la información que transmiten los medios convencionales. El internet vino a superar completamente esta situación ya que se obtiene la información en un segundo, la actualización constante hace que la sociedad se mantenga informada.

3.4 Estructura y diseño

A diferencia de los medios convencionales este formato es a imaginación del creador los cuales disponen del control de la tipografía y colores para la atracción de los públicos. Los contenidos de la prensa digital son las portadas, el inicio de secciones y finalmente, la noticia. Además, hay contenidos interactivos donde el lector puede dejar sus comentarios

3.5 Portada

Por lo general están las noticias de interés Abadal, Guallar (2010, p. 54) dice que “La portada es el equivalente de la página de inicio (home) de una sede web e incluye las noticias destacadas. La principal característica es su considerable extensión: se trata de páginas con muchos contenidos que necesitan un amplio movimiento de desplazamiento del cursor para ser leídas en su totalidad. Esta sobrecarga de contenidos a veces puede dificultar la jerarquía informativa.”

Las noticias que se encuentran en esta suelen reflejar acontecimientos más relevantes, donde se contextualiza la noticia y por lo general con una foto **donde** se atrae la atención de los lectores para el consumo del diario.

3.6 Inicio de secciones

Esta sección es el ante sala a la noticia, menciona que “Las páginas de inicio de las secciones dan mucho más juego que las homólogas impresas, dado que se puede funcionar como si fueran una nueva portada. También desempeñan un papel importante en el proceso de jerarquización y ordenación de las noticias (Et.al. 2010, p.56).” Su estructura es parecida a la portada, antes descrita, pero especializada en un ámbito temático concreto.

3.7 Noticias

Es el relato de un acontecimiento, que despierta el interés al lector. Donde el creador de esta tiene la responsabilidad de relatar con la mayor objetividad y veracidad posible cómo se ha producido ese acontecimiento., aporta que “el último nivel nos lleva directamente a las piezas elementales de los contenidos de información de prensa” (Et.al. 2010, p.56).

VI.IV ANÁLISIS DE CONTENIDO

Análisis de contenido es la técnica que permite investigar el contenido de las comunicaciones mediante la clasificación en categorías de los elementos o contenidos manifiestos de dicha comunicación o mensaje. Una definición aceptada de análisis de contenido pese a su generalidad, es la de Berelson, pues él lo define como: el análisis de contenido es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación (Berelson, 1952). Otra definición conocida es la de Ole Holsti, cualquier técnica de investigación que sirva para hacer inferencias mediante la identificación sistemática y objetiva de características específicas dentro de un texto (Holsti, 1969).

El análisis de contenido es un método que busca determinar la significación de un mensaje, a través de la clasificación o codificación de ciertos elementos del texto o discurso estudiado. En su modalidad cualitativa, permite verificar la presencia de temas, de conceptos o palabras dentro de un contenido. Analizar los discursos que circulan en la sociedad se ha constituido en un objetivo importante y en una clara tendencia de las Ciencias Sociales y Humanas. Ello tiene mucho que ver con la valoración epistémica del lenguaje y la importancia teórico metodológica que han adquirido los estudios del discurso.

El análisis crítico del discurso es un tipo de investigación analítica sobre el discurso que estudia primeramente el modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos, y ocasionalmente combatidos, por los textos y el habla en el contexto social y político. Análisis crítico del discurso, con tan peculiar investigación, toma explícitamente partido, y espera contribuir de manera efectiva a la resistencia contra las desigualdades sociales (Van Dijk, 1999) Sin embargo, Zecchetto (2002) afirma: que el análisis del discurso, son las condiciones sociales de producción, es decir, los procesos y prácticas que dan lugar a los temas, los mensajes, a su difusión y a los modos de recepción.

Análisis de discurso, como la versión mejora o bien la evolución, posee la noción de contexto, que son las condiciones sociales de producción, procesos y prácticas que dan lugar a los temas, a los mensajes, a su difusión y a los variados modos de recepción. Por otro lado, el contexto es la manera concreta en que se colocan los discursos en la sociedad, en donde se generan y luego circulan, además define el perfil que asumen los discursos y su forma de

conexión con la realidad social. En la actualidad existen diversas formas de análisis de discursos, sin embargo, siempre se recurre a las condiciones de contextualización de los discursos. Zecchetto también la destaca como: la ciencia interdisciplinaria que abarca no solo las creaciones lingüísticas y literarias sino todos los productos culturales, especialmente los audiovisuales de los medios masivos (Zecchetto, 2002).

VI.V LA ERA POSVERDAD

La Posverdad es la alteración intencionada de una realidad en la que los hechos tienen menos influencia a las creencias personales, con el objetivo de establecer y formar a la sociedad e influir en las actitudes sociales. El Diccionario de la Real Academia Española (RAE) define el término de la posverdad como “Distorsión deliberada de una realidad, que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales”. El Diccionario de Oxford consideró la posverdad como la “palabra del año” y es definida como “Actitud de resistencia emocional ante hechos y pruebas objetivas”. Jandrić (2018) la posverdad es “un concepto social de gran alcance, que amenaza los conceptos tradicionales de conocimiento, toma de decisiones y política”, y la define como “una compleja mezcla de datos, información, conocimiento y sabiduría; verdad y engaño; hecho y emoción; razón e instinto”, que ha establecido relaciones cada vez más complejas en la era digital.

Este término está teniendo más auge dentro de la sociedad, por el uso mundial de las redes sociales como método para consumir y compartir fake news o noticias falsas que están manipuladas con una clara intención política, social o económica. Keyes (2004), popularizó el término posverdad al afirmar en su obra que “vivimos en una era posverdad” en la cual la “posveracidad” existe en una zona de crepúsculo ético y nos permite disimular sin llegar a considerarnos personas deshonestas. Los avances tecnológicos que ha tenido la comunicación han creado que las mentiras o engaños crezcan exponencialmente ante los ojos de la humanidad.

Es importante saber cuáles son las características de la posverdad por eso Álvarez (2019, p.1) las define:

- **Dependencia del contexto**

La posverdad es dependiente del contexto en un doble sentido: por una parte, la posverdad influye en el contexto, y, por otra parte, la posverdad es influida por el contexto.

- **Asociación con múltiples narrativas**

La posverdad no es propia de un determinado tipo de narrativa, sino que opera a través de múltiples narrativas asociadas tanto a los diferentes contextos en los que transcurre la acción, como a los diferentes estados mentales de las personas implicadas en cada escenario.

- **Relación específica entre contextos y narrativas**

Tanto entre los diferentes contextos y estados mentales de las personas implicadas en las operaciones posverdad, como entre las diferentes narrativas que pueden asociarse a dichos contextos y estados mentales, se produce un conjunto de relaciones complejas las cuales comparten una particularidad específica que resulta clave para poder comprender el fenómeno de la posverdad: Y es que dichas relaciones establecidas entre los diferentes contextos y narrativas provocan reacciones en el escenario de la acción que desdeñan la verdad y que no tienen en cuenta los argumentos basados en hechos objetivos.

- **Multiplicación de la Verdad**

Vivimos en un mundo en el que la verdad se ha atomizado. La multiplicación de la verdad que impregna las diversas narrativas y contextos permite disponer de diferentes versiones de la realidad que corresponden a verdades distintas que encajan de forma diversa en la propia red personal de creencias y emociones. La verdad se ha multiplicado y no compite contra la mentira, sino contra otras verdades. El autor distingue algunas de las causas que nos han llevado a esta situación, tales como:

- Consolidación de la filosofía postmoderna a mediados del siglo XX.
- Proliferación de datos y verdades científicas contradictorias.
- Aumento del número de periódicos y de canales de televisión.
- Efecto distorsionador de los nuevos medios de comunicación y de las redes sociales.

- **Multiplicación de la Mentira**

La posverdad también se relaciona con la mentira, la falsedad, el engaño, y el autoengaño. Los diferentes contextos y narrativas también se han visto tremendamente afectados por el aumento cada vez mayor de la mendacidad que se viene produciendo desde mediados del siglo pasado de la mano de los profundos avances tecnológicos, los cuales han propiciado, y siguen propiciando, nuevas posibilidades y formas de mentira y engaño. Según Rubio, “la mendacidad política creció en frecuencia y complejidad impulsada por la difusión del sufragio universal, la opinión pública y los medios de comunicación”.

VI.VI DIARIO LA PRENSA

El diario La Prensa es periódico más antiguo de circulación nacional según Chamorro (1976) LA PRENSA fue fundada el 2 de marzo de 1926 por los señores Gabry Rivas, Enrique Belli y Pedro Belli, quienes suscribieron una sociedad anónima llamada Compañía talleres gráficos LA PRENSA, con un capital de C\$5,000.00 que según rezaba la escritura de constitución autorizada por el doctor Ramón Castillo, “es el valor de la maquinaria que actualmente existe”. En el año de 1928, don Enrique Belli vendió sus derechos en la compañía a don Adolfo Díaz, el cual dos meses más tarde se los vendió a don Ernesto Solórzano Díaz, quien también compró la parte de don Gabry Rivas. El año de 1929 don Pedro Belli quedó como único dueño de la compañía, por compra que hizo a don Ernesto Solórzano Díaz y más tarde vendió a don Adolfo Ortega Díaz la mitad de sus acciones.

Este diario nacional se distribuye en por todo el país según Álvarez (2017) LA PRENSA se distribuye a través de 49 agencias locales en la ciudad de Managua y 147 departamentales que cubren todo el territorio nacional Bajo la dirección y gerencia en la empresa funcionan ahora los departamentos siguientes: redacción, contabilidad, promoción y ventas, taller de armada, composición tipográfica, electrónica, fotocomposición, rotativa y circulación. Este diario tiene una tendencia opositores al gobierno actual y están en su derecho hacer crítica hacia el gobierno en turno. Capelán (2009) dice que la libre confrontación de los argumentos y las ideas es relegada a segundo plano y en su lugar se recurre a la creación de estados de ánimo entre la población por encima de cualquier racionalidad argumentativa y utilizando sofisticadas técnicas, estamos ante una situación de manipulación psicológica de graves efectos para la sociedad y sus instituciones.

Los medios deben de mantener una postura neutra (Et.al 2009), dice que Los “hechos” son siempre objeto de contienda en una sociedad marcada por contradicciones antagónicas. El debate sobre la autenticidad de las fuentes, la veracidad de las informaciones, etcétera, son parte consustancial al debate democrático. Así mismo el periodista, por su condición misma de actor que independientemente de su voluntad tiene una posición más o menos definida en el sistema de contradicciones sociales, no puede dejar de ser influenciado por sus concepciones en la interpretación de estos hechos.

VII. Diseño Metodológico

Tipo de estudio

La presente investigación es de estudio descriptivo, de acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2014) los estudios descriptivos se buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. El diseño de esta investigación es no experimental y de carácter observacional dice que un estudio no experimental no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes; ya que se planteara en la investigación lo que se pueda percibir. Los estudios descriptivos sirven para analizar como es y se manifiesta un fenómeno y sus componentes (Et.al 1996, p.71), ya que se pretende conocer los efectos negativos de la fake news o noticias falsas. El estudio es trasversal según Sánchez (2011) quien define como el diseño de una investigación observacional, individual, que mide una o más características se recolecta en el presente y, en ocasiones, a partir de características pasadas, de conductas o experiencias de los individuos y finalmente según la recogida de datos e información es retrospectivo por su período y su secuencia.

Unidad de estudio

Los efectos negativos de la “fake news” o noticias falsas de la portada del diario LA PRENSA en su formato digital, durante el periodo de agosto a septiembre del año 2020.

Universo y muestra

El universo según Pérez (2013) es la totalidad de individuos o elementos en los cuales puede presentarse determinada característica susceptible a ser estudiada. Es por eso que el universo de la investigación fueron los titulares de las fake news o noticias falsas emitidas en la portada del diario LA PRENSA en su formato digital, durante el periodo de agosto a septiembre del año 2020, de las cuales se tomó una muestra por conveniencia por poseer las mismas características (noticias) y se realizó un análisis de contenido por el actual contexto de la crisis sanitaria que vivimos del Covid-19 se aplicaron 3 entrevistas dirigidas a especialistas de diferentes medios de comunicación de nuestro país.

Métodos y Técnicas

Para llevar a cabo esta investigación metodológica se utilizó un modelo de investigación a través del análisis de contenido de las “fake news” o noticias falsas en la portada del diario la prensa. El análisis de contenido guarda cierta relación con los procedimientos de análisis de lenguaje que se utilizan en diversas disciplinas científicas o diferentes medios de comunicación. Sólo puede entenderse de una forma completa si lo situamos en el contexto de un diseño de investigación, ya que implica la verificación de hipótesis, hacer inferencias sobre las características del texto, las causas o antecedentes del mensaje y los efectos de la comunicación (Pérez Serrano, 1984). Esta técnica centra su búsqueda en los vocablos u otros símbolos que configuran el contenido de las comunicaciones y se sitúan dentro de la lógica de la comunicación interhumana.

Toda comunicación, es decir, todo transporte de información y/o significación de un emisor a un receptor, controlado o no por aquél, debería poder ser descrito y descifrado por las técnicas de análisis de contenido (Bardin, 1986). El análisis de contenido se sitúa en el ámbito de la investigación descriptiva, pretende, sobre todo, descubrir los componentes básicos de un fenómeno determinado extrayéndolos de un contenido dado a través de un proceso que se caracteriza por el intento de rigor de medición. Una vez que se ha perfilado la panorámica general que presenta el análisis de contenido conviene subrayar que es la técnica más elaborada y la que goza de mayor prestigio científico en el campo de la observación documental.

Fue necesario determinar el método de recolección de datos y tipo de instrumento que se utilizó en la investigación. La técnica que se aplicó fue la entrevista, porque esta permitió a través de la experiencia, discusión y opinión, conocer cómo piensan los participantes respecto al tema determinado. A esta etapa se le brindó importancia debida, pues la elaboración de un buen instrumento determinó en gran medida la calidad de la información.

Plan de elaboración de matrices de análisis de contenido

A partir de la información y datos recolectados en el proceso de la investigación, se diseñaron bases para respaldar los datos obtenidos, utilizando el Microsoft Word para Windows, prosiguiendo a la verificación de los datos e información recolectados y a los análisis de

resultados. Según Pérez (2013) este proceso consiste en determinar qué resultados de las variables se presentaron y qué relación entre las variables se necesita a fin de dar respuesta al problema planteado

Herramientas

En el proceso de la investigación se utilizaron diferentes tipos de herramientas para lograr una mejor eficacia, ejecución y procesamiento de la información. Todo esto para recoger datos de manera ordenada dentro del proceso de gestión de la información, tales como:

- Libreta
- Lápiz
- Cuadernos
- Teléfono inteligente con la aplicación Grabadora de Voz
- Teléfono inteligente con la aplicación de Mensajería Instantánea WhatsApp Messenger
- Computadoras (con todos los programas de Microsoft Office)

VIII. Análisis y discusión de resultados

El análisis de contenido guarda cierta relación con los procedimientos de análisis de lenguaje que se utilizan en diversas disciplinas científicas. Sólo puede entenderse de una forma completa si lo situamos en el contexto de un diseño de investigación, ya que implica la verificación de hipótesis, hacer inferencias sobre las características del texto, las causas o antecedentes del mensaje y los efectos de la comunicación (Pérez Serrano, 1984).

Esta técnica se constituye en un instrumento de respuesta a esa curiosidad natural del hombre por descubrir la estructura interna de la información, bien en su composición, en su forma de organización o estructura, bien en su dinámica. Esta técnica centra su búsqueda en los vocablos u otros símbolos que configuran el contenido de las comunicaciones y se sitúan dentro de la lógica de la comunicación interhumana. El análisis de contenido guarda cierta relación con los procedimientos de análisis de lenguaje que se utilizan en diversas disciplinas científicas.

Fecha	Mes	Día	Número de Páginas	Titular	Tipo y color de fuente	Numero de noticias
20	Agosto	Jueves	16	Revelan impacto del Covid	Minúscula-negrita.	6
21	Agosto	Viernes	16	Indígenas del Caribe en SOS	Minúscula-negrita.	6
22	Agosto	Sábado	16	Pronostican fin de semana lluvioso	Minúscula-negrita.	6
23	Agosto	Domingo	NO PUBLICARON PORTADA			
24	Agosto	Lunes	NO PUBLICARON PORTADA			
25	Agosto	Martes	16	Van diez muertes asociadas a lluvias	Minúscula-negrita.	6
26	Agosto	Miércoles	16	Cisma en la OEA por Paulo Abrao	Minúscula-negrita.	6
27	Agosto	Jueves	16	Estragos en el Caribe por lluvias	Minúscula-negrita.	6

28	Agosto	Viernes	16	Alarma por ola de asaltos a empresas	Minúscula-negrita.	6
29	Agosto	Sábado	NO PUBLICARON PORTADA			
30	Agosto	Domingo	24	ATAQUE AL PERIODISMO Régimen expulso de hospitales a 31 médicos en dos meses	Mayúscula-amarillo. Minúscula-negrita.	6
31	Agosto	Lunes	16	Régimen calculaba millones de contagios	Minúscula-negrita.	5
01	Septiembre	Martes	16	Ortega saca a más de 22 mil reos comunes	Minúscula-negrita.	5
02	Septiembre	Miércoles	16	Nicaragua sigue sin vuelos comerciales	Minúscula-negrita.	6
03	Septiembre	Jueves	16	Ejército preocupado por el Covid-19	Minúscula-negrita.	6
04	Septiembre	Viernes	16	Alma persigue a más de 200 empresas	Minúscula-negrita.	5
05	Septiembre	Sábado	24	COMISIONADOS DE LA REPRESIÓN PREMIADOS -Lluvia afecta zonas de Managua	Mayúscula-negrita. Minúscula-rojo.	6
06	Septiembre	Domingo	24	GOLPE A SU SALUD MENTAL Cacería contra 100% Noticias	Mayúscula-amarillo. Minúscula-negrita.	6
07	Septiembre	Lunes	16	Desfiles pretenden vender idea de “pospandemia”	Minúscula-negrita.	5

08	Septiembre	Martes	16	Cosep con decisivo proceso electoral	Minúscula-negrita.	5
09	Septiembre	Miércoles	16	Cámaras a Healy: ordenar la casa	Minúscula-negrita.	5
10	Septiembre	Jueves	16	Ortega asciende a represores	Minúscula-negrita.	6
11	Septiembre	Viernes	16	Régimen manosea fondos cafetaleros	Minúscula-negrita.	5
12	Septiembre	Sábado	24	ENFERMOS Y SIN MÉDICOS EN WASPAM PO no quiso recibir denuncia de CPDH	Mayúscula-negrita. Minúscula-negrita.	6
13	Septiembre	Domingo	NO PUBLICARON PORTADA			
14	Septiembre	Lunes	NO PUBLICARON PORTADA			
15	Septiembre	Martes	NO PUBLICARON PORTADA			
16	Septiembre	Miércoles	16	Dictador busca cárcel perpetua para opositores	Minúscula-negrita.	6
17	Septiembre	Jueves	16	Economía pierde US\$ 284 millones	Minúscula-negrita.	5
18	Septiembre	Viernes	16	Crisis sigue golpeando al turismo	Minúscula-negrita.	5
19	Septiembre	Sábado	24	LLEGA HOY PRIMER VUELO COMERCIAL	Mayúscula-negrita.	5
20	Septiembre	Domingo	24	LA MATANZA DE LAS NIÑAS	Mayúscula-rojo.	6

Tabla #1. Portadas emitidas por el diario La Prensa durante los meses de agosto y septiembre del año 2020

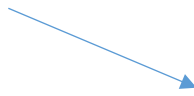


Imagen No.1: portada del diario LA PRENSA

Titular	Revelan impacto del Covid.
Tipo de Titular	Sensacionalista
Forma de redacción del titular	Afirmativa
Tipo de noticia	Salud
Credibilidad de la noticia	Engañosa
Fuente	Anonymous, Álvaro Ramírez, epidemiólogo colaborador de la Unidad Nacional Azul y Blanco (UNAB)
Imagen	Imagen del grafico del registro de los casos del Covid-19 en Nicaragua.

Tabla #2. Análisis de notas

En la tabla No.2 se observa que la noticia emitida por el diario La Prensa tiene un contenido engañoso para Staley (2015) el contenido engañoso se trata de la información para incriminar a alguien o algo y una fuente no confiable. En este caso, La Prensa trata de acusar al Ministerio de Salud de ocultar información al pueblo nicaragüense. Así mismo se puede analizar que se encuentra una fuente no confiable dentro del titular a como menciona el mismo autor, se trata de la información para incriminar a alguien o algo y de contenido impostor es el tipo de información que suplanta fuentes genuinas. Las fuentes reales son

reemplazadas. Se observa que Anonymous no es una fuente confiable ya que es una organización que crea teorías conspirativas. El lenguaje sensacionalista empleado en la nota le otorga poca credibilidad al titular, para Ortiz (comunicación telefónica, 11 Octubre 2020) “es recomendable recordar principio básico de las “Q” el dónde, cómo, cuándo, por qué; esto te ayuda hasta cierto punto tener información más precisa y evitar caer en ese problema en el que muchos medios de comunicación que a veces ni siquiera se toman el tiempo para verificar también tiene que ver el aspecto político cuando hay intereses políticos de por medio prefieren el sensacionalismo y el querer publicar primero sin confirmar sabiendo que van a generar un daño a un oponente hacen eso, es bien complicado.”



Imagen No.2: portada del diario LA PRENSA

Titular	Rebote del Covid tendría más alcance
Tipo de Titular	Sensacionalistas
Forma de redacción del titular	Afirmativo
Tipo de noticia	Nacional/ Salud
Credibilidad de la noticia	Engañosa
Fuente	Médicos independientes
Imagen	Grupo de personas abordando una unidad de transporte colectivo.

Tabla #3. Análisis de notas

En la tabla No.3 se observa que el titular tiene un lenguaje sensacionalista lo que crea desinformación y poca credibilidad del medio emisor con el fin de atrapar audiencia desvirtúa

el buen hacer del periodismo. La fuente de la información está muy generalizada y no genera mucha credibilidad para el lector para Staley (2015) el contenido engañoso es el tipo de información que suplanta fuentes genuinas. Las fuentes reales son reemplazadas.



Imagen No.3: portada del diario LA PRENSA

Titular	Alarma por ola de asaltos a empresas
Tipo de Titular	Sensacionalistas
Forma de redacción del titular	Afirmativa
Tipo de noticia	Nacional
Credibilidad de la noticia	Verdadera
Fuente	No tiene fuente que sustente la información
Imagen	Camioncito con objetos y agentes de la policía nacional realizando peritaje

Tabla #4. Análisis de notas

El titular de la tabla No.4 contiene un lenguaje sensacionalista creando impresiones de inseguridades a la población nicaragüense donde existe una irrealidad de este contenido ya que Nicaragua es el país más seguro de la región. Este tipo de información crea una coyuntura alterna a la que se vive en el país. Staley (2015) dice que el contexto falso es cuando el

contenido genuino se difunde con información de contexto falsa. La policía nacional crea distintos planes para la reducción de le delincuencia en todo el territorio.



Imagen No.4: portada del diario LA PRENSA

Titular	Ataque al periodismo
Tipo de Titular	Sensacionalista
Forma de redacción del titular	Afirmativo
Tipo de noticia	Nacional
Credibilidad de la noticia	Engañosa
Fuente	No hay fuente
Imagen	Periodistas

Tabla #5. Análisis de notas

En el análisis de esta nota se observa que el titular tiene un lenguaje sensacionalista creando una percepción que los periodistas son atacados como en otros países de la región. Para Staley (2015) el contenido fabricado es predominantemente falso, diseñado especialmente para engañar y perjudicar. Este tipo de noticia crea perjuicios y amenazas al periodismo nicaragüense donde se manipula a través de las posturas políticas de los medios adversos al

gobierno. Ortiz (comunicación telefónica, 11 Octubre 2020) opina “es una cuestión personal hasta qué punto uno va a llegar y mi mensaje sería seguir trabajando, hacerle sin y respetar a los colegas cuidados porque tenemos una gran responsabilidad.”



Imagen No.5: portada del diario LA PRENSA

Titular	Régimen calculaba millones de contagios
Tipo de Titular	Sensacionalista
Forma de redacción del titular	Afirmativa
Tipo de noticia	Nacional/ salud
Credibilidad de la noticia	Falsa
Fuente	Carlos Quant, infectólogo y Álvaro Ramírez, epidemiólogo.
Imagen	Fotografías de las fuentes Carlos Quant, infectólogo y Álvaro Ramírez, epidemiólogo.

Tabla #6. Análisis de notas

En el análisis de esta nota se observa un lenguaje sensacionalista ya que tratan de politizar la crisis sanitaria que se vive a nivel mundial provocada por el Covid-19. Staley (2015) menciona que el “contenido fabricado es predominantemente falso, diseñado especialmente para engañar y perjudicar.” Esta más que claro que el diario La Prensa pretende politizar la información de la endemia del Covid-19 manipulando la información por la exageración de las cifras según sus fuentes. Ortiz (comunicación telefónica, 11 Octubre 2020) opina “ver ese periódico porque todo lo que dice o a la mayoría es manipulado éste tiene un tiene un

contenido con una inclinación política ni siquiera objetiva no tiene nada de verdad muchas veces porque todos lo hacen en función de cuestionar y criticar al gobierno.”



Imagen No.6: portada del diario LA PRENSA

Titular	Nicaragua sigue sin vuelos comerciales
Tipo de Titular	Sensacionalista
Forma de redacción del titular	Afirmativa
Tipo de noticia	Nacional
Credibilidad de la noticia	Engañoso
Fuente	Luey Valentin, presidenta de la Cámara Nacional de Turismo de Nicaragua (Canatur)
Imagen	Fotografía de un avión de la aerolínea Sprint Airlines

Tabla# 7. Análisis de notas

En el análisis de esta nota se observa un lenguaje sensacionalista ya que el gobierno en turno a través del ministerio de salud creo un protocolo para el cumplimiento de las aerolíneas internacionales para el ingreso controlado de personas a nuestro territorio para evitar contagios. Staley (2015) expresa que el “contenido engañoso trata del uso engañoso de la información para incriminar a alguien o algo.” En esta noticia tratan de incriminar al gobierno

de ser el responsable de que los vuelos comerciales no ingresen al país por no querer flexibilizar el protocolo sanitario, creando afectaciones al turismo.



Imagen No.7: portada del diario LA PRENSA

Titular	Alma persigue a más de 200 empresas
Tipo de Titular	Sensacionalista
Forma de redacción del titular	Afirmativa
Tipo de noticia	Nacional
Credibilidad de la noticia	Engañosa
Fuente	Victoria Cárdenas Lacayo y Guillermo Áreas Cabrera, abogado, representante de dos empresas.
Imagen	Fotografía del centro de atención de la caja de recaudación del ALMA

Tabla #8. Análisis de notas

En el análisis de esta nota se puede observar que el lenguaje empleado en la nota es sensacionalista ya que una de las empresas morosas ante el ALMA, es la de Victoria Cárdenas esposa del opositor Juan Chamorro quien está evadiendo impuesto. Para Staley (2015) el Contexto falso es cuando el contenido genuino se difunde con información de contexto falsa.” Es notorio la manipulación que pretende hacer La Prensa ya que tratan de

polarizar las posturas ideológicas, cuando es un deber de las empresas pagar sus impuestos ante los entes reguladores tributarios los cuales son necesario para sostener los gastos públicos y buscar una mayor eficiencia de la economía. Ortiz (comunicación telefónica, 11 Octubre 2020) asegura “ese periódico porque todo lo que dice o a la mayoría es manipulado éste tiene un tiene un contenido con una inclinación política ni siquiera objetiva no tiene nada de verdad muchas veces porque todos lo hacen en función de cuestionar y criticar al gobierno.”



Imagen No.8: portada del diario LA PRENSA

Titular	Comisionados de la represión premiados
Tipo de Titular	Sensacionalista
Forma de redacción del titular	Afirmativa
Tipo de noticia	Nacional
Credibilidad de la noticia	Engañosa
Fuente	No hay fuente
Imagen	No hay imagen

Tabla #9. Análisis de notas

En el análisis de la tabla No.9 se puede observar que esta empleado por un lenguaje sensacionalista manipulando la información a través de las posturas ideológicas, ya que los

comisionados de la Policía Nacional fueron ascendidos por el trabajo realizados durante los años dentro de esta. Staley (2015) dice que el “Contexto falso es cuando el contenido genuino se difunde con información de contexto falso”. Es relevante como desde este medio de comunicación pretende descalificar a la Policía Nacional quienes tienen que restablecer el orden público, este medio hace referencia a la crisis social de 2018 creado por personas adversas al gobierno que crearon caos y destrucción al país. Ortiz (comunicación telefónica, 11 Octubre 2020) asegura “cuando hay intereses políticos de por medio prefieren el sensacionalismo y el querer publicar primero sin confirmar sabiendo que van a generar un daño a un oponente hacen eso, es bien complicado”



Imagen No.9: portada del diario LA PRENSA

Titular	GOLPE A SU SALUD MENTAL
Tipo de Titular	Sensacionalista
Forma de redacción del titular	Afirmativa
Tipo de noticia	Salud
Credibilidad de la noticia	Engañosa
Fuente	No hay fuente

Imagen	Hombre depresivo, sentado en el piso tapándose la cara, sin saber qué hacer.
---------------	--

Tabla #10. Análisis de notas

En el análisis de esta nota se puede observar que el lenguaje empleado es sensacionalista, puesto que nadie está atacando la salud mental de la población nicaragüense. Según Jarquín (comunicación telefónica, 29 Septiembre 2020), “el diario La Prensa buscan temas sensacionalistas que impacten en las personas lo que provoca la lectura dentro de esos medios muchas veces o algunos casos son temas políticos, temas en el que los cuales quieren que la gente; como ejemplo nuestro gobierno, la gente quiere que piensen mal u opine mal sobre nuestro gobierno, entonces buscan noticias u ocasiones que provoquen o den paso a crear otro ambiente que no es y de ahí nace una noticia falsa”.



Imagen No. 10: portada del diario LA PRENSA

Titular	Ortega asciende a represores
Tipo de Titular	Sensacionalista
Forma de redacción del titular	Afirmativa
Tipo de noticia	Nacional
Credibilidad de la noticia	Engañosa
Fuente	No hay fuentes
Imagen	El presidente Daniel Ortega y Jefe de la Policía Nacional primer comisionado Francisco Díaz, en el acto del 41 aniversario de la institución.

Tabla #11. Análisis de notas

En el análisis de esta nota se puede observar que esta empleado por un lenguaje sensacionalista, queriendo manipular la información e ideología de los nicaragüenses. Según Lechado (comunicación telefónica, 8 de Octubre 2020) “con internet ahora es más accesible el mundo de las redes sociales, entonces se ha hecho un arma de doble filo, como pudieron ser unas herramientas de comunicación bastante efectiva para mucho tipo de cosas positivas, también han hecho un arma para cosas negativas”. También considera que “entonces las noticias falsas están hechas para asesar a las personas, alborotarles el pensamiento colectivo y lo que buscan es provocar una emoción en vez de transmitir una verdad”.



Imagen No. 11: portada del diario LA PRENSA

Titular	Régimen asciende fondos cafetaleros
Tipo de Titular	Sensacionalista
Forma de redacción del titular	Afirmativa
Tipo de noticia	Economía
Credibilidad de la noticia	Falsa
Fuente	José Ángel Buitrago, entrevistado
Imagen	Caficultores del norte del país

Tabla #12. Análisis de notas

En el análisis de esta nota podemos observar que esta empleado por un lenguaje sensacionalista que busca manchar la imagen del gobierno nicaragüense. Donde

verdaderamente éste siempre ha velado y ha ayudado económicamente los emprendimientos a través del Ministerio de la Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa, (MEFCCA). Álvarez (2019) explica que “vivimos en un mundo en el que la verdad se ha atomizado. La multiplicación de la verdad que impregna las diversas narrativas y contextos permite disponer de diferentes versiones de la realidad que corresponden a verdades distintas que encajan de forma diversa en la propia red personal de creencias y emociones”.



Imagen No. 12: portada del diario LA PRENSA

Titular	ENFERMOS Y SIN MEDICOS EN WASPAM
Tipo de Titular	Sensacionalista
Forma de redacción del titular	Afirmativa
Tipo de noticia	Salud
Credibilidad de la noticia	Falso
Fuente	No hay fuentes
Imagen	No hay imagen que respalden la nota

Tabla #13. Análisis de notas

En el análisis de esta nota pudimos observar que el lenguaje empleado es sensacionalista, puesto que también afirma que el Ministerio de Salud no da respuesta a las necesidades de la población nicaragüense. El principal objetivo del MINSA es desarrollar un sistema de salud que haga efectivo el derecho ciudadano a la salud con equidad, con enfoque género y generacional para contribuir a reducir las iniquidades existentes, mejorar las condiciones de vida de la población nicaragüense y el desarrollo del país. Es por ello que el diario La Prensa

se ha encargado de desprestigiar los aportes del gobierno sandinista. Jarquín (comunicación telefónica, 29 Septiembre 2020) expresa que “a raíz de lo ocurrido en 2018 hacia esta fecha ha perdido mucho porque se ha enfrascado y se ha dedicado en desprestigiar al gobierno en destacar o resaltar este, los temas de los puchos por así decir. Entonces ha perdido un poco su eje, se ha centrado más en lo que les están pagando porque para eso le están pagando, o sea ya no ven el medio como un instrumento de comunicación sino como un objeto para degradar o denigrar un gobierno que es el nuestro en estos momentos. No se podría decir periodismo a lo que hace La Prensa ya en estos momentos, son sensacionalistas”.



Imagen No.13: portada del diario LA PRENSA

Titular	Dictador buscar cárcel perpetua para opositores
Tipo de Titular	Sensacionalistas
Forma de redacción del titular	Afirmativa
Tipo de noticia	Política
Credibilidad de la noticia	Falsa
Fuente	Mauricio Díaz, Analista Político y Julio Montenegro, Jurista.
Imagen	La imagen es acerca de las dos personas que son la fuente oficial de esta nota.

Tabla #14. Análisis de notas

En el análisis de esta nota pudimos observar que el lenguaje empleado es sensacionalista, afirma y hace referencia a que el Presidente de Nicaragua Daniel Ortega busca castigar a los

opositores del partido FSLN. Cuando en realidad la Ley se presentó ante la Asamblea Nacional es la Iniciativa de Ley Especial de Ciberdelitos que tiene como objetivo fundamental la prevención, la investigación, persecución y sanción de los delitos cometidos por medio de las tecnologías de la información y la comunicación en perjuicio de personas naturales o jurídicas, así como la protección a los sistemas que utilicen estas tecnologías. Lechado (comunicación telefónica, 8 de Octubre 2020) explicaba “yo me uniría a todo lo que es el ciberdelito, pero primero hay que hacer una campaña muy importante, que esto tiene que ir desde los colegios, desde los trabajos, desde las familias mismas, la cúpula familiar para entender que uno no puede venir y escribir cualquier cosa de una persona, es como que alguien venga en la calle y tire un proferido sobre otra, existen obviamente leyes para que si alguien te agrade verbalmente eso es un delito”.



Imagen No. 14: portada del diario LA PRENSA

Titular	Crisis sigue golpeando al turismo
Tipo de Titular	Sensacionalista
Forma de redacción del titular	Afirmativa
Tipo de noticia	Nacional y Economía
Credibilidad de la noticia	Falsa
Fuente	No hay fuentes
Imagen	Catedral de Granada

Tabla #15. Análisis de notas

En el análisis de esta nota pudimos observar que el lenguaje empleado es sensacionalista, asegura que en Nicaragua estamos viviendo una crisis que afecta directamente al turismo y economía del país. El Presidente Ejecutivo de la Empresa Portuaria Nacional (EPN) Virgilio Silva, les hace la invitación a toda la población a que sea partícipe de las actividades que siempre se están realizando en los diferentes puertos del país, donde los pequeños del hogar podrán gozar de sus derechos. También el Ministerio de la Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa (MEFCCA) siempre realiza actividades y ferias para ayudar al crecimiento de los pequeños emprendimientos. Estas actividades aportan a que el turismo siempre se esté desarrollando a nivel nacional. Según Abadal, Guallar (2010) la prensa digital es el medio de comunicación social que distribuye información periodística en formato digital, usualmente mediante Internet, aunque no exclusivamente, que puede haber sido elaborada expresamente o no para el soporte digital”. Esto ayuda a dar credibilidad o no al medio de comunicación donde se dan ciertas polémicas por sus noticias publicadas.



Imagen No.15: portada del diario LA PRENSA

Titular	LA MATANZA DE LAS NIÑAS
Tipo de Titular	Sensacionalista
Forma de redacción del titular	Afirmativa
Tipo de noticia	Nacional
Credibilidad de la noticia	Verdadero
Fuente	No hay fuentes

Imagen	Es una imagen fuerte, refleja un patio vacío en donde se encuentra una muñeca degollada y de fondo un pozo.
---------------	---

Tabla #16. Análisis de notas

En el análisis de esta nota podemos observar que el lenguaje empleado es sensacionalista y de forma brusca, poniendo el titular de color rojo para generar más polémica, jugar con el pensamiento y sentimientos de la población. La experta en periodismo digital Jarquín (comunicación telefónica, 29 Septiembre 2020) expresaba que “es difícil decir que vamos a desaparecer las noticias falsas porque no, lamentablemente son algo comercial para diferentes medios, de eso viven, creando una noticia falsa, algo que es un bum, vienen otros medios lo investigan en efecto, porque vos sos el primero que lo dice porque vos te lo inventaste. La gente no sabe que te lo inventaste, pero la gente te está leyendo, entonces uno tiene que aprender a identificar eso. A saber, exactamente. Por ejemplo, su lista de qué medio son los que normalmente publican fakes news y los que no pues, porque así pasa, aunque no queramos, si pasa. Siempre hay medios que se adelantan a algún tema y sacan una hipótesis y de ahí sacan una noticia que al final no es eso lo que resulta o lo que concluye”. Siempre será bueno indagar y profundizar más acerca de la noticia que estamos leyendo.

IX. Conclusiones

Al finalizar esta investigación se demuestra el análisis de los efectos de las “fake news” o noticias falsas de la portada del diario LA PRENSA en formato digital y es un punto de partida para concluir que:

- 1) Las “fake news” o noticias falsas se han convertido en una problemática ya que traen efectos negativos a la sociedad nicaragüense donde buscan temas sensacionalistas que impacten en las personas lo que provoca daño en las emociones, el estado de ánimo, la psiquis, la economía y la seguridad de las personas. Este tipo de noticias desprestigian a los medios de comunicación que las emiten ya que crean mucha desconfianza al receptor, desvalorizando esta profesión ya que dejan de un lado los valores más importantes como lo es la objetividad, la veracidad y sobre todo el respeto que merecen los receptores de la noticia.
- 2) El impacto de las fake news o noticias falsas han creado desinformación para la población nicaragüense ya fomentan la poca credibilidad del medio emisor como consecuencia hay perdida de sus públicos así mismo divisiones familiares por ideologías políticas en la coyuntura actual, cuestionamiento y crítica entre las clases sociales.
- 3) El abordaje periodístico del diario La Prensa sufrió un cambio a partir de 2018 con una inclinación política a pesar de ser un medio de comunicación opositor al gobierno en turno y sus portadas están llenas de críticas y cuestionamiento hacia este, cayendo en la escases de información veraz, contrastada y de poca credibilidad ya que los medios de comunicación oficialistas contrarrestan con cifras y fuentes oficiales evidenciando la manipulación de este medio a través de las fake news o noticias falsas.

X. Recomendaciones

1. Al estado de Nicaragua que cree una ley donde se regule a los medios de comunicación que emiten fake news o noticias falsas para que sean sancionados con multas económicas o cierre total si son incidentes, sin violar el derecho a la libertad de expresión y prensa de estos para que la población nicaragüense consuma una información verdadera.
2. A la sociedad nicaragüense verificar o contrarrestar la información con cifras o fuentes oficiales de las noticias que consume a través de los medios de comunicación para evitar caer en la desinformación.
3. A los periodistas evitar crear contenidos sensacionalistas y amarillista por tratar de conseguir una primicia ya que originan desinformación a la población nicaragüense y poca credibilidad para el medio de comunicación para el que trabaja.
4. A la universidad que continúen promoviendo este tipo de investigación para continuar comprometida al desarrollo integral de la sociedad nicaragüense y fortalecer la educación mediática para que los estudiantes tengan un pensamiento más crítico.
5. A la coordinación de la carrera de Comunicación para el Desarrollo que amplíe la asignatura de análisis del discurso para que de esta manera se pueda fortalecer la preparación académica de los estudiantes y para el futuro desempeño profesional.

XI. Glosario

Es importante conocer el significado de las palabras que se utilizó en esta investigación. El diccionario de la lengua española es el resultado de la colaboración de todas las academias, cuyo propósito es recoger el léxico general utilizado en España y en los países hispanicos. Según la Real Academia Española (2019) define las siguientes palabras cómo:

✓ **Análisis:**

1. m. Distinción y separación de las partes de algo para conocer su composición.
2. m. Estudio detallado de algo, especialmente de una obra o de un escrito.

✓ **Bulo:**

m. Noticia falsa propalada con algún fin.

✓ **Credibilidad:**

f. Cualidad de creíble.

✓ **Desinformación:**

f. Falta de información, ignorancia.

✓ **Diarios:**

m. Relato de lo que ha sucedido día por día.

✓ **Disminución:**

f. Merma o menoscabo de algo, tanto en lo físico como en lo moral.

✓ **Engañosa:**

1. adj. Falaz, que engaña o da ocasión a engañarse.
2. adj. Ar., Áv. y León. Que dice mentiras.

✓ **Fidedigno:**

adj. Digno de fe y crédito.

✓ **Lenguaje:**

m. Facultad del ser humano de expresarse y comunicarse con los demás a través del sonido articuladoo de otros sistemas de signos.

✓ **Manipulación:**

f. Acción y efecto de manipular.

✓ **Objetividad:**

f. Cualidad de objetivo.

✓ **Persuasión:**

1. f. Acción y efecto de persuadir.

2. f. Aprehensión o juicio que se forma en virtud de un fundamento.

✓ **Portadas:**

1. f. Primera plana de los libros impresos, en que figuran el título del libro, el nombre del autor y el lugar y año de la impresión.

2. f. En periódicos y revistas, primera página. *Apareció la noticia en las portadas de los principales periódicos.*

✓ **Prensa:**

1.f. Máquina que sirve para comprimir, cuya forma varía según los usos a que se aplica.

2.f. Taller donde se imprime, imprenta.

3. f. Conjunto o generalidad de las publicaciones periódicas y especialmente las diarias.

✓ **Primicia:**

1. f. Fruto primero de cualquier cosa.

2. f. Noticia, hecho que se da a conocer por primera vez.

✓ **Redacción:**

1. f. Acción y efecto de redactar.

2. f. Lugar u oficina donde se redacta.

3. f. Conjunto de redactores de una publicación periódica.

✓ **Régimen:**

m. Conjunto de normas o reglas que reglamentan o rigen cierta cosa. "régimen de prisión"

✓ **Represión:**

f. Acto, o conjunto de actos, ordinariamente desde el poder, para contener, detener o castigar con violencia actuaciones políticas o sociales.

✓ **Sensacionalismo:**

m. Tendencia a producir sensación, emoción o impresión, con noticias, sucesos, etc.

✓ **Sensacionalista:**

adj. Perteneciente o relativo al sensacionalismo.

✓ **Sensibilidad:**

f. Facultad de sentir, propia de los seres animados.

✓ **Titular:**

adj. Dicho de una persona: Que ejerce un cargo o una profesión con título o nombramiento oficiales. *Juez, médico, profesor universitario titular.*

✓ **Veracidad:**

f. Cualidad de veraz.

XII. Listas de Referencias

- ✓ Abadal y Guallar (2010). “*Prensa digital y bibliotecas*”.
- ✓ Anónimo (2019). “*Características de la Posverdad. Una cuestión de contexto y narrativa*”. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/332258961 Características de la Posverdad Una cuestion de contexto y narrativa](https://www.researchgate.net/publication/332258961_Caracteristicas_de_la_Posverdad_Una_cuestion_de_contexto_y_narrativa)
- ✓ Barrios, A. (2018). “*Medios de comunicación, redes sociales y democracia. Misión de observación electoral*”. Recuperado de: <https://moe.org.co/wp-content/uploads/2019/01/Libro-monitoreo.pdf>
- ✓ Bardin, L. (1986): “*El análisis de contenido*”. Madrid, Akal.
- ✓ Berelson, Bernard. (1952). “*Análisis en Comunicaciones*”. New York. The Free Press.
- ✓ De la Varga, P. (2019). “*¿Qué significa el término fake news en español? Levanta la cabeza*”. Recuperado de: https://compromiso.atresmedia.com/levanta-la-cabeza/actualidad/que-significa-termino-fakenews-espanol_201903295c9e03b80cf2fb2ce3661bdf.html
- ✓ Grohmann, Alexis. (2006). “*El columnismo de escritores españoles*”. Madrid. Verbum.
- ✓ Holsti, OG. (1969). “*Análisis de Contenido para la creencias sociales y humanistas*”. New York. Reading, MA. Addison.
- ✓ Keyes. (2004). “*The post-truth era: dishonesty and deception in contemporary life*”.
- ✓ Leñero, Vicente. (1986). “*Manual de Periodismo*”. México.
- ✓ López, A. (2018) “*FAKE NEWS, ¿AMENAZA U OPORTUNIDAD PARA LOS PROFESIONALES DE LA INFORMACIÓN Y LA DOCUMENTACIÓN?*”. Recuperado de: <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2018/nov/17.pdf>
- ✓ Martínez, Luis Vega. (1974). “*Redacción Periodística*”. Barcelona. Paidós.
- ✓ Montalván, E. (2017). “*Historia de La Prensa*”. Recuperada de: laprensa.com.ni/historia-dela-prensa-Nicaragua
- ✓ Perelman, Chaím. (1997). “*El artículo de Opinión*”. (86), 27.

- ✓ Pérez Serrano, G. (1984): “*El análisis de contenido en la prensa. La imagen de la Universidad a Distancia*”. Madrid, U.N.E.D.
- ✓ Real Academia Española. (2019). “*Diccionario de la lengua española*”. Recuperado de: <https://dle.rae.es/>
- ✓ Stanley, S. (2015). “¿*Qué son las Fake news? FIP*”. Recuperado de: https://www.ifj.org/fileadmin/user_upload/Fake_News_-_FIP_AmLat.pdf
- ✓ Van Dijk, T.A. (1999). “*Análisis de discurso*”. London.
- ✓ Vivaldi, Martín. (1998). “*Análisis de discurso*”. London.
- ✓ Zecchetto, Victoriano. (2002). “La danza de los siglos. Citado por Wilson y Casillas. Quito. Ediciones.

ANEXOS



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Recinto Universitario Rubén Darío (RURD) Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas Coordinación de Comunicación para el Desarrollo



PROTOCOLO DE ENTREVISTA

Objetivo: Analizar los efectos negativos de las “fake news” o noticias falsas de la portada del diario LA PRENSA en formato digital, durante el periodo de agosto a septiembre del II semestre 2020.

Fecha: Jarquín, 29 de Septiembre 2020.

Ortiz, 11 de Octubre 2020.

TEMAS A TRATAR EN LA ENTREVISTA:

- (a) La percepción de los efectos de las “fake news”.
- (b) Que medidas de prevención deben de tomar los estudiantes ante esta problemática.

Referencia Técnica y Contextual del Instrumento del protocolo de entrevista

A. Método: Entrevista Cualitativa

B. Técnica: Centrada en un problema

C. Fecha: (-)

D. Duración: Generalmente oscila entre 20 y 60 minutos.

E. Lugar: Barricada y Aplicación de mensajería instantánea WhatsApp.

F. Contexto: (-)

G. Sujetos:

- ❖ Jefa de Prensa de Barricada, Wendy Jarquín.
- ❖ Director de Prensa TN8, Oscar Ortiz.

Preguntas:

- a. ¿Qué piensa usted acerca de la grave situación de las "fakes news" o noticias falsas en los medios convencionales?
- b. ¿De qué manera afectan las "fakes news" o noticias falsas en la sociedad nicaragüense?
- c. ¿Qué opina acerca del abordaje periodístico emitido por el diario LA PRENSA en sus noticias diarias?
- d. ¿Cuál es la percepción que tiene del diario LA PRENSA? ¿Existen "fakes news" en el medio? ¿Éste medio aporta al desarrollo del país? ¿Tienen algún impacto en la sociedad sus noticias?
- e. ¿Qué propuesta o estrategia aportaría para contrarrestar las "fakes news" o noticias falsas en la población nicaragüense?
- f. ¿Qué mensaje daría a los periodistas que se prestan al interés de los medios de comunicación dónde trabajan y desinforman al pueblo?
- g. ¿Tiene algún conocimiento sobre la propuesta de la nueva Ley para sancionar la propagación de las noticias falsas?



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-Managua

Recinto Universitario Rubén Darío (RURD)

Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas

Coordinación de Comunicación para el Desarrollo



PROTOCOLO DE ENTREVISTA

Objetivo: Analizar los efectos negativos de las “fake news” o noticias falsas de la portada del diario LA PRENSA en formato digital, durante el periodo de agosto a septiembre del II semestre 2020.

Fecha: Lechado, 8 de Octubre 2020.

TEMAS A TRATAR EN LA ENTREVISTA:

- (a) La percepción de los efectos de las “fake news”.
- (b) Que medidas de prevención deben de tomar los estudiantes ante esta problemática.

Referencia Técnica y Contextual del Instrumento del protocolo de entrevista

A. Método: Entrevista Cualitativa

B. Técnica: Centrada en un problema

C. Fecha: (-)

D. Duración: Generalmente oscila entre 20 y 60 minutos.

E. Lugar: Aplicación de mensajería instantánea WhatsApp.

F. Contexto: (-)

G. Sujeto:

- ❖ Rafael Lechado Cruz, Segundo Coordinador Área Web y Redes Sociales TN8.

Preguntas:

- a. ¿Qué piensa usted acerca de la grave situación de las "fakes news" o noticias falsas en las redes sociales?
- b. ¿De qué manera afectan las "fakes news" o noticias falsas en la sociedad nicaragüense?
- c. ¿Cómo detectan las "fakes news" en las redes sociales? ¿Cuál es la plataforma digital donde se presentan más estas situaciones?
- d. ¿Existe alguna regulación o medidas para combatir las "fakes news" en las plataformas digitales?
- e. ¿Qué opina acerca del abordaje periodístico emitido por el diario LA PRENSA en sus portadas en formato digital?
- f. ¿Cuál es la percepción que tiene del diario LA PRENSA? ¿Existen fakes news en el medio? ¿Sus noticias tienen impacto en la sociedad?
- g. ¿Tiene algún conocimiento sobre la propuesta de la nueva Ley para sancionar la propagación de las notificaciones falsas?
- h. ¿Qué propuesta o estrategia aportaría para contrarrestar las "fakes news" en las plataformas digitales?

ENTREVISTA A WENDY JARQUÍN – BARRICADA

a. ¿Qué piensa usted acerca de la grave situación de las "fakes news" o noticias falsas en los medios convencionales?

Mi nombre es Wendy Maciel Jarquín Arroliga, Jefa de Prensa de Barricada. Lamentablemente las noticias falsas son inevitables ahora actualmente, porque lo ven como algo comercial, buscan temas sensacionalistas que impacten en las personas lo que provoca la lectura dentro de esos medios muchas veces o algunos casos son temas políticos, temas en el que los cuales quieren que la gente; como ejemplo nuestro gobierno, la gente quiere que piensen mal u opine mal sobre nuestro gobierno, entonces buscan noticias u ocasiones que provoquen o den paso a crear otro ambiente que no es y de ahí nace una noticia falsa. Por ejemplo, alguna con el coronavirus se vio al inicio, que personas por problemas de presión arterial o algo así tenían algún desmayo o algo en la calle, ya simulaban que era la muerte de alguna persona provocada por el coronavirus. Entonces son noticias que se encargan de alarmar a las familias y pues pienso yo sé que ha hecho fama el tema de las noticias falsas, no solamente en nuestro país sino internacional. No hay medio de comunicación este... que no sufra de eso. El mismo RT ha pasado notas, no por decirlo directamente noticias falsas, sino con una mala información que recibieron y por la inmediatez de querer tener la primicia no verifican las fuentes, ni nada y caen en lo que es la noticia falsa.

b. ¿De qué manera afectan las "fakes news" o noticias falsas en la sociedad nicaragüense?

Mucho porque lamentablemente porque las redes sociales, páginas web y todo eso ahora la gente lo que ve en Facebook cree que eso es lo que está pasando en realidad. No sé si ve algún montaje de un video de hace dos, tres o cuatro años de un pleito una discusión o en alguna calle y ellos creen que están ahí o igual alguna noticia de que fue igual hace unos tres, cuatro o cinco años de algún conflicto, de alguna guerra o incluso de problemas de guerras entre países y se republica ahorita solo para atraer personas al medio, entonces eso alarma a las familias, a todos y empiezan a compartir y a comentar y empiezan a hacer más grande el alboroto. Ya no solo se es una fake news o ya es solo un chisme, entonces es que ese es el problema, la mezcla entre la fake news y las redes sociales. Siempre ha sido un conflicto

porque lamentablemente las redes sociales han asumido el papel de medio de comunicación ya que las familias, las personas lo ven como un lugar donde puedes informarte, cuando no es así en realidad; porque muchas veces, la mayoría de las veces las fuentes de las redes sociales no son las correctas, ni las adecuada. Si es un medio de difusión porque puedes difundir tu noticia como medio oficial o real, o sea lo que pase en tiempo real pero igual, incluso existen los falsos en vivos en Facebook y son cosas que ya pasaron hace tres, cuatro o cinco días y lo ponen como que está pasando en este momento y no es así. Entonces son partes de esas fakes news que vienen alterar a la sociedad.

c. ¿Qué opina acerca del abordaje periodístico emitido por el diario LA PRENSA en sus noticias diarias?

Antes del 2018 se podría decir que, si políticamente afectaba porque siempre ha sido derecha, siempre ha estado en contra del gobierno, eso no se lo podemos negar La Prensa, pero antes tenía algo que a mí en lo personal me gustaba y es la ética. O sea, era un medio de economía muy fuerte, ellos hablaban/abordaban temas económicos en cuanto al país, con números exactos, cifras exactas muy buenas, pero a raíz de lo ocurrido en 2018 hacia esta fecha ha perdido mucho porque se ha enfrascado y se ha dedicado en desprestigiar al gobierno en destacar o resaltar este, los temas de los puchos por así decir. Entonces ha perdido un poco su eje, se ha centrado más en lo que les están pagando porque para eso le están pagando, o sea ya no ven el medio como un instrumento de comunicación sino como un objeto para degradar o denigrar un gobierno que es el nuestro en estos momentos. No se podría decir periodismo a lo que hace La Prensa ya en estos momentos, son sensacionalistas.

d. ¿Cuál es la percepción que tiene del diario LA PRENSA? ¿Existen "fakes news" en el medio? ¿Este medio aporta al desarrollo del país? ¿Tienen algún impacto en la sociedad sus noticias?

Pues lamentablemente si, en la minoría de las personas, las que aún son fanáticas o están logadas al hecho de que en su día a día leen La Prensa pues si están afectadas con las fakes news porque todo lo que ven en La Prensa piensan que es lo que está pasando y lo que está ocurriendo. Como te decía, con el ejemplo del Coronavirus, ellos fueron los primeros al igual que Acción 10 en publicar esos temas, cifras no exactas, en deducir que de aquí a septiembre van a ser tantos muertos, cuando en realidad no se sabía porque ellos no lo saben todo, ni

nadie lo sabe todo. Entonces esas son cosas de que, aunque no queramos, afectan a las personas porque les afectan el... psicológicamente los afecta por el hecho de que entran en frustración, en miedo, les tocan los sentimientos que más los desorientan y los desorganizan, entonces, por ende, sus fakes news las de La Prensa que son inevitables ellos eso viven, de crear la sensación al igual que la mayoría de esos medios: Acción 10, Confidencial. No hay día o no hay momento que ellos no puedan estar bien, sino están redactando alguna noticia en contra del gobierno que tal vez no sea la verdadera, no tenga base, no tenga información concreta o garantizada pero que ellos a ley tienen que sacar porque tienen que cumplir con un día a día pero que, si afectan a las familias pues, aunque no queramos. Fueron una parte fundamental, por así decirlo, desde sus redes sociales en el intento de golpe, lo que ellos ponían, lo que ellos publicaban: fotos, videos de supuestos asesinatos de supuestos asedios eran las cosas que las personas creían. Porque en efecto, al miedo de no salir a las calles, miedo de los tranque, ellos se guiaban por lo que había en las redes y lamentablemente la mayoría de las cosas que más se movían al inicio, eran cosas de La Prensa, cosas de Acción 10, cosas de Confidencial de acontecimientos que en realidad no eran a como ellos lo estaba presentando.

e. ¿Qué propuesta o estrategia aportaría para contrarrestar las "fakes news" o noticias falsas en la población nicaragüense?

Es una pregunta difícil porque lo primero que tenemos que hacer es para contrarrestar las fakes news es cambiar nuestro modo de búsqueda de las noticias. Es decir, no creer que las redes sociales, por ejemplo, pueden ser un medio de comunicación o algún medio informativo en el que yo pueda decir: sí, esto es cierto lo que dice, es eso. Es buscar la información, no es quedarnos con un solo medio, de que encontramos esto aquí, eso es. Casarnos con que esa es la verdadera noticia o que esa es la verdadera información, sino buscar desde otros puntos, buscar desde otros ámbitos, otros puntos de vistas. Es difícil decir que vamos a desaparecer las noticias falsas porque no, lamentablemente son algo comercial para diferentes medios, de eso viven, creando una noticia falsa, algo que es un bum, vienen otros medios lo investigan en efecto, porque vos sos el primero que lo dice porque vos te lo inventaste. La gente no sabe que te lo inventaste, pero la gente te está leyendo, entonces uno tiene que aprender a identificar eso. A saber, exactamente y por ejemplo, su lista de que medio son los que

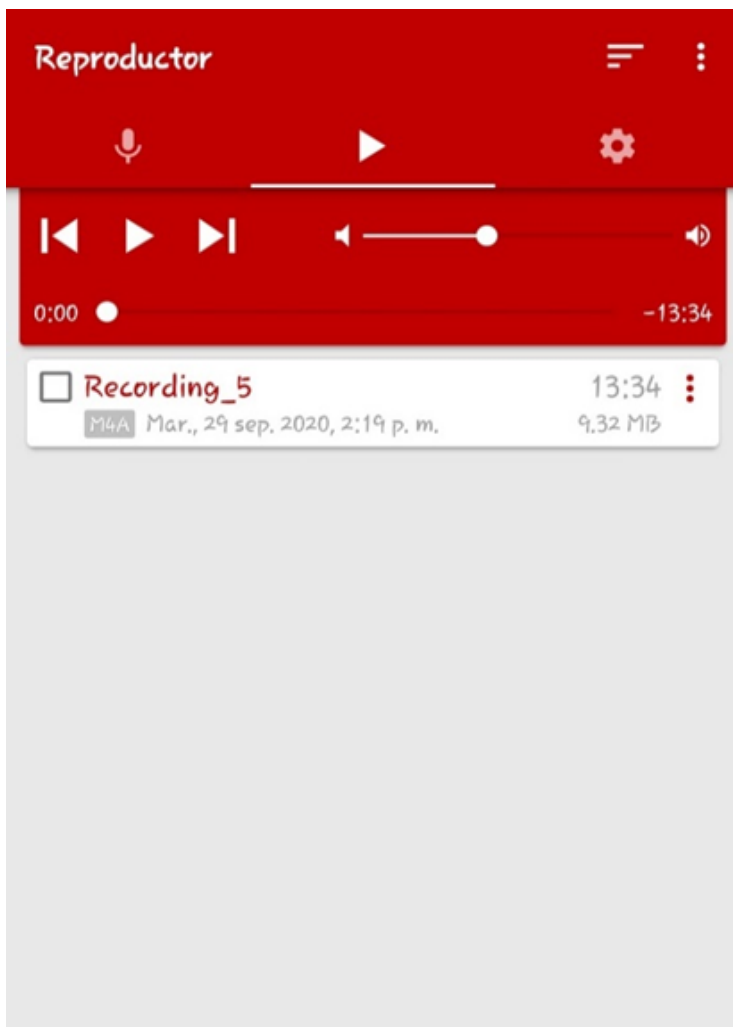
normalmente publican fakes news y los que no pues, porque así pasa aunque no queramos, si pasa. Siempre hay medios que se adelantan a algún tema y sacan una hipótesis y de ahí sacan una noticia que al final no es eso lo que resulta o lo que concluye, entonces por así decir, una propuesta o estrategia esta difícil planearla en general por el hecho de que sería cambiar la forma de vida de las personas, la forma actual de estar en redes sociales, de generar contenido, si se pueden crear por así decir, videos donde vos orientes a las personas de qué forma identificar cuando una noticia es falsa, crear artes, cosas así, guías para la gente pero cambiar el pensamiento de las personas de la noche a la mañana es imposible.

f. ¿Qué mensaje daría a los periodistas que se prestan al interés de los medios de comunicación dónde trabajan y desinforman al pueblo?

Ese es otro tema difícil porque lamentablemente el ser humano se guía por sus necesidades, entonces es difícil ahora pedir ética a muchas personas porque se enfrascan en lo que les va a generar los ingresos que les va a generar. Al estudiar yo, Filología y Comunicación en la Unan- Managua al estudiar eso, mi pensar era estudiar periodismo, pero en la Unan tenía ese nombre y me gustaba mucho la Universidad, entonces yo decía aquí me voy a quedar. Entonces mi profesora de Televisión nos decía que la ética es la parte fundamental del periodista, periodista que no cuenta con una ética no tiene identidad. Entonces este, pienso que eso es, si no quieres perder tu identidad, si no quieres ser reconocido como alguien falso, alguien mediocre, tenes que ser ético siempre, decir la verdad, aunque muchas veces no te guste, aunque muchas veces a las personas no les guste. Tratar de maquillar la verdad es simplemente mentir, aunque no quieras aceptarlo. Decir: no, si lo digo más leve, independientemente de cómo lo digas, si lo quieres desviar desde el punto de vista de cómo es, siempre va ser una mentira. Entonces es un tema muy difícil dependiendo del medio en el que estás trabajando, pero si es algo que como persona uno debería de estudiar y analizar, el hecho de ser ético porque al final eso es lo que es tu carrera, es tu hoja de vida la que manchas, no es ni siquiera la del medio porque no hablan solamente del medio en el que estas, sino que hablan de vos como periodista y lo que vos sos hoy, al ir a otro lugar siempre lo vas a ser, es lo que vas a arrastrar en el camino.

g. ¿Tiene algún conocimiento sobre la propuesta de la nueva Ley para sancionar la propagación de las noticias falsas?

Pues medio he leído porque soy mala, malísima con eso de leyes, decretos, no sirvo para esas cosas, nunca me he dedicado a esas cosas, o sea, siempre he tenido problemas con eso de leyes, me cuesta entenderlas, pero con lo que medio he leído en los medios pues, la verdad es algo que es necesario. Y no... creo y si no me equivoco no solamente se estaba aplicando aquí en nuestro país o aquí, sino que hay otros países que han reaccionado conforme a ese tipo de eventos y noticias para sancionar medios, sancionar lugares y todo, por lo mismo que afectan a la sociedad, crean caos en los países, entonces para mi es la mejor iniciativa que se puede hasta el momento trabajar. Que va a ser muy difícil controlarla porque no todo mundo sabe cuándo es algo cierto o cuando es mentira y si un medio lo publica, lo puede borrar y se acabó, la sanción no sabemos si se va a efectuar o no, entonces es una ley que necesita de mucho rigor, mucho estudio y mucha dedicación por parte de los que la van a ejecutar pues, porque no solamente una noticia en un medio de comunicación, también puede ser una noticia falsa, una publicación de alguna persona. Por ejemplo, están asesinando a tal, eso ya implica dentro de nuestra ley, según tengo entendido como noticia falsa o como propagación de información falsa, entonces ya eso tienen que analizarlo bien la Asamblea. Es que es un estudio que tenes que, si vos quieres saber muy bien como es la ley en nuestro país y lo que se va a aplicar sobre la noticia falsa, tenes que leerlo bien para no caer en el error. Porque incluso hasta vos mismo y uno lo hace también, se toma fotos un jueves en algún lugar y las publica hasta viernes y pone estoy aquí. Entonces uno se pone a pensar, eso también va a caer en la ley. Entonces esas cosas uno tiene que estudiarlas y analizarlas porque queramos o no son informaciones falsas que uno mismo publica, pero lo hace uno por seguridad, otros porque no les gusta que la gente se dé cuenta donde anda en el momento, por diferentes razones. Entonces todas esas cosas uno tiene que analizarlas, saber si las leyes o la ley esta propuesta o la ley va acorde a eso, son temas de estudios que, pues no son de la noche a la mañana, pero si es muy bueno e importante estudiarlas y saberlas y conocerlas porque son leyes necesarias porque si no tenemos un control de las noticias falsas, entonces el mismo país se va a volver un desorden, un desastre. Todos viviríamos en pánico, en conflicto, en problemas, en miedos, entonces son regulaciones que se necesitan aquí y en toditos los países en los que se han propagado las noticias y lo que ahora son el pan de cada día, las noticias falsas de los medios.



**Imagen No.16: nota de voz de la entrevista realizada a Wendy Jarquín. Jefa de Prensa de Barricada.
Fuente: Propia.**

ENTREVISTA A OSCAR ORTIZ, DIRECTOR DE PRENSA TN8



Imagen No.17: foto proporcionada por Oscar Ortiz, Director Jefe de Prensa de TN8.

Fuente: Propia.

a. ¿Qué piensa usted acerca de la grave situación de las "fakes news" o noticias falsas en los medios convencionales?

Soy Oscar Ortiz, Director de Prensa de TN8. Pues Lamentablemente es una pandemia es como el coronavirus llega sin avisar, muchas veces los medios de comunicación olvidan los protocolos los procedimientos para el manejo de la información y es ahí donde aparecen las noticias falsas, todo estamos expuestos a esa situación y por eso es recomendable recordar principio básico de las "Q" el dónde, cómo, cuándo, por qué; esto te ayuda hasta cierto punto tener información más precisa y evitar caer en ese problema en el que muchos medios de comunicación que a veces ni siquiera se toman el tiempo para verificar también tiene que ver el aspecto político cuando hay intereses políticos de por medio prefieren el sensacionalismo y el querer publicar primero sin confirmar sabiendo que van a generar un daño a un oponente hacen eso, es bien complicado.

b. ¿De qué manera afectan las "fakes news" o noticias falsas en la sociedad nicaragüense?

Trabaja mucho con la emoción, con el estado de ánimo, el temor que puede generar también con la seguridad que ayuda mucho en la economía, el dinamismo de la economía, la psiquis

de las personas, afecta la familia muchas veces porque las noticias falsas yo te puedo decir con mucho mucha seguridad en mi caso particular por ejemplo a mí me afecto de muchas formas, división dentro del núcleo familiar, cuestionamiento y crítica entre nosotros separación de matrimonio que se separan, hermano que no se habla padre e hijo que no tiene comunicación por noticias falsa porque eso es lo que genera muchas veces la noticia falsa y la noticias manipuladas.

c. ¿Qué opina acerca del abordaje periodístico emitido por el diario LA PRENSA en sus noticias diarias?

Deficiente y poco a poco se va viendo porque inclusive la gente ya no consume como antes los contenidos que te genera este medio de comunicación impreso que ya prácticamente el último de los pocos que quedan, y con ya no sé no sé cuántas páginas ya se halla el costo que tiene a ver si lo que te puedes cortar pelo en internet sale más barato en internet yo no pagaría C\$15 o C\$10 Córdoba por ver ese periódico porque todo lo que dice o a la mayoría es manipulado éste tiene un tiene un contenido con una inclinación política ni siquiera objetiva no tiene nada de verdad muchas veces porque todos lo hacen en función de cuestionar y criticar al gobierno porque eso es fácil criticar y cuestionar al gobierno el tema es hacer un trabajo de calidad todavía quisiera un trabajo de calidad consumiría pero ya ni eso lamentablemente han caído en la deficiencia y ahora peor con sus escándalos internos con el famoso excedente de Hugo Hollman ahí te das cuenta la calidad de persona que son tantos directivos como la parte administrativa porque aparentemente los Chamorros sabían que Hugo Hollman trataba mal a los trabajadores, ahora imagínate ahora no están atacando están sacando esos maltratos que él hacía a las trabajadoras, o sea que sabía que no lo decía ni ahora como enemigo hay que sacar eso pañito sucios, imagínate pues qué calidad de persona es este medio de comunicar, que calidad de persona tiene este medio de comunicación.

e. ¿Qué propuesta o estrategia aportaría para contrarrestar las "fakes news" o noticias falsas en la población nicaragüense?

Hay una agencia de noticias que se llama AFP ha creado un como un radar de noticias falsas y noticias verdaderas que como para confirmar no recuerdo en este momento el nombre, algo así me gustaría crear de pronto pero eso requiere evidentemente de recurso y de persona que se dedique a verificar una cuenta de verificación, por ejemplo hay una gárgola en la catedral

de Granada y el video espiral entre Entonces el equipo se dedica a rastrear y a publicarse y el video es verdad o es falso si es falso no sólo te dicen falso te dice porque falso quién lo creo donde se creó cuál era el objetivo este ese tipo de contenido. Lo otro es creo que también hay que comenzar a romper ese hielo que hay entre los periodistas con los acontecimientos del 2018 el intento de golpe este nos polarizamos nosotros de manera visual y mucha comunicación entre colegas quéjate inclusive estábamos medio que no tenía la misma línea editorial se rompió total es una distanciado y éste menos antes estaba un poco de este ponía a pensar el mismo gremio Cuando alguien crea un contenido falso ahora a lo descarado porque como estamos bien polarizados listar lamentablemente y lo digo al otro lado tiene la mala costumbre de poner lo que sea y no confirman de nuestro lado tratamos de todo el tiempo abriendo y cumpliéndole sobretodo el televidente a la audiencia y al lector para que tenga confianza en lo que publicamos.

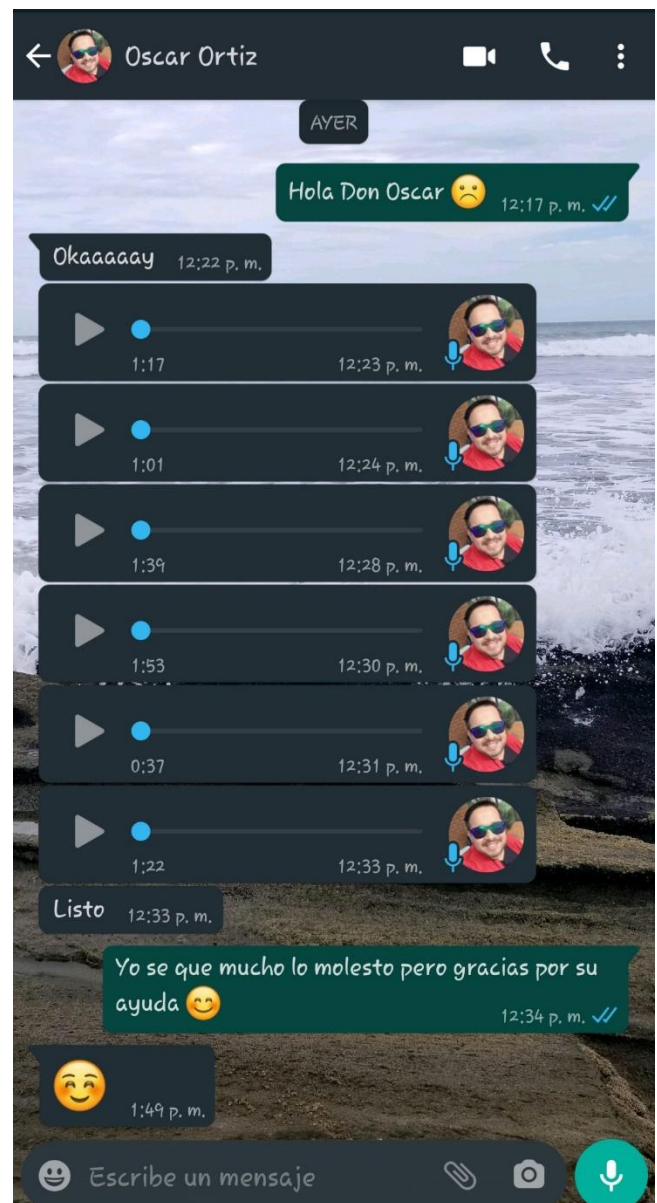
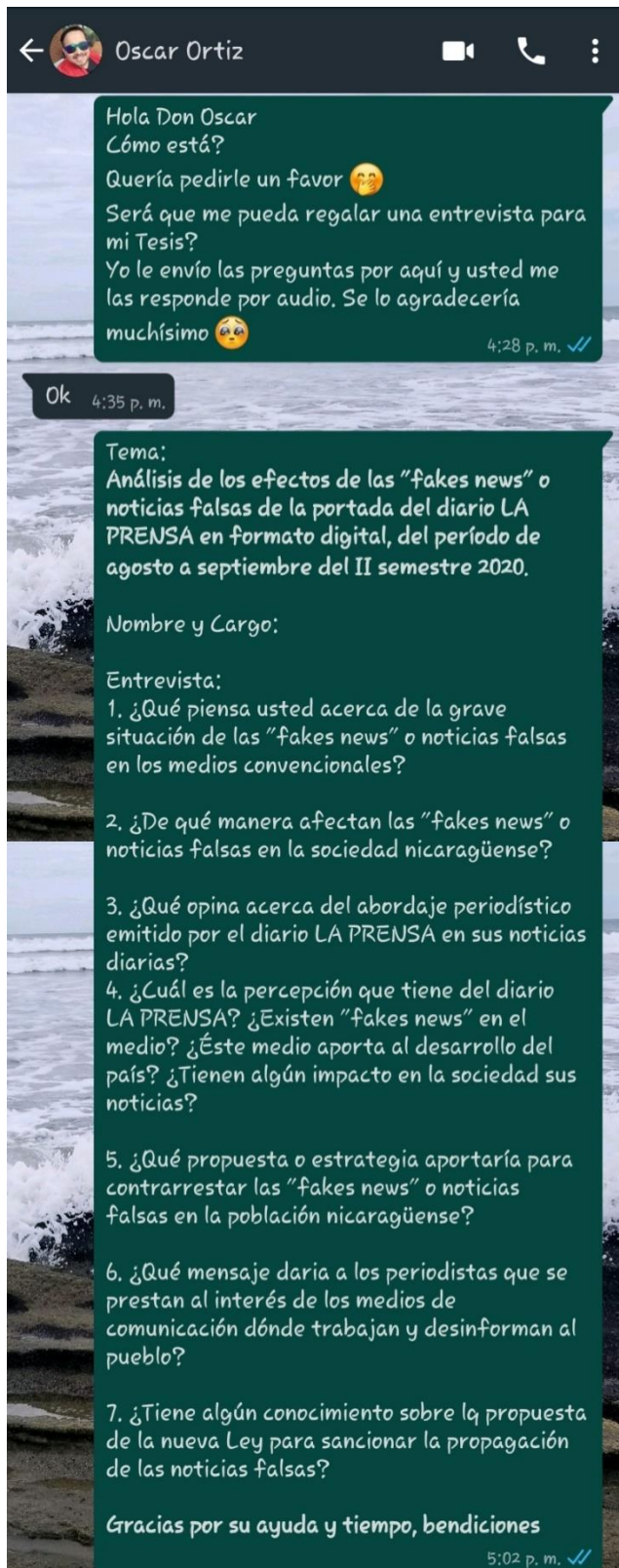
f. ¿Qué mensaje daría a los periodistas que se prestan al interés de los medios de comunicación dónde trabajan y desinforman al pueblo?

No hay mensaje que pueda hacer cambiar la manera de pensar de un periodista que lamentablemente está no está ejerciendo su función como debería, y si lo hace por un pago porque a la final nosotros somos instrumentos y digo nosotros Porque todo pues tenemos un jefe que nos dice cómo manejamos el contenido y la línea editorial a la final es una cuestión personal Hasta qué punto uno va a llegar y mi mensaje sería seguir trabajando, hacerle suin y respetar a los colegas cuidados porque tenemos una gran responsabilidad.

g. ¿Tiene algún conocimiento sobre la propuesta de la nueva Ley para sancionar la propagación de las noticias falsas?

Parece que es una buena iniciativa sobre todo porque no tienen idea la afectación que genera la creación de contenido falso con solamente, con el único objetivo de dañar al país porque sólo este no hay otro objetivo generar temor, disminuir la confianza de la gente para el consumo, para el crecimiento económico, la seguridad de la gente manipular y calumniar a los mismo más de comunicación, a sus trabajadores creo que esta ley tiene a ayudarnos mucho y a poner un alto a quienes intentan a toda Costa desestabilizar nuestro país, que intentan dañar la imagen de Nicaragua y éste y calumnian todo esos mentirosos tiene que poner un alto. Además, vamos a irnos lo más extremo pues ni siquiera extremo, es la realidad

en otros países lo que aquí se hace o han hecho no lo podría ser porque automáticamente quedarían expuestos ante la justicia lo menos que se puede hacer y creo que estás haciendo un buen trabajo los diputados es promover están. Estoy totalmente de acuerdo.



Imágenes No. 18 y 19: screenshot de la conversación y entrevista realizada a Oscar Ortiz.

Fuente: Propia.

ENTREVISTA A RAFAEL LECHADO- WEB Y REDES SOCIALES TN8



Imagen No.20: foto proporcionada por Rafael Lechado, segundo Coordinador Área Web y Redes Sociales TN8.

Fuente: Propia.

a. ¿Qué piensa usted acerca de la grave situación de las "fakes news" o noticias falsas en las redes sociales?

Hola. Soy Rafael Lechado, segundo Coordinador Área Web y Redes Sociales TN8, bueno creo que al final esta pandemia que también existen con las noticias falsas, cada vez hay más acceso desde dispositivos más fácil de conseguir, con internet ahora es más accesible el mundo de las redes sociales, entonces se ha hecho una arma de doble filo, como pudieron ser unas herramientas de comunicación bastante efectiva para mucho tipo de cosas positivas, también han hecho una arma para cosas negativas, así que ocupan intereses ya en el mundo del conglomerado de los medios de comunicación para crear matrices de opinión que van sesgadas sobre algún lado política, cualquiera sabe de este lado político. Entonces las noticias falsas están hechas para asesar a las personas, alborotarles el pensamiento colectivo y lo que buscan es provocar una emoción en vez de transmitir una verdad.

b. ¿De qué manera afectan las "fakes news" o noticias falsas en la sociedad nicaragüense?

Aquí en la sociedad nicaragüense muchos lo vimos con el tema de 2018 como lo que era un incendio que se estaba trabajando para controlar el tema de Indio Maíz a través de las redes sociales y del mecanismo que ocupan este tipo de maquinarias para ocupar a algunos medios e inventar y exaltar algo que no era así, pues lo que provocó fue protestas que se salieron de control y ya todo el mundo sabe lo que ocurrió con el tema de 2018. Entonces en la sociedad nicaragüense han sido gravísimas sus consecuencias porque han provocado que mucha gente al creerse todo lo que dicen ahí, se busque como... como se tomen acciones que no corresponden al comportamiento racional y que se convierta en una violencia irascible.

c. ¿Cómo detectan las "fakes news" en las redes sociales? ¿Cuál es la plataforma digital dónde se presentan más estas situaciones?

Al final detectar o los mecanismos para detectar una fake news tiene que ver desde la credibilidad de donde proviene esa noticia. Es importante que siempre hay que verificar, ya sea en Facebook o Twitter o en el propio Instagram que la cuenta o el medio de comunicación donde salga cualquier tipo de noticia por lo menos tenga una verificación, el check blue que se le conoce. No significa que todas las que tiene check blue dicen cosas de verdad, pero por lo menos están un poco más, menos propensas a caer en ese juego tan descarado de decir noticias que simplemente son completamente falsas. Entonces creo que es importante y determinar la credibilidad y nunca quedarse con una sola fuente, siempre que uno mire una noticia de X tema hay que buscar en otros métodos, de hecho, desde google se puede buscar esa misma noticia, buscando palabras claves para encontrar si esa es la única versión del caso y repito la credibilidad del medio que uno puede ir verificando según el tiempo que tiene activo y la reacción de otras personas.

c. ¿Cómo detectan las "fakes news" en las redes sociales? ¿Cuál es la plataforma digital dónde se presentan más estas situaciones?

Actualmente no hay ninguna medida para contrarrestar lo de la fakes news simplemente es a través del usuario que tiene que tener la experiencia y la pericia para poder detectar y saber determinar si lo que está consumiendo, si lo que está leyendo tiene veracidad pero para eso es importante la ley que se está discutiendo a nivel nacional en la Asamblea sobre el ciberdelito, que entre muchos aspectos está el tema de las noticias falsas y poder sancionar

ya sea organismos o personas individuales que se encarguen de difundir información que pueda perjudicar a personas naturales o personas jurídicas.

d. ¿Existe alguna regulación o medidas para combatir las "fakes news en las plataformas digitales?

El diario La Prensa siempre ha sido uno que ha estado inclinado por cierto poderes en Nicaragua que tienen que ver con personas que no están al lado del movimiento progresista latinoamericano, son muy conservadores y con conservadores me refiero que tienen inclinación total hacia lo que es la derecha, y por ello tratan de hundir, de menoscabar cualquier esfuerzo que haga el gobierno nicaragüense, que es abiertamente de izquierda, abiertamente sandinista y que sus obras se concentran en que se dan a favor del pueblo. Entonces, su trabajo de ellos es simplemente denigrar, el tratar de desprestigiar a toda costa cualquier acción que haga el gobierno, entonces lo de ellos no puede ser jamás objetivo porque simplemente no, no pueden ver los dos lados de la moneda, simplemente se quedan con uno.

f. ¿Cuál es la percepción que tiene del diario LA PRENSA? ¿Existen fakes news en el medio? ¿Sus noticias tienen impacto en la sociedad?

En cuanto al impacto, pues hay que reconocer que tienen alto impacto, no deja de ser uno de los medios digitales más leídos a nivel nacional y que también tienen impresiones a nivel internacional, entonces creo que si es de preocupar de que sea tomado como la única referencia de noticias en Nicaragua y por eso es importante que otros medios, incluyendo tn8.tv o cualquier otro tenga más información para que, a como lo dije antes, que las personas o el usuario tenga más opciones de buscar, que la información en este caso, si aparece en La Prensa, que vea cual es la otra opción y se dé cuenta pues de cómo es la noticia. En el caso de La Prensa esta sesgada, esta inclinada simplemente a querer desprestigiar al gobierno.

g. ¿Tiene algún conocimiento sobre la propuesta de la nueva Ley para sancionar la propagación de las notificaciones falsas?

El ciberdelito se está discutiendo en el plenario, se está buscando las firmas de la mayor parte de la población, el ciberdelito tiene muchas connotaciones, no solamente para las noticias falsas, también es para el tema de trata de personas, para desviación de fondos a través de

fraudes por internet, entonces es una serie de medidas que tienen sentido, sobre todo en este tiempo que tanto Facebook y Twitter cada vez estén regulando más este tipo de temas y que otros países están tomando estas medidas porque si no hay una jurisdicción con la que alguien pueda... en la que se puedan actuar contra una persona que agrede a otra persona de manera escrita entonces lo que queda es un libertinaje, un libertinaje que causa daños a terceros. Entonces el que se esté discutiendo esto, es muy muy importante y muy necesario, no es algo que solo ocurre en Nicaragua sino es tan solo ver las medidas que ha tomado el propio Facebook y el propio Twitter bajo legislación de Estados Unidos para darse cuenta que es algo muy normal y muy importante que se esté tomando en estos tiempos.

h. ¿Qué propuesta o estrategia aportaría para contrarrestar las "fakes news" en las plataformas digitales?

Como propuesta entonces yo me uniría a todo lo que es el cibercrimen, pero primero hay que hacer una campaña muy importante, que esto tiene que ir desde los colegios, desde los trabajos, desde las familias mismas, la cúpula familiar para entender que uno no puede venir y escribir cualquier cosa de una persona, es como que alguien venga en la calle y tire un proferido sobre otra, existen obviamente leyes para que si alguien te agrede verbalmente eso es un delito. Entonces esa agresión verbal en la calle, afuera cara a cara con estos tiempos modernos se está no cara a cara, sino pantalla con pantalla, pero al final el efecto es el mismo. Una persona diciéndole algo a otra, entonces que se regule de la misma manera y que se sepa educar a la gente de que no simplemente por estar detrás de una pantalla signifique que esté protegido o que sea inmune. Las leyes son parejas cuando uno agrede a otra persona.

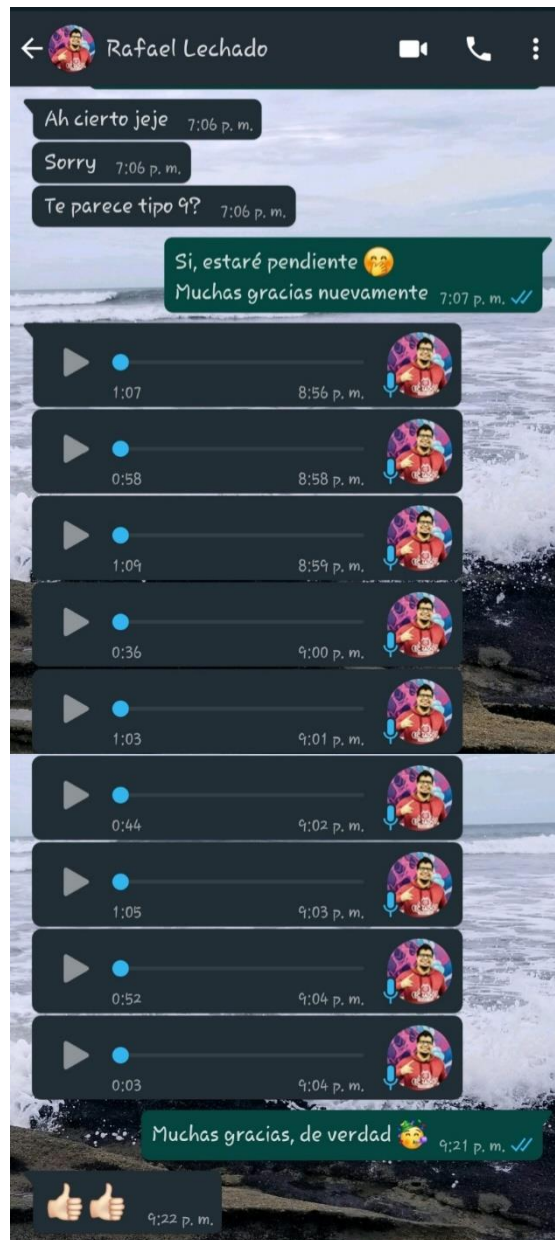
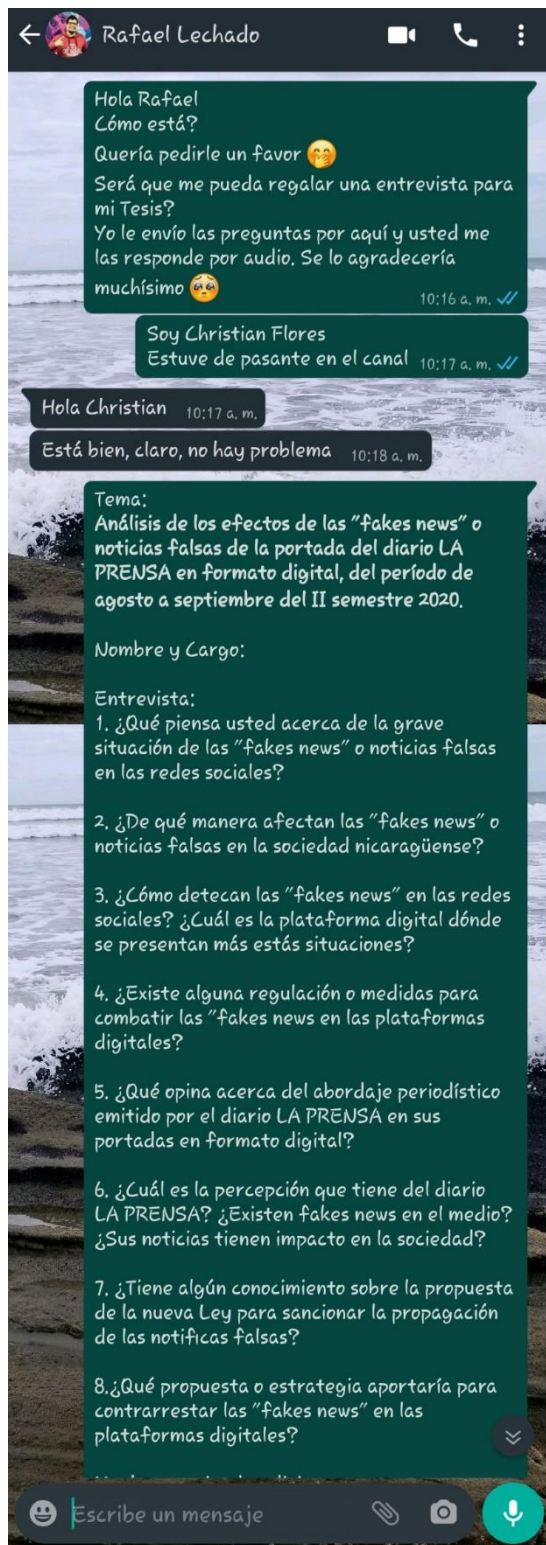


Imagen No. 21 y 22: screenshot de la conversación y entrevista realizada a Rafael Lechado. Fuente: Propia.