

Fake News about health on the WhatsApp social network, during the Covid-19 pandemic, year 2022

Serrin Valladares, Paul Ruben¹, Smith Corrales, César Augusto² and Gonzales Medina, Melissa Andrea³
^{1,2,3}Universidad Privada del Norte, Lima; Perú, N00145845@upn.pe, cesar.smith@upn.pe, melissa.gonzales@upn.pe

Abstract– *The present investigation which is entitled “Fake News about health on the WhatsApp social network, during the Covid-19 pandemic, year 2022”, formulated the following general objective: to analyze the fake news about health on the WhatsApp social network, during the Covid-19 pandemic, year 2022; proposed the following methodology: qualitative approach, under the case study research design, at a hermeneutical scope level, with a population of 20 messages and a sample of 10 messages and observation as a technique and the observation sheet as an instrument; it achieved the following main result: fake news cites recognized sources (government agencies and institutions, television channels, medical specialists, political representatives and scientific journals) with the aim of being credible media for readers; reached the following general conclusion: fake news on the WhatsApp social network tends to produce completely false content in favor of the “news”, where the authors address the issue of Covid-19 based on their personal benefits.*

Keywords— Covid-19, Fake News, Health, and Covid-19.

Digital Object Identifier: (only for full papers, inserted by LACCEI).

ISSN, ISBN: (to be inserted by LACCEI).

DO NOT REMOVE

Fake News sobre salud en la red social WhatsApp, durante la pandemia de la Covid-19, año 2022

Serrin Valladares, Paul Ruben¹, Smith Corrales, César Augusto² y Gonzales Medina, Melissa Andrea³
^{1,2,3}Universidad Privada del Norte, Lima; Perú, N00145845@upn.pe, cesar.smith@upn.pe, melissa.gonzales@upn.pe

Resumen— La presente investigación que lleva como título “Fake News sobre salud en la red social WhatsApp, durante la pandemia de la Covid-19, año 2022”, formuló el siguiente objetivo general: analizar las fake news sobre salud en la red social WhatsApp, durante la pandemia de la Covid-19, año 2022; planteó la siguiente metodología: enfoque cualitativo, bajo el diseño de investigación estudio de caso, de nivel de alcance hermenéutico, con una población de 20 mensajes y una muestra de 10 mensajes, y la observación como técnica y la ficha de observación como instrumento; consiguió el siguiente resultado principal: las fake news citan a fuentes reconocidas (agencias e instituciones de Gobierno, canales de televisión, médicos especialistas, representantes políticos y revistas científicas) con el objetivo de ser medios con credibilidad para los lectores; llegó a la siguiente conclusión general: las fake news sobre salud en la red social WhatsApp tienen una tendencia a producir contenidos totalmente falsos en favor de la “noticia”, donde los autores direccionan el tema de la Covid-19 en base a sus beneficios personales.

Palabras Clave— Covid-19, Fake News, Salud, y Covid-19.

I. INTRODUCCIÓN

Las *fake news*, anglicismo de noticias falsas, han estado presente en el desarrollo de la comunicación; es decir, desde los medios tradicionales (periódico, radio y televisión) hasta los medios digitales (redes sociales, imágenes, audios y videos digitales, páginas y sitios web, etc.).

Posetti y Matthews (2018), consideran como primera gran farsa periodística a *Great Moon Hoax* (Gran engaño de la Luna) de 1835, donde el periódico *The Sun* de *New York* publicó seis artículos sobre el descubrimiento de vida en la Luna, que era descrita a través de aves, bosques, criaturas humanoides con características de murciélagos, manadas de bisontes y gaselas, océanos y ríos. Tal investigación fue redactada por un inexistente Dr. Andrew Grant y respaldada, supuestamente, por Sir John Herschel, un matemático y astrónomo inglés [1].

Según Sandoval y Miranda (2019), el fenómeno de las noticias falsas tuvo una gran notoriedad y pasó a la agenda internacional durante las elecciones presidenciales de los Estados Unidos en 2016. Entre las *fake news* que se difundieron, vía *Twitter*, estaba la teoría conspirativa del *Pizzagate*, la cual aseguraba que Hilary Clinton, candidata por el Partido Demócrata, formaba parte de una red de pedofilia y esclavitud infantil, que tenía como epicentro a la pizzería *Comet Ping Pong* en *Washington DC*. [2].

Digital Object Identifier: (only for full papers, inserted by LACCEI).
ISSN, ISBN: (to be inserted by LACCEI).
DO NOT REMOVE

En base a ello, la combinación *fake news* fue nombrada palabra del año 2017 por los editores de *Oxford English Dictionary*, debido al aumento de su uso (un 365%). Además, el término *post-truth* (posverdad) fue escogida palabra del año 2016, que el mismo diccionario definió como “actitud de resistencia emocional ante hechos y pruebas objetivas” [3].

En enero de 2020, la enfermedad por coronavirus (Covid-19) empezó a sembrar miedo e incertidumbre en todo el mundo, siendo China el primer país afectado, debido a que el virus se originó en Wuhan, Hubei, China. La Organización Mundial de la Salud (OMS) (2020), afirma que la Covid-19 trajo consigo una sobreabundancia de información, a la cual denominó “infodemia”, que incluyó intentos deliberados por compartir mensajes premeditados para debilitar la respuesta de la salud pública e impulsar intereses de grupos o personas en concreto [4].

A escala internacional, Balarezo (2021), nombra la teoría conspirativa de la quinta generación (5G) de redes inalámbricas de celulares, la cual afirmaba que el virus se transmitía por medio de las redes de telefonía celular y, por consiguiente, la radiación de dichas redes exponía el sistema inmunitario contra la Covid-19 [5].

