



# Análisis cuantitativo y cualitativo de las falsas noticias sobre la COVID-19 en Colombia\*



Lina María Leal Villamizar\*\*  
Sonia Milena Torres Quiroga\*\*\*

Recibido: 2021-04-12 • Enviado a pares: 2022-05-15  
Aprobado por pares: 2021-07-07 • Aceptado: 2022-07-30  
<https://doi.org/10.22395/angr.v21n42a12>

## Resumen

En medio de la lucha mundial contra la COVID-19 acaece otro mal; se trata de la desinformación, término que constituye la circulación masiva de informaciones falsas relacionadas con el virus, las cuales ayudan a incrementar la incertidumbre e incluso el número de contagiados o muertos.

En el mundo se lograron desmentir más de seis mil informaciones durante la pandemia, el 9 % en Colombia, gracias a los equipos periodísticos de *Colombia Check*, *La Silla Vacía*, *Maldita.es* y *AFP*. Este trabajo tiene como propósito identificar y estudiar, mediante análisis de contenido, quinientas cuarenta y nueve desinformaciones o informaciones inexactas que circularon en el país en relación con la Covid-19, durante el año 2020. Se hizo un conteo de las informaciones falsas, así como de las categorías establecidas por los medios chequeadores, con el propósito de determinar su grado de falsedad, los medios y canales a través de los cuales circularon, autorías, formatos y tipos de desinformaciones, entre otros.

El análisis devela que las redes sociales son en un 87,4 % los espacios donde más circula información falsa; sin embargo, los medios de comunicación y algunos personajes públicos también aportan en un porcentaje menor a la problemática, con un 17 %.

La vacuna que proponemos se enfoca en la educación a los futuros periodistas para que ejerzan la verificación necesaria de las crecientes informaciones que invaden la sociedad, y que la ciudadanía reconozca la veracidad de las fuentes de las informaciones a las que tiene acceso. Se trata de maneras de combatir la desinformación, que puede resultar tan letal como el mismo virus.

**Palabras clave:** desinformación; periodismo; academia; pandemia; Colombia; fake news; redes sociales; medios de comunicación.

\* Este artículo es el resultado de la investigación denominada: "Vacuna contra la desinformación en Colombia: análisis y propuestas desde la Academia" realizada en 2021. Grupo de Investigación Comunicación y construcción social del programa de Comunicación Social - Periodismo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, Uniminuto, sede principal, Colombia.

\*\* Comunicadora social – periodista. Docente investigadora de la Corporación Universitaria Minuto de Dios. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3304-5251>. Maestra en Historia. Correo electrónico: [lina.leal@uniminuto.edu](mailto:lina.leal@uniminuto.edu). Programa de Comunicación Social – Periodismo. Colombia.

\*\*\* Comunicadora social – periodista. Docente investigadora de Corporación Universitaria Minuto de Dios. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-0401-5643>. Maestra en Educación. Correo electrónico: [smtorres@uniminuto.edu](mailto:smtorres@uniminuto.edu). Programa de Comunicación social – periodismo. Colombia.

# Quantitative and Qualitative Analysis of False News about COVID 19 in Colombia

## Abstract

In the midst of the global fight against COVID-19, another evil is occurring: *disinfodemia*, a term that refers to the massive circulation of false information related to the virus, which helps to increase uncertainty and the number of infected or dead people. In the world, more than 6,000 pieces of information have been disproved, 9 % in Colombia, thanks to the journalistic teams of *Colombia Check*, *La Silla Vacía*, *Maldita.es* and *AFP*. The purpose of this work is to identify and study, through content analysis, 549 disinformation or inaccurate information that circulated in the country in relation to the pandemic, during the year 2020. A count was made of the false information, as well as of the categories established by the checking media, in order to determine their degree of falsehood, Media and channels through which they circulated, authorship, formats and types of misinformation, among others. The analysis reveals that social networks are 87,4 % of the spaces where false information circulates the most; however, the media and some public figures also contribute to a lower percentage of the problem, with 17 %. The vaccine we propose focuses on the education of future journalists so that they can exercise the necessary verification of the growing amount of information that invades society, and that citizens recognize the veracity of the sources of the information to which they have access. These are ways to combat disinfodemia, which can be as lethal as the virus itself.

**Keywords:** disinfodemic; journalism; academy; pandemic; Colombia; fake news; social media; mass media.

# Análise quantitativa e qualitativa de notícias falsas sobre COVID 19 na Colômbia

## Resumo

Em meio a luta global contra o COVID-19, outro mal ocorre, é a Desinfodemia, termo que constitui a circulação massiva de informações falsas relacionadas ao vírus, o que ajuda a aumentar a incerteza e até o número de infectados ou mortos.

No mundo, mais de 6.000 informações foram negadas, 9 % na Colômbia, graças às equipes jornalísticas de *Colombia Check*, *La Silla Vacía*, *Maldita.es* e *AFP*. O objetivo deste trabalho é identificar e estudar, por meio de análise de conteúdo, 549 informações erradas ou imprecisas que circularam no país em relação à pandemia, durante o ano de 2020. Foi feita uma contagem de informações falsas, bem como as categorias estabelecidas pela mídia de checagem, com a finalidade de determinar seu grau de falsidade, os meios e canais por onde circularam, autoria, formatos e tipos de desinformação, entre outros.

A análise revela que as redes sociais são 87,4 % os espaços onde mais circulam informações falsas; no entanto, a mídia e algumas figuras públicas também contribuem com um percentual menor para o problema, com 17 %.

A vacina que propomos tem como foco educar os futuros jornalistas para que façam a necessária verificação da crescente informação que invade a sociedade, e que os cidadãos reconheçam a veracidade das fontes de informação a que têm acesso. São formas de combater a desinfodemia, que pode ser tão mortal quanto o próprio vírus.

**Palavras-chave:** desinformação; jornalismo; academia; pandemia; Colômbia; *fake news*; redes sociais; mídia.

## Introducción

Todos los días del año 2020 aumentaron los caudales de los ríos de información acerca del SARS-CoV-2 o COVID-19, como se le conoció mundialmente. Fue el tema número uno en las agendas mediáticas del mundo.

Y no es para menos, cuando se trata de una pandemia que hasta la fecha ha acabado con cerca de 6´170.000 vidas y ha cambiado por completo las rutinas de la humanidad. Comenzó el 17 de noviembre de 2019 en Wuhan, China. Los reportes de medios de comunicación señalan que el primer infectado fue un hombre de cincuenta y cinco años y que desde ese momento el virus se propagó en alrededor de ciento ochenta países.

En Colombia se presentó el primer caso el 6 de marzo de 2020, por cuenta de una colombiana de diecinueve años proveniente de Europa. El Ministerio de Salud y Protección Social anunció la noticia a través del Boletín de Prensa 050 (2020): “[l]a ciudadana, procedente de Milán, Italia, presentó síntomas y acudió a los servicios de salud donde se le tomaron las muestras para el análisis respectivo. Ante esto, el Instituto Nacional de Salud confirmó resultados positivos a las pruebas” (párr. 2).

Inmediatamente los medios de comunicación iniciaron con la labor de informar minuto a minuto el avance del virus en el país, mientras que los colombianos estaban a la expectativa de las medidas anunciadas por las autoridades locales. Desde entonces, las agendas mediáticas convencionales giraron alrededor de la COVID-19, así como de las implicaciones que trajo consigo, incluyendo cuarentenas, aislamientos, problemáticas de bioseguridad en el personal médico, inconvenientes en la economía y en el sector social, entre otros.

Además de luchar contra el virus, enfrentamos la “infodemia”, como la Organización Mundial de la Salud —OMS— y la Organización Panamericana de la Salud —OPS— (2020) concibió a la “segunda enfermedad” que acompañó a esta pandemia, en el sentido de la circulación masiva de información<sup>1</sup>. En muchas ocasiones, esta resultó falsa o errónea, lo cual ayudó a incrementar la incertidumbre en que vivimos, así como las problemáticas relacionadas, y entonces se trató de desinformación o desinfodemia (Bontcheva y Posetti, 2020).

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) también se pronuncia al respecto:

---

<sup>1</sup> En el documento “COVID-19: consejos para Informar. Guía para Periodistas”, la Organización Panamericana de la Salud —OPS— y la Organización Mundial de la Salud —OMS— (2020) la definen como: “una cantidad excesiva de información sobre un problema que dificulta encontrar una solución. Durante una emergencia de salud, las infodemias pueden difundir errores, desinformación y rumores. También pueden obstaculizar una respuesta efectiva, así como crear confusión y desconfianza en las personas con respecto a las soluciones o los consejos que se plantean para prevenir la enfermedad” (p. 2).

A medida que el nuevo coronavirus ha alcanzado a casi todos los países del planeta, una circulación masiva de información falsa se ha extendido tan rápido como el propio virus. Estas mentiras han ayudado a allanar el camino de la infección y han contribuido a sembrar el caos en las sociedades que están respondiendo a la pandemia. (p. 2)

Según el Manual de Periodismo, Libertad de Prensa y COVID-19, el mal de la desinformación es muy amplio y creciente. El 42 % de ciento setenta y ocho millones de *tweets* relacionados con la COVID-19 son hechos por programas o robots informáticos conocidos como *bots*, cuarenta millones de mensajes de Facebook han sido identificados como problemáticos o manipulados y un tercio de los usuarios de redes sociales han reportado haber leído información falsa o engañosa (Unesco, 2020).

La Red Internacional de Verificación de Datos (IFCN, por sus siglas en inglés) advierte que en todo el mundo lograron desmentir, en el transcurso del año 2020, más de seis mil informaciones falsas en todo el mundo; el 9 % de estas en Colombia, gracias a los equipos periodísticos de: *Colombia Check*, *La Silla Vacía*, *Maldita.es* y *Factual.afp.com*. Todos estos chequeos están consignados en una base de datos global de acceso libre.

A lo largo de la presente investigación se menciona la palabra chequeo, por ello se considera importante su definición. El artículo titulado "Fact checking: un nuevo desafío del periodismo" aclara que por la necesidad de atajar este problema se ha dado lugar al *fact checking*, "también conocido como verificación de datos, una operación que aplica técnicas del periodismo de datos para desenmascarar los errores, ambigüedades, mentiras, falta de rigor o inexactitudes de algunos contenidos publicados en los medios de comunicación" (Ufarte et al., 2018, p. 734).

Ahora bien, ¿en qué consisten estas desinformaciones en Colombia durante el inicio de la pandemia?, ¿qué tipo de temas abarcan?, ¿cuáles son los principales medios o canales de comunicación en donde es posible encontrarlas?, ¿cómo combatir esta "desinformación" en el país? Estas preguntas son los motores de esta investigación.

Este trabajo tiene como objetivo principal identificar y analizar, mediante un análisis de contenido, las informaciones falsas que chequearon los equipos periodísticos vinculados a IFCN para el caso de Colombia en relación con la pandemia por la COVID-19 durante el año 2020 y principios del 2021, y que se encuentran en la base de datos mundial. A partir de ello, se proponen una serie de recomendaciones para enfrentar la situación.

Nuestra hipótesis parte de la creencia de que las redes sociales son los principales espacios en donde circula la desinformación; pero no son los únicos, puesto que los medios de comunicación también inciden en la información que la ciudadanía

consume a diario. También suponemos que existen actores que generan opinión pública que ayudaron a crear desinformación.

Durante siglos, en toda clase de documentos, se han encontrado historias no certeras o inexactas. Según José Manuel Burgueño, "[d]esde el origen de los tiempos, la 'información falseada' ha sido un recurso útil para cualquier esfera de poder [y hoy podríamos añadir *contrapoder*] que buscara un objetivo" (Burgueño, 2018, párr. 1).

Es el caso de los cristianos que en las narraciones del escriba Tácito fueron acusados de actividades como el gran incendio de Roma en el año 64 d.C., por cuenta de un rumor del mismo Nerón para exculparse de dicha situación (Burgueño, 2018). Asimismo, en el siglo III, Tertuliano advertía:

Que en la nocturna congregación sacrificamos y nos comemos un niño; que en la sangre del niño degollado mojamos el pan y empapado en la sangre comemos un pedazo cada uno; que unos perros que están atados a los candeleros los derriban forcejeando para alcanzar el pan que les arrojamos bañado en sangre del niño. (Tertuliano, 1889, p. 464)

Este tipo de informaciones (en articulación con otras) alimentaron rechazos, odios y enfrentamientos que, en este caso, legitimaron las primeras persecuciones documentadas hacia los cristianos de los primeros siglos de nuestra era.

En el mismo sentido, las comunidades judías también han sido acusadas, incluso con aseveraciones parecidas, de que también avalaron persecuciones y pogromos. Por ejemplo, durante la Edad Media y la primacía del cristianismo, se les consideró a los judíos también infanticidas pues, según la Iglesia Católica, acostumbraban realizar rituales con la sangre de los niños no judíos (Johnson, 2006). Adicionalmente, se les construyó como "errantes" porque durante el siglo XII una crónica realizó referencias a un judío que, habiendo golpeado a Cristo en su vía dolorosa, fue condenado a vagar hasta el siguiente advenimiento (Johnson, 2006). Y, por último, se señaló su articulación con imágenes diabólicas que penetraron en los dominios de la cultura medieval y se difundieron en la cultura occidental, como abono al terreno de configuración del antisemitismo.

Ahora bien, es en el transcurso del siglo XIX que las noticias falsas aparecen propiamente en los periódicos (Berkowitz y Schwartz, 2016), de la mano del auge del periodismo informativo, así como del sensacionalismo y el amarillismo. Dos símbolos de este periodo en Estados Unidos, reconocido como la "edad de oro" de la prensa mundial occidental (1870-1914), son: Joseph Pulitzer, quien sienta las bases del modelo sensacionalista con la exacerbación de sensaciones; y William Hearst, quien trasciende hacia el amarillismo al añadir el recurso a la mentira y el engaño de los

lectores (Bordería, 1996). En este punto, los objetivos varían entre asegurar la lecturabilidad y mantener los intereses del poder económico o político.

Aun cuando el siglo XX abrió paso a la consolidación del periodismo como oficio con las respectivas deontologías relacionadas que promovían la ejecución de una justa verificación de todo tipo de publicaciones, las informaciones falsas han estado presentes. Lo que ha cambiado es la difusión y el alcance de dicha información. En el siglo XXI, este fenómeno se ha incrementado por cuenta de la democratización generada a partir de la Web 2.0., donde cualquier persona puede publicar información y distribuirla (Jenkins, 2006). Es una redistribución del poder de la información.

### Desinformación: un mal creciente

De esta manera, como nunca antes, nos vemos abrumados por el bombardeo de informaciones que se distribuyen a través de diversos canales y que incluso nos alcanzan mediante el contacto de conocidos, familiares o amigos. Un flujo infinito de datos, muchos de ellos sin ninguna verificación con diversos propósitos, y algunos vinculados con el poder. No es extraño entonces que circulen argumentos re-utilizados de siglos atrás, cuando la candidata a la presidencia de Estados Unidos en 2016, Hillary Clinton, o el expresidente Barack Obama, fueron acusados de realizar actos de pederastia o satanismo. Dichos rumores lograron deteriorar la imagen de estos personajes y exacerbar la de sus antagonistas, mientras se evidencia el creciente reconocimiento de las redes sociales como ejercicios de contrapoder.

El problema es que, si estos ejercicios de contrapoder desinforman en lugar de informar, no implican contrapeso, sino que constituyen un deterioro en la democratización de la información. En palabras de las investigadoras Kalina Bontcheva y Julie Posetti (2020) para la Unesco, “[s]i la información empodera, entonces la desinformación desempodera” (p. 2). En consecuencia, crece también la desigualdad frente a la posibilidad de tomar decisiones razonadas y ejecutarlas.

Dice Nuria Fernández García (2017) que “[a]lgunos de los efectos positivos que las noticias falsas han provocado han sido abrir el debate sobre el papel de los medios ante la verificación de la información y un fuerte crecimiento del *fact-checking* (chequeo de información)” (p. 73). Y es que el incremento de los últimos años sobre el fenómeno, sin duda, ha promovido el interés académico y mediático en la materia, especialmente en momentos de pandemia, cuando puede generar consecuencias más enérgicas.

La desinformación sobre la COVID-19 crea confusiones sobre las ciencias médicas, lo que tiene un impacto inmediato sobre cada persona del mundo e incluso sobre sociedades enteras. Esta desinfodemia es más tóxica y letal que la desinformación sobre otras temáticas (Bontcheva y Posetti, 2020).

Muchas personas resultan engañadas por desconsiderar la letalidad del virus o aplicar “remedios caseros” y, en consecuencia, no tienen en cuenta las medidas preventivas basadas en la ciencia. Esto, sin entender que “la desinformación en línea sobre el COVID-19 se instrumentaliza con fines políticos, racistas, xenofóbicos, sexistas, u otros, y puede polarizar a la gente y fomentar odios en un momento en que se necesita, más que nunca, la unidad mundial” (Bontcheva y Posetti, 2020, p. 3).

La generación actual de medios de comunicación no había tenido que informar sobre ninguna de las anteriores pandemias. La más devastadora es la conocida Gripe Española en 1918, que —en la terminación de la Primera Guerra Mundial— acabó con la vida de entre cincuenta y cien millones de personas en todo el planeta (Porrás, 2018). Por cuenta de la censura de los países implicados en la conflagración, se desconoció la gravedad de la epidemia. Sin embargo, en España —que se declaró neutral— la información sí circuló con libertad, por lo cual la pandemia adquirió su nombre. La diversidad de medios de comunicación era escasa, así como el alcance de la información.

Un siglo después, en la pandemia por la COVID-19, que ha tenido los impactos más significativos de los últimos tiempos, los periodistas trabajaron bajo la presión de comunicar con la mayor prontitud y a modo de experimentación mientras el virus avanzaba, todo esto en medio de informaciones falsas.

Y es que los periodistas no solamente están expuestos por ser los encargados de informar de todo lo que gira alrededor de la pandemia, sino también de la infodemia, lo que genera aún más estrés y miedo frente a la situación. Así lo reveló la profesora de periodismo de Cardiff University, Karin Wahl-Jorgensen, quien examinó cómo el miedo ha jugado un papel importante en el cubrimiento de la COVID-19 que hicieron cien periódicos del mundo con amplia difusión.

Muchas veces ese temor se transmite involuntariamente en los cubrimientos al hacer uso de palabras como “virus asesino” o “susto”; pero ¿cómo se puede cubrir este tema de manera profunda y equilibrada sin propagar el pánico? Para Tompkins (2020), un profesor de Poynter, un instituto para el fortalecimiento del periodismo que está produciendo un *newsletter* diario sobre el tema, la solución es hacer reportajes de forma responsable: limitar adjetivos como enfermedad “mortal”, «horrible» o «catastrófico»; utilizar cuidadosamente las fotografías para no propagar el mensaje erróneo, contextualizar las historias porque las historias estadísticas son menos intimidantes que las anecdóticas, y evitar los titulares para atraer *clicks* y ser creativo en la presentación del contenido.

Como se evidencia, el uso del lenguaje es importante a la hora de hablar de una pandemia como la de SARS-CoV-2. Por cuenta de estas situaciones, organizaciones

internacionales (como la OMS, la Unesco y la OPS) se han visto en la necesidad de reflexionar en torno al tema y proveer herramientas para combatir la desinformación. El Premio Roche de Periodismo en Salud (2020) publicó un artículo titulado "Infodemia: cómo afrontar este 'virus' desde el periodismo", donde explica los parámetros a los que puede apelar el periodista para no caer en la desinformación:

Este panorama supone un reto para los periodistas de salud, quienes no solo tienen la labor de verificar información, sino de 'olfatear' cuáles de esos datos, aparentemente irrelevantes, pueden ser útiles para empezar a investigar historias que respondan a los intereses e inquietudes de su audiencia (2020). (párr. 3)

Se trata del acierto sobre la verificación, pero también la búsqueda de los mejores ángulos e historias que respondan a múltiples intereses e incluyan a mayores sectores sociales.

Asimismo, la OPS y la OMS (2020) elaboraron el documento *COVID-19: consejos para informar. Guía para Periodistas*, que contuvo claves para el cubrimiento de la crisis, incentivar a los periodistas a contribuir a la reducción de los riesgos y salvar vidas a partir de un ejercicio responsable de su labor. En dicho documento se invita a los periodistas a cubrir rigurosamente la emergencia sanitaria, a pesar del riesgo que significa lo que ellos llaman infodemia: "cantidad excesiva de información sobre un problema que dificulta encontrar una solución [de la cual se] pueden difundir errores, desinformación y rumores" (p. 2).

Por su parte, la Fundación Gabo y Facebook se unieron para ofrecer seminarios en línea sobre el trabajo periodístico en cuarentena, uno de ellos fue "¿Cómo informar responsablemente sobre el coronavirus?" (2020), dictado por Carolina Robino, periodista chilena y directora de *BBC Mundo* para Londres y Miami. Ella conversó sobre los desafíos que supone la cobertura de esta coyuntura sin precedentes:

Desde el acatamiento de las recomendaciones para el cuidado de la salud de los periodistas, la lucha contra la desinformación, el respeto por los pacientes y equipos médicos, la responsabilidad en la selección de imágenes, hasta las decisiones editoriales sobre el abordaje de temas para evitar el aumento de sentimientos generalizados de ansiedad o temor. (párr. 9)

De este modo, se evidencian algunos esfuerzos para reconocer el problema de la desinformación, los cuales pueden constituir aportes relevantes para combatirla. Cabe añadir que desde el ejercicio periodístico crecen los espacios para verificar informaciones, como es el caso de *Colombia Check*, *La Silla Vacía*, *Maldita.es* y *AFP* (como chequeadores de Iberoamérica)<sup>2</sup>. Ahora, resulta clave la proliferación de estudios e

---

2 Colombia Check y la Silla Vacía son los principales representantes colombianos en la Red de Chequeadores de América Latina, que forman parte de La Red Internacional de Verificación de Datos (IFCN, por sus siglas en inglés).



investigaciones en los sectores académicos que aporten diversas miradas, reflexiones y abordajes en torno a la importancia de la educación de periodistas y de la ciudadanía.

## Metodología

Para este estudio se usa el paradigma interpretativo, que es apropiado para analizar y estudiar las piezas periodísticas que poseen un fuerte componente de investigación y aportan a la denuncia o “revelación” de verdades ocultas. Las interpretaciones dependen de la particularidad del caso analizado, del contexto concreto y de las relaciones establecidas entre el investigador y el informante (González, 2001).

Se tomaron los chequeos elaborados por *Colombia Check*, *La Silla Vacía*, *Maldita.es* y *Factual.afp.com*, bajo la coordinación de Chequeado para la organización Internacional de *Fact Checking Network (IFCN)*, a partir del 26 de enero de 2020 hasta el 17 de febrero de 2021 (Latam Chequea, 2020). El punto de partida es la primera información chequeada en el país en relación con la COVID-19 y el de cierre corresponde al inicio de las vacunaciones, lo que permitió contar con una base de quinientas cuarenta y nueve informaciones chequeadas en total. Se tomaron todas las desinformaciones que forman parte de la base de datos que publica el grupo de chequeado para el caso colombiano.

A este grupo de desinformaciones se les realizó un análisis de contenido basado en la lectura (textual o visual) como instrumento de recogida de información (Abela, 2002), lectura que a diferencia de la lectura común debe realizarse siguiendo el método científico; es decir, debe ser sistemática, objetiva, replicable y válida.

Teniendo en cuenta las categorías de la base de datos, las variables que se tuvieron en cuenta son las siguientes:

- Calificación de la información: falsas, cuestionables, engañosas, verdaderas parcialmente, vacías, apresuradas, bulos<sup>3</sup>, insostenibles, inchequeables, apresuradas e imprecisas.
- Origen de publicación: todo lo que tiene que ver con redes sociales y lugares digitales donde circuló la desinformación: Facebook, medios de comunicación, Youtube, Whatsapp, Twitter, Zoom, entre otros.
- Tipo de nota: chequeo a figuras públicas, chequeo a medios de comunicación, desinformación viral, explicador y la combinación entre ellos.
- Formato de desinformación: dentro de la investigación se contemplaron varios formatos —audio, texto, fotografía y video— y la combinación entre

---

3 Engaño masivo por medios electrónicos.

ellos, pues son los elementos más usados en redes sociales, medios donde más circula la falsa información.

- Tipo de información: aquella información que tiene que ver con características del virus, contagios, curas, origen del virus, prevención, situación de un país, vacunas, etc.
- Organización que verifica: ColombiaCheck, Maldita.es, AFP y La Silla Vacía.

El análisis de contenido se basa en una lectura visual de la información recogida. Esta herramienta sistemática y objetiva estudia cualquier tipo de documento en el que esté transcrito a cualquier objeto de referencia (Bernete, 2013).

Este método es ideal para manejar material narrativo cualitativo, pero también un procedimiento que permite la cuantificación: "es una técnica de investigación para el análisis sistemático del contenido de una comunicación, bien sea oral o escrita. Se puede emplear en materiales como diarios, cartas, cursos, diálogos, reportes, libros, artículos y otras expresiones lingüísticas" (Monje, 2011, p. 119).

Se trata de un conjunto de procedimientos interpretativos de los productos comunicativos, en este caso de las *fakenews*. Según Elba Díaz Cerveró (2013), experta en teoría de la comunicación y el periodismo digital, gracias a "la técnica se pueden evidenciar las maneras en las que los medios cubren cierta información y las audiencias pueden llegar a percibirla, y así se puede llegar a conformar una opinión pública" (Díaz, 2013).

El método se desarrolla con base en técnicas de medida, cuantitativas —estadísticas basadas en el recuento de unidades— y cualitativas —lógicas basadas en la combinación de categorías—. El propósito es elaborar y procesar los datos que se encuentren como relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido estas piezas periodísticas a lo largo del período de estudio (Piñuel, 2002). En este caso se realizó un conteo de las informaciones falsas, así como de las categorías establecidas por los medios chequeadores, con el propósito de determinar su grado de falsedad, los medios y canales a través de los cuales circularon, autorías reconocidas, formatos y tipos de desinformaciones.

Así, la articulación de esta red contextual y práctica —a partir de la sujeción de las técnicas cualitativa y cuantitativa— provee elementos que dan luces sobre algunas características de las *fakenews* en Colombia durante el año 2020 y principios del 2021.

Para Bernete (2013), el análisis de contenido en la comunicación social es:

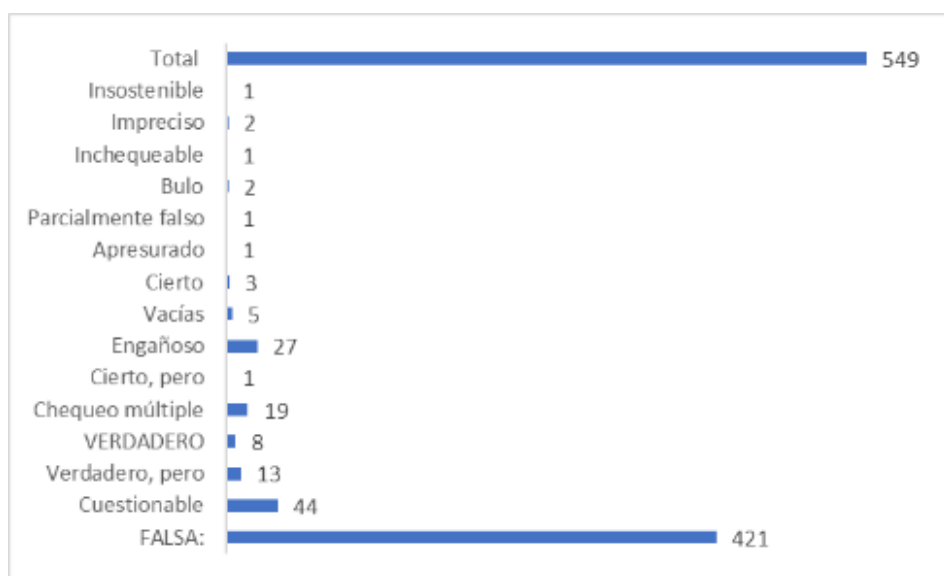
Es el material de referencia al que recurren los autores de la Escuela de Frankfurt desde los años treinta, para mostrar el vínculo que existe entre la producción social de comunicación, las prácticas de control social y las

representaciones de las personas. Estos planteamientos y metodologías se utilizaron para el análisis de materiales educativos, por ejemplo, para comprender las tendencias de carácter político, actitudinal y axiológico que aparecen en los libros de texto. (p. 227)

## Resultados

De las quinientas cuarenta y nueve informaciones chequeadas se encontró que el 76,68 % fueron calificadas como falsas, 8 % son cuestionables, 4,92 % engañosas, así como 2,37 % verdaderas parcialmente, pero con necesidad de aclarar algún tema. Las demás oscilaron entre chequeadas de manera múltiple, vacías, apresuradas, bulos, insostenibles, inchequeables