A nivel regional, Cifuentes, Cruz y Guacaneme (2020), mencionan a un grupo de *influencers* colombianos y españoles, que difundieron supuestas curas, vía *Instagram* y *Twitter*, para frenar al coronavirus: Paola Aristizábal, “pelito sanador”; Paula Gonu, “beber agua caliente” y Ubeimar Delgado, “jengibre” [6].

En el Perú, durante los primeros días de la pandemia, empezaron a circular diversas noticias falsas: documentos falsos emitidos por un Ministerio o Institución del Gobierno, estafas sobre el acceso al subsidio monetario, rumores de saqueos en mercados y creencias donde el virus se transmitía a través de los mosquitos y/o el aire.

Con respecto al sector salud, se divulgaron pruebas y remedios caseros, vía *Facebook* y *WhatsApp*, para combatir a la Covid-19: el consumo de té con ajo, kion, miel o limón, los baños de vapor, los blanqueadores o detergentes, las gárgaras con enjuague bucal o bicarbonato de sodio, las infusiones calientes, kits de pruebas falsas, etc.

II. METODOLOGÍA

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo, el diseño de investigación pertenece a un estudio de caso y el nivel de alcance de la investigación corresponde a un estudio hermenéutico.

De un total de 20 mensajes, en un determinado período de tiempo (de enero a diciembre del año 2020), se obtuvo una muestra conformada por 10 mensajes.

Se eligió al año 2020, debido a que fue el período de tiempo en que la Covid-19 llegó al Perú y, por tanto, el auge de las noticias falsas referentes a teorías, remedios y pruebas caseras contra el virus.

El universo comprendía la revisión de 20 mensajes, direccionados al sector salud durante el año 2020 de la red social *WhatsApp*. De aquellos 20, solo se tomó en cuenta una muestra de 10 mensajes, porque debían estar asociados a las dimensiones o categorías, indicadores o subcategorías.

Los 10 mensajes fueron sacados del diario La República y del medio de comunicación Ojo Público, mediante la sección Verificador LR y Ojo Biónico, respectivamente.

Tanto Verificador LR como Ojo Biónico pertenecen a la metodología *fact-checking*, cuyo objetivo es detectar errores, desacreditar noticias falsas y mejorar la calidad del debate público para revalorizar la verdad (Cifuentes, Cruz y Guacaneme, 2020) [6].

En el siguiente enlace, se encuentran en formato JPG, los 10 mensajes a analizar.

https://docs.google.com/document/d/1Xghq0V_Wcga8h-qY1977JuXRPrTcEDTI_Vqn-d-Dmbc/edit?usp=sharing

La presente investigación emplea la técnica de la observación. Además, el instrumento es el análisis de contenido a través de la ficha de observación/lista de chequeo.

III. RESULTADOS

Para obtener los resultados de la presente investigación, se aplicó la ficha de observación a cada uno de los 10 (5 en el presente artículo científico) mensajes sobre salud en la red social *WhatsApp*, durante la pandemia de la Covid-19, año 2022, en los cuales se evidenció la presencia de tipos, intereses externos y elementos de las fake news. Además, se aplicó la ficha de análisis a los 10 mensajes en general, con el objetivo de obtener las conclusiones.

Tabla 1: Ficha de observación

Mensaje:	Inmunólogo japonés afirma que la Covid-19 no es natural				
Fecha:	08/06/20				
Categoría	Subcategoría	Ítem	Sí	No	Observaciones
Tipos	Sátira o parodia	No pretende causar daño, pero tiende a hacerlo		X	
	Conexión falsa	El titular, la imagen y leyenda no respaldan el contenido		X	
	Contenido engañoso	Incrimina a alguien o a algo	X		El contenido incrimina a China de ser el país causante del virus, en específico, al laboratorio de Wuhan.
	Contexto falso	Contenido genuino fuera de		X	

		context				
	Contenido impostor	Suplanta a una persona, marca o entidad	X		Falsas afirmaciones de Tasuku Honjo, inmunólogo japonés, con relación a la Covid-19 y su creación en el laboratorio de Wuhan.	
	Contenido manipulado	Manipula información o imágenes		X		
	Contenido fabricado	Contenido totalmente falso	X		El contenido afirma que si el virus fuera natural, solo habría afectado a países con la misma temperatura que hay en China; es decir, estaría presente en lugares fríos, pero no en lugares cálidos.	
Intereses externos	Ecónomico	Buscan lucrar con las fake news		X		
	Político	Pretenden manipular la opinión de las personas		X		
	Publicitario	Cuantioso tráfico hacia medios sensacionalistas		X		
	Causar daño	Reputación y graves efectos a una empresa o persona	X		La "noticia" reduce la credibilidad de Tasuku Honjo, al nombrarlo en una teoría conspirativa.	
Elementos	Titular impactante	El titular es atractivo	X		Si bien no cuenta con un titular como tal, escribe la palabra "impactante" en mayúsculas y con un emoji (flecha descendente) a su lado.	
	Revelación que reafirma o indigna	Reafirma o indigna a la mentalidad prefijada		X		
	Apariencia legítima y confiable	Menciona a uno o más expertos en el tema		X		Además de mencionar a Tasuku Honjo, también cita declaraciones suyas para obtener mayor credibilidad.
		Usa logos de negocios			X	
Errores ortográficos	Adopta diseños de empresas o medios			X		
	Palabras mal escritas		X		La "noticia" comete errores ortográficos al colocar su titular en mayúsculas, usar de manera	
	Ausencia de signos ortográficos		X			
Uso inapropiado de		X				

		mayúsculas			errónea las comillas en la cita y no separar las palabras “el” y “100%”.
--	--	------------	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

Figura 1: La Covid-19 no es natural, sino fabricada

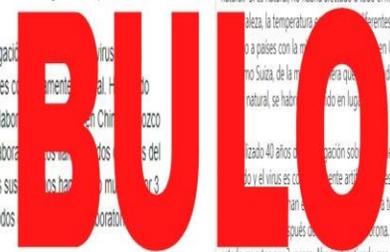
IMPACTANTE

El profesor japonés de fisiología o medicina, Dr. Tasuku Honjo, causó sensación hoy en los medios al decir que el virus corona no es natural. Si es natural, no habría afectado a todo el mundo así. Porque, dependiendo de la naturaleza, la temperatura es distinta en diferentes países. Si fuera natural, solo habría afectado a países con la misma temperatura que en China. En cambio, se extiende a un país como Suiza, de la misma manera que se extiende a zonas desérticas, mientras que si fuera natural, se habría extendido en lugares fríos, pero habría muerto en lugares cálidos.

"He realizado 40 años de investigación sobre virus y virus. No es natural. Está fabricado y el virus es completamente artificial. He estado trabajando durante 4 años en el laboratorio en China en marzo de 2019, pero todos sus teléfonos han estado muertos por 3 meses. Ahora se entiende que todos estos técnicos de laboratorio están muertos."

Basado en todo mi conocimiento e investigación hasta la fecha, puedo decir esto con el 100% de confianza de que Corona no es natural. No vino de los murciélagos. China lo hizo. Si lo que digo hoy resulta ser falso ahora o incluso después de mi muerte, el gobierno puede retirar mi Premio Nobel, pero China está mintiendo y esta verdad algún día se revelará a todos".

https://en.m.wikipedia.org/wiki/Tasuku_Honjo



Fuente: La República

Tabla 2: Ficha de observación

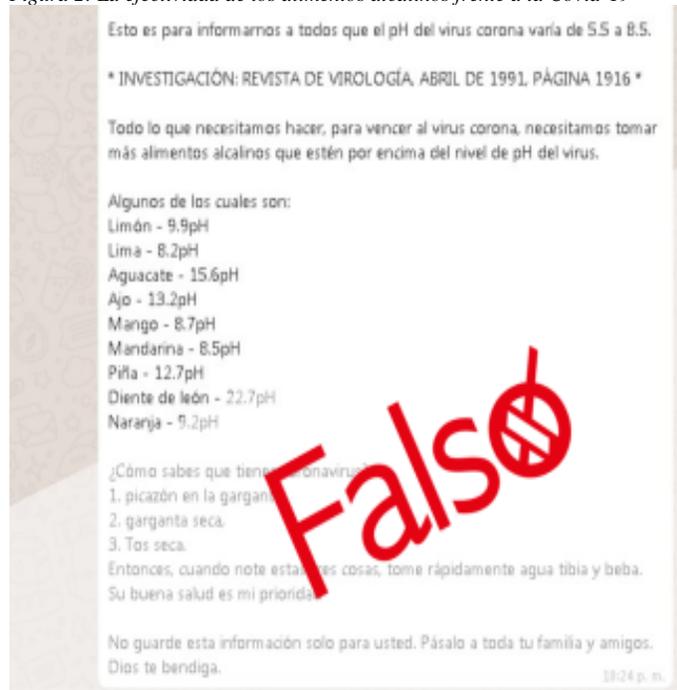
Mensaje:	Según una revista científica, los alimentos alcalinos eliminan la Covid-19				
Fecha:	12/07/20				
Categoría	Subcategoría	Ítem	Sí	No	Observaciones
Tipos	Sátira o parodia	No pretende causar daño, pero tiende a hacerlo		X	
	Conexión falsa	El titular, la imagen y leyenda no respaldan el contenido		X	
	Contenido engañoso	Incrimina a alguien o a algo		X	
	Contexto falso	Contenido genuino fuera de contexto	X		El estudio que menciona la "noticia" es verdadero, pero fue publicado en 1991; sin embargo, la Covid-19 fue recién descubierta en diciembre de 2019.

	Contenido impostor	Suplanta a una persona, marca o entidad		X	
	Contenido manipulado	Manipula información o imágenes	X		La "noticia" menciona el nivel de pH de los alimentos alcalinos (limón, aguacate, ajo, piña, diente de león, etc.) para vencer al coronavirus.
	Contenido fabricado	Contenido totalmente falso	X		El contenido afirma que el nivel de pH del virus varía entre 5.5 a 8.5. Por lo tanto, para eliminar a la Covid-19, se necesita ingerir alimentos alcalinos que estén por encima de aquel nivel.
Intereses externos	Ecónomico	Buscan lucrar con las fake news		X	
	Político	Pretenden manipular la opinión de las personas	X		La "noticia" busca incitar el consumo de alimentos alcalinos para vencer al virus, dado que solicita no quedarse con el mensaje, sino compartirlo con familiares y amigos.
	Publicitario	Cuantioso tráfico hacia medios sensacionalistas		X	
	Causar daño	Reputación y graves efectos a una empresa o persona		X	
Elementos	Titular impactante	El titular es atractivo		X	
	Revelación que reafirma o indigna	Reafirma o indigna a la mentalidad prefijada	X		Reafirma la mentalidad prefijada, porque fortalece el mito de los remedios caseros (ajo, kion, infusiones calientes, limón, miel, etc.) para eliminar a la Covid-19.
	Apariencia legítima y confiable	Menciona a uno o más expertos en el tema	X		El contenido menciona como fuente a la Revista de Virología, acompañada de la fecha de publicación y
		Usa logos de negocios		X	
	Adopta diseños de empresas o		X		

		medios			el número de página.
Errores ortográficos	Palabras mal escritas		X		Al momento de redactar los datos de la revista, la "noticia" hace un uso inapropiado de mayúsculas. Con respecto a la numeración, no coloca la letra inicial en mayúsculas.
	Ausencia de signos ortográficos		X		
	Uso inapropiado de mayúsculas	X			

Fuente: Elaboración propia

Figura 2: La efectividad de los alimentos alcalinos frente a la Covid-19



Fuente: La República

Tabla 3: Ficha de observación

Mensaje:	Las vacunas contra la Covid-19 poseen metales tóxicos				
Fecha:	01/09/20				
Categoría	Subcategoría	Ítem	Sí	No	Observaciones
Tipos	Sátira o parodia	No pretende causar daño, pero tiende a hacerlo		X	
	Conexión falsa	El titular, la imagen y leyenda no respaldan el contenido		X	
	Contenido engañoso	Incrimina a alguien o a algo	X		La "noticia" incrimina a las vacunas contra la Covid-19 de poseer metales tóxicos (cromo, níquel, plomo, titanio y tungsteno) para el ser humano.
	Contexto falso	Contenido		X	

		genuino fuera de contexto			
	Contenido impostor	Suplanta a una persona, marca o entidad		X	
	Contenido manipulado	Manipula información o imágenes		X	
	Contenido fabricado	Contenido totalmente falso	X		El contenido afirma que las vacunas poseen AND fetal (célula madre), glifosato (herbicida) y arsénico, cloro y uranio (elementos químicos).
Intereses externos	Ekcnmico	Buscan lucrar con las fake news		X	
	Político	Pretenden manipular la opinión de las personas	X		La "noticia" busca impedir que la población se inmunice contra la Covid-19, comunicando que las vacunas contienen metales tóxicos.
	Publicitario	Cuantioso tráfico hacia medios sensacionalistas	X		La "noticia" busca conducir a las personas, mediante el uso de códigos QR y enlaces o vínculos, hacia páginas o sitios web, que respaldan la autenticidad de la información.
	Causar daño	Reputación y graves efectos a una empresa o persona		X	
Elementos	Titular impactante	El titular es atractivo	X		El titular logra captar la atención del lector, debido a que informa sobre un acontecimiento que pone en peligro el bienestar de las personas.
	Revelación que reafirma o indigna	Reafirma o indigna a la mentalidad prefijada	X		Indigna la mentalidad prefijada, porque establece el pensamiento de que las vacunas son dañinas y que las personas deben pensarlo, al menos, dos veces antes de inmunizarse.
		Menciona a uno o más expertos	X		El contenido menciona como

Apariencia legítima y confiable	en el tema				fuentes a páginas y sitios web. A su vez, indica que existen miles de estudios científicos al respecto, pero no los cita.
	Usa logos de negocios		X		
Errores ortográficos	Adopta diseños de empresas o medios			X	Al nombrar las sustancias químicas, el contenido escribe la palabra "glifosato" de manera separada.
	Palabras mal escritas	X			
	Ausencia de signos ortográficos			X	
	Uso inapropiado de mayúsculas			X	

Fuente: Elaboración propia

Figura 3: Los metales tóxicos que poseen las vacunas contra la Covid-19

¿TIENES PENSADO VACUNARTE?
QUIZÁ TE INTERESE SABER...
¿QUÉ SUSTANCIAS QUÍMICAS CONTIENEN LAS VACUNAS?
ANTE LA DUDA, INFÓRMATE. CON LA SALUD NO SE JUEGA

Estas son solo unas pocas de las sustancias encontradas en numerosos análisis de vacunas hechos en laboratorios independientes, aquellos que no cobran de farmacéuticas

SALES DE ALUMINIO
coadyuvante más empleado (potenciador de efecto de la vacuna)

Compuestos micro, submicro y nano moleculares **NO BIODEGRADABLES, INORGÁNICOS y BIOINCOMPATIBLES**

- Acero inoxidable • Plomo • Tungsteno
- Cloro • Níquel • Cromo • Titanio • ...

<https://medcraiveonline.com/uvv/uvv-04-00072>

GLIFOSATO

<https://www.corveia.it/es/approfondimenti/vaccini/analisi/glifosato-nel-vaccino-11/analisi-di-moms-across-america.html>

OXIHIDRÓXIDOS DE ALUMINIO

<https://cienciaysaludnatural.com/tema/aluminio/>

ARSÉNICO - MERCURIO NÍQUEL - URANIO

www.IMPFKRITK.DE

ADN FETAL RETROVIRUS K ENDÓGENO HUMANO

<https://cienciaysaludnatural.com/estudio/autoinmunidad-y-mutagenesis-causada-por-residuos-de-fetos-humanos-en-vacunas/>

FORMALDEHÍDO BROMURO DE CETILTRIMETILAMONIO POLYSORBATE 80

<https://www.infosalus.com/nutricion/noticia-efectos-salud-algunos-aditivos-alimenticios-20150227180340.html>

Existen más de **1000** estudios científicos al respecto. Te presentamos una selección de algunas de las cuestiones más relevantes que puedes ampliar yendo a los enlaces que facilitamos y así podrás verificar su autenticidad.

El conocimiento debe estar al alcance de todos.

Fuente: Ojo Público

Tabla 4: Ficha de observación

Mensaje:	Según un oftalmólogo chino, consumir café ayuda a curar la Covid-19				
Fecha:	11/06/20				
Categoría	Subcategoría	Ítem	Sí	No	Observaciones
	Sátira o parodia	No pretende causar daño, pero tiende a hacerlo		X	
	Conexión falsa	El titular, la		X	

Tipos		imagen y leyenda no respaldan el contenido			
	Contenido engañoso	Incrimina a alguien o a algo		X	
	Contexto falso	Contenido genuino fuera de contexto		X	
	Contenido impostor	Suplanta a una persona, marca o entidad	X		Falsas investigaciones de Li Wenliang, oftalmólogo chino, bajo el respaldo de la CNN, canal de televisión estadounidense, con relación a la Covid-19 y las sustancias químicas del café.
	Contenido manipulado	Manipula información o imágenes		X	
	Contenido fabricado	Contenido totalmente falso	X		El contenido afirma que las sustancias químicas en el café (metilxantina, teobromina y teofilina), estimulan compuestos, que pueden prevenir la Covid-19 en los pacientes que posean, al menos, un sistema inmunitario promedio.
Intereses externos	Ecónomico	Buscan lucrar con las fake news		X	
	Político	Pretenden manipular la opinión de las personas		X	
	Publicitario	Cuantioso tráfico hacia medios sensacionalistas		X	
	Causar daño	Reputación y graves efectos a una empresa o persona	X		La "noticia" reduce la credibilidad de la CNN al nombrarlo en un mensaje falso. Además, desprestigia la memoria del difunto Li Wenliang.
	Titular impactante	El titular es atractivo	X		Si bien no cuenta con un titular como tal, utiliza la popularidad de un medio al escribir "últimas noticias de

Elementos	Revelación que reafirma o indigna	Reafirma o indigna a la mentalidad prefijada	X		CNN". Reafirma la mentalidad prefijada, porque fortalece el mito de los remedios caseros (ajo, kion, infusiones calientes, limón, miel, etc.) para disminuir el impacto de la Covid-19.
		Menciona a uno o más expertos en el tema	X		El contenido menciona los hallazgos de Li Wenliang. A su vez, cita a la CNN como el autor de la información.
	Apariencia legítima y confiable	Usa logos de negocios		X	
		Adopta diseños de empresas o medios		X	
	Errores ortográficos	Palabras mal escritas		X	La "noticia" no emplea la coma al escribir las sustancias químicas del café y, esta última palabra, se redacta casi siempre en mayúsculas a lo largo del texto.
		Ausencia de signos ortográficos	X		
		Uso inapropiado de mayúsculas	X		

Fuente: Elaboración propia

Figura 4: La efectividad del café frente a la Covid-19

~~Últimas noticias de CNN: -~~

Dr. Li Wenliang
 El héroe médico de China, que fue castigado por decir la verdad sobre el CoronaVirus y luego murió de la misma enfermedad, había documentado archivos de casos con fines de investigación y en los archivos propuso una cura que disminuiría significativamente el impacto de COVID - 19. Las sustancias químicas **Metilxantina Teobromina y Teofilina** que estimulan compuestos que pueden evitar estos virus en humanos con al menos tener un sistema inmunitario promedio. Lo más sorprendente es que estas palabras complejas que fueron tan difíciles de pronunciar para las personas en China son **EI CAFÉ**. Nuestro CAFÉ regularmente tiene todos estos químicos. La principal **metilxantina** en el café es la cafeína. Otras metilxantinas que se encuentran en el CAFÉ son dos compuestos químicamente similares, la **Teobromina** y la **Teofilina**. La planta de CAFÉ crea estos químicos como una forma de alejar los insectos y otros animales. Quién diría que la solución completa a este virus sería una simple taza de café y esa es la razón por la cual tantos pacientes en China, están siendo curados.

Fuente: Ojo Público

Tabla 5: Ficha de observación

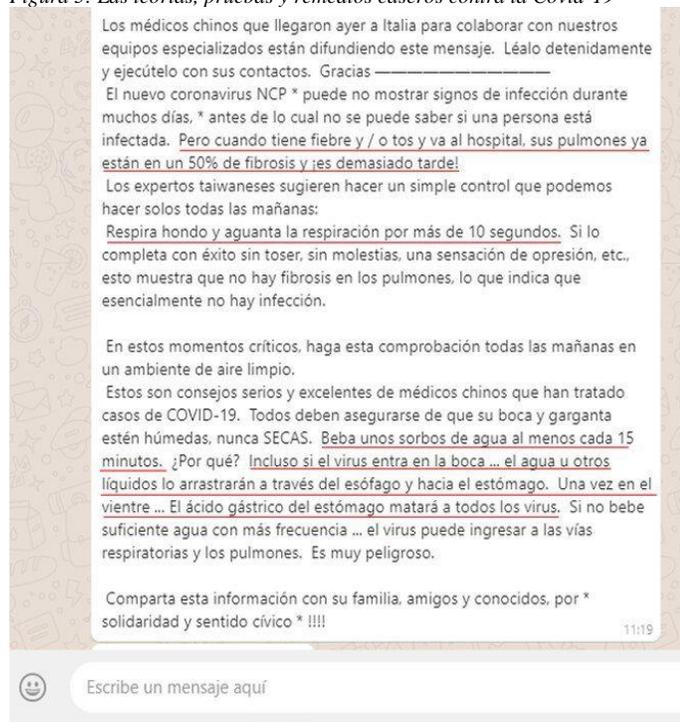
Mensaje:	Según expertos taiwaneses, existe una prueba casera para detectar a la Covid-19				
Fecha:	17/03/20				
Categoría	Subcategoría	Ítem	Sí	No	Observaciones
	Sátira o parodia	No pretende causar daño, pero tiende a hacerlo		X	
	Conexión falsa	El titular, la imagen y leyenda no respaldan el contenido		X	
	Contenido	Incrimina a		X	

Tipos	engañoso	alguien o a algo			
	Contexto falso	Contenido genuino fuera de contexto		X	
	Contenido impostor	Suplanta a una persona, marca o entidad	X		Falsas investigaciones de expertos taiwaneses y médicos chinos, con relación a la Covid-19 y las pruebas y remedios caseros, respectivamente.
	Contenido manipulado	Manipula información o imágenes		X	
	Contenido fabricado	Contenido totalmente falso	X		El contenido afirma que al respirar hondo y aguantar la respiración por más de 10 segundos, sin presentar tos, molestias o una sensación de opresión, significa que no existe fibrosis en los pulmones; es decir, el paciente no presenta el virus.
Intereses externos	Ecónomico	Buscan lucrar con las fake news		X	
	Político	Pretenden manipular la opinión de las personas	X		La "noticia" busca incitar el uso de pruebas caseras para detectar al virus, además de seguir una serie de consejos (remedios caseros) para eliminarlo, dado que solicita compartir el mensaje con contactos, utilizando la excusa de la solidaridad y el sentido cívico.
	Publicitario	Cuantioso tráfico hacia medios sensacionalistas		X	
	Causar daño	Reputación y graves efectos a una empresa o persona		X	
	Titular impactante	El titular es atractivo		X	
	Revelación que reafirma o indigna	Reafirma o indigna a la mentalidad prefijada		X	
	Apariencia	Menciona a uno o más expertos en el tema	X		El contenido menciona como fuente a expertos
		Usa logos de		X	

Elementos	legítima y confiable	negocios		X	taiwaneses y médicos chinos. A su vez, detalle los procedimientos a seguir, tanto con las pruebas caseras como con los remedios caseros.
		Adopta diseños de empresas o medios			
	Errores ortográficos	Palabras mal escritas		X	Al colocar el aviso de concientización, la "noticia" no utiliza el signo de exclamación al inicio. Asimismo, escribe la palabra "secas" en mayúscula dentro del texto.
Ausencia de signos ortográficos		X			
Uso inapropiado de mayúsculas		X			

Fuente: Elaboración propia

Figura 5: Las teorías, pruebas y remedios caseros contra la Covid-19



Fuente: La República

Ficha de análisis:

En la primera categoría “tipos”.

Se considera que la ausencia de la sátira o parodia en los mensajes se debe a que está asociada a un contenido de humor y, por ello, la “noticia” no expondría la seriedad que necesita. Como señala Wardle (2017) citada por Sandoval y Miranda (2019), la sátira o parodia genera y publica contenido a modo de humor, sin la intención de causar daño; sin embargo, pueden engañar a algunos usuarios [2].

La conexión falsa incita a que el lector continúe leyendo el contenido, debido a que el titular menciona que no hay vacunas para toda la población; no obstante, no ofrece más información en el cuerpo del texto. Se considera que la presencia de la conexión falsa se debe a que está asociada a un contenido sensacionalista (titular, imágenes y/o subtítulos) y, así, consigue que un público masivo visualice la “noticia”.

El contenido engañoso incrimina a países, personal y dispositivos médicos, donde señala su responsabilidad por la creación, esparcimiento y provocación de enfermedades, respectivamente. Además, acusa a las vacunas contra la Covid-19 de contener metales tóxicos para la población. Se considera que la presencia del contenido engañoso se debe a que está asociado a una “noticia” que busca culpar a alguien o a algo, puesto que el contenido es publicado bajo los prejuicios del autor.

Se hace uso del contexto falso para cambiar algunos datos del contenido, al mencionar estudios científicos que, si bien son verdaderos y cumplen uno o más objetivos, son descontextualizados a favor de la “noticia”. Según Sandoval y Miranda (2019) de acuerdo con Wardle (2017), el contexto falso recoge información real o un hecho que sí ocurrió; sin embargo, la “noticia” la difunde bajo un escenario erróneo [2].

En los mensajes analizados, se utiliza el contenido impostor para reforzar la credibilidad de la “noticia”, al nombrar médicos especialistas, revistas científicas, representantes políticos, canales de televisión y agencias e instituciones de Gobierno como fuentes del contenido. Como indica Wardle (2017) citada por Sandoval y Miranda (2019), el contenido impostor determina el impacto de la “noticia”, ya que otorga más veracidad a la información falsa que se comparte [2].

El contenido manipulado va acorde a la ideología del autor, con respecto a los dispositivos médicos. Además, altera la cifra de fallecidos por la Covid-19 en Israel, mientras agrega un valor erróneo al pH de alimentos alcalinos. Se considera que la ausencia de imágenes manipuladas en los mensajes es desafortunada, debido a que ilustran de manera más amplia la información que se quiere hacer creer.

En el contenido fabricado, es notorio el uso de información totalmente falsa, apoyada por remedios y pruebas caseras, capaces de ser realizadas por la población en general. Asimismo, se hace uso de teorías conspirativas relacionadas a la Covid-19, puesto que despiertan la curiosidad de las personas, ya sea de manera positiva o negativa. Según Sandoval y Miranda (2019) de acuerdo con Wardle (2017), el contenido fabricado está diseñado con el único objetivo de engañar y/o perjudicar [2].

En la segunda categoría “intereses externos”.

En los mensajes analizados, no se presenta el interés económico, ya que al ser WhatsApp la red social elegida, no hay forma de monetizar mediante el envío de cadenas. Un proceso que sí sucede en otras plataformas como YouTube,

que genera ingresos a través de las suscripciones al canal y visualizaciones de los videos. Como indica Amorós (2018) citado por Cuentas (2020), el interés económico busca lucrar y le da igual lo que la desinformación ocasione en la sociedad [7].

El interés político pretende incitar el uso de pruebas y remedios caseros e impedir que la población se vacune y utilice mascarilla. Se considera que la presencia del interés político se debe a que está asociado a manejar la opinión de las personas y, de esta manera, la “noticia” obtendría beneficios ideológicos: la población ve a las pruebas y remedios caseros como una solución efectiva frente al virus y califica a las vacunas y mascarillas de dañinas, todo ello mediante el apoyo de fuentes reconocidas.

Se hace uso del interés publicitario para conducir a los lectores hacia plataformas cuestionadas, mediante la utilización de códigos QR y enlaces o vínculos que describen sus teorías. Según Cuentas (2020) de acuerdo con Amorós (2018), el interés publicitario tiene a su favor la inmediatez y, gracias a su presentación realista, logra que antes de contrastar la información, miles de usuarios ya viralicen la “noticia” [7].

El interés de causar daño busca desprestigiar la imagen de médicos especialistas, instituciones de formación superior, canales de televisión y agencias e instituciones de Gobierno. Se considera que la presencia de causar daño se debe a que está asociado a afectar la reputación y ocasionar graves efectos a la oposición del autor, disminuyendo su credibilidad y logrando que sus seguidores dejen de apoyarlo.

En la tercera categoría “elementos”.

En los mensajes analizados, se utiliza el titular impactante para presentar información desconcertante o esperanzadora, mientras va redactada en mayúsculas y acompañada de emojis. Se considera que la presencia del titular impactante se debe a que está asociado a atraer la atención del lector, debido a que es lo primero que visualiza de la “noticia” y, por ende, utiliza palabras llamativas: “impactante”, “últimas noticias” y “esta información es muy importante”.

Se hace uso de la revelación que reafirma o indigna para despertar emociones o reacciones en la población, al mencionar la efectividad de los remedios caseros, la falta de vacunas y lo dañinas que son, incluyendo a las mascarillas. Como señala Amorós (2018) citado por Asanza y Moreno (2020), para que una desinformación tenga mayor efecto se busca un sesgo de confirmación; es decir, debe encajar en la mentalidad prefijada de las personas [8].

La apariencia legítima y confiable pretende simular una noticia real a través de expertos (médicos especialistas, revistas científicas, representantes políticos y canales de televisión), logos y diseños (agencias e instituciones de Gobierno). Se considera que la presencia de la apariencia legítima y confiable se debe a que está asociada a crear confianza con el lector, puesto que valora la información proveniente de fuentes reconocidas.

Los errores ortográficos se presentan al redactar partes o todo el titular en mayúsculas, no colocar comillas en las citas, escribir de manera errónea las sustancias químicas, entre otros. Según Asanza y Moreno (2020) de acuerdo con Amorós (2018), un aspecto a tomar en cuenta para identificar a las *fake news* es la ortografía, ya que los errores ortográficos dan un indicio de que se podría tratar de desinformación [8].

IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Los autores Gutiérrez, Coba y Gómez (2020), encontraron que el formato más empleado para hacer circular las *fake news* fue el texto (40,2%), este resultado es parecido a la presente investigación, la cual presentó texto en todas las noticias falsas, debido a que se analizó la red social *WhatsApp*, una aplicación de mensajería donde, a diferencia de otras plataformas (*Facebook*, *Instagram* o *YouTube*), prepondera lo escrito antes que los videos o audios [9].

Los autores Guerrero y Peña (2021), hallaron que las *fake news* sobre la pandemia de la Covid-19 utilizaron imágenes de noticias pasadas o de otras noticias que nada tienen que ver con el contexto actual, este resultado es contrario a la presente investigación, la cual no presentó imágenes manipuladas, puesto que se analizó la red social *WhatsApp*, una aplicación de mensajería donde predominó el envío de cadenas con texto, pero sin fotografías [10].

La presente investigación encontró que el tipo de desinformación más encontrado en las *fake news* es el contenido fabricado. La autora Cuentas (2020), también identificó aquel tipo de desinformación; sin embargo, el contenido manipulado fue el más común, ya que la autora aplicó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento y, por ello, obtuvo sus resultados en base a las opiniones de una determinada muestra [7].

La presente investigación halló que la mayoría de los mensajes analizados, 7 de 10, poseen un interés externo ideológico, este resultado es igual al estudio de López, Gómez y Córdoba (2021), quienes identificaron que la finalidad ideológica es la principal motivación de los mensajes, debido a que los mitos contra la Covid-19 formaron parte de la infodemia: desde el negacionismo, personas que no aceptaban su existencia, hasta los remedios caseros, alimentos que eliminaban el virus [11].

La presente investigación encontró que la mayoría de los mensajes analizados, 7 de 10, presentan un titular impactante, este resultado es parecido al estudio de Asanza y Moreno (2020), quienes identificaron que todas las desinformaciones observadas tienen un titular impactante, puesto que las autoras analizaron una muestra mayor (13) y, por ende, obtuvieron más posibilidades de identificar a este elemento de las *fake news* [8].

El autor Asorza (2021), encontró que las *fake news*, expuestas en el canal de televisión peruano Willax TV, denotaron un perjuicio para la sociedad peruana, este resultado

es igual a la presente investigación, la cual despertó la indignación de las personas, ya que las vacunas contra la Covid-19 formaron parte de la infodemia: desde su efectividad, en comparación con la ivermectina, hasta su seguridad, debido a los supuestos metales tóxicos que poseía [12].

La presente investigación halló que todos los mensajes analizados presentan errores ortográficos, este resultado es parecido al estudio de Benítez, Conde, Gamboa, Reyes y Sanabria (2019), quienes identificaron que la mayoría de los casos no presentan buena ortografía, debido a que en *Twitter* y *WhatsApp* se tiende a difundir mensajes con rapidez y, por ello, poco importa la redacción, sino la primicia de la información [13].

Se encontró que las *fake news* sobre salud en la red social *WhatsApp* tienen una tendencia a producir contenidos totalmente falsos en favor de la “noticia”, esto se evidencia en los mensajes de enero a diciembre del año 2020, donde los autores direccionan el tema de la Covid-19 en base a sus beneficios personales. Estas *fake news* son difundidas con el objetivo de fomentar la desinformación, sin importar el daño que cause su falta de veracidad a través de tipos que definen su grado de intención, intereses externos que justifiquen su creación y elementos que caractericen su presentación.

Se halló que los tipos de *fake news* sobre salud en la red social *WhatsApp* tienen una tendencia a suplantar médicos especialistas en favor de la “noticia”, esto se evidencia en los mensajes de enero a diciembre del año 2020, donde los autores direccionan el tema de la Covid-19 en base a ser fuentes con credibilidad. Estas *fake news* son difundidas con el fin de engañar al lector, sin importar las dudas que originen frente al virus por medio de titulares que no respaldan el contenido, incriminar a países, descontextualizar artículos científicos, manipular cifras de fallecidos y crear teorías conspirativas.

Se encontró que los intereses externos de las *fake news* sobre salud en la red social *WhatsApp* tienen una tendencia a manejar la opinión de las personas en favor de la “noticia”, esto se evidencia en los mensajes de enero a diciembre del año 2020, donde los autores direccionan el tema de la Covid-19 en base a su orientación ideológica. Estas *fake news* son difundidas con el objetivo de conseguir nuevos seguidores, sin importar la ignorancia que provoquen en la sociedad a través de guiar al lector hacia plataformas sensacionalistas y afectar la reputación de agencias e instituciones de Gobierno.

Se halló que los elementos de las *fake news* sobre salud en la red social *WhatsApp* tienen una tendencia a crear confianza con el lector en favor de la “noticia”, esto se evidencia en los mensajes de enero a diciembre del año 2020, donde los autores direccionan el tema de la Covid-19 en base a ser medios con predilección. Estas *fake news* son difundidas con el fin de ser reenviadas por el lector, sin importar que predomine el factor emocional antes que el racional por medio de titulares impactantes, reafirmar los remedios caseros e indignar con

vacunas dañinas, pero con la desventaja de presentar errores ortográficos.

REFERENCIAS

- [1] Posetti, J. y Matthews, A. (2018). Una breve guía de la historia de las noticias falsas y la desinformación. *International Center for Journalists*, 1, pp. 1-21.
- [2] Sandoval, J. y Miranda, I. (2019). *Fake news y credibilidad de los medios de comunicación digitales en Lima-Perú. Caso: suicidio de Alan García* [Tesis de Licenciatura, Universidad Tecnológica del Perú] Repositorio Institucional de la Universidad Tecnológica del Perú.
- [3] Rodríguez, C. (03 de noviembre de 2017). *Fake news, palabra del año del Diccionario de Oxford*. El Mundo. <https://www.elmundo.es/cultura/cine/2017/11/03/59fc80f4468aebd1508b46a0.html>
- [4] Organización Mundial de la Salud (OMS) (23 de septiembre de 2020). Gestión de la infodemia sobre la Covid-19: promover comportamientos saludables y mitigar los daños derivados de la información incorrecta y falsa. *World Health Organization (WHO)*. <https://www.who.int/es/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation>
- [5] Balarezo, G. (2021). El virus de las “noticias falsas” en la pandemia de la Covid-19. *Diagnóstico*, 60 (1), pp. 40-49. <http://hdl.handle.net/10757/655744>
- [6] Cifuentes, N., Cruz, B. y Guacaneme, E. (2020). *Análisis del impacto de las fake news emitidas por influencers en Facebook, Twitter e Instagram relacionadas con el COVID-19 durante los meses de marzo, abril, mayo y junio en la ciudad de Bogotá* [Proyecto de trabajo de grado de Licenciatura, Fundación Universidad Compensar] Repositorio Fundación Universidad Compensar.
- [7] Cuentas, L. (2020). *Características de las fake news que se difunden por las redes sociales sobre el coronavirus Covid-19 y sus consecuencias en la credibilidad de los medios de comunicación en Arequipa – Primer semestre del 2020* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa] Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de la UNSA.
- [8] Asanza, M. y Moreno, B. (2020). Fake News en tiempos de crisis: Aproximación a su reconocimiento y percepción durante el confinamiento por Covid-19 en Ecuador [Trabajo de titulación, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil] Repositorio Digital UCSG.
- [9] Gutiérrez, L., Coba, P., Gómez, J. (2020). Noticias falsas y desinformación sobre el COVID-19: análisis comparativo de seis países iberoamericanos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 78, pp. 237-264. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1476>
- [10] Guerrero, Y. y Peña, D. (2021). *Caracterización de las noticias falsas sobre la pandemia de la Covid-19 en Facebook, agosto-septiembre 2020* [Trabajo de investigación, Universidad Nacional de Piura] Repositorio Institucional de la Universidad de Piura.
- [11] López, A., Gómez, B. y Córdoba, A. (2021). Desinformación y verificación de datos. El caso de los bulos sobre la vacunación contra la COVID-19 en España. *Revista Ibérica de Sistemas y Tecnologías de Información*, 45, pp. 431-443.
- [12] Asorza, H. (2021). *Fake News en la narrativa de Willax TV. Impacto social y desafíos* [Tesis para optar por el Título Profesional de Licenciado en Comunicación, Universidad de Lima] Repositorio Institucional Universidad de Lima.
- [13] Benítez, L., Conde, J., Gamboa, J., Reyes, J. y Sanabria, J. (2019). *La influencia de las noticias falsas en la opinión pública: un análisis desde Twitter y Vanguardia* [Tesis de Licenciatura, Repositorio Universidad Autónoma de Bucaramanga] Universidad Autónoma de Bucaramanga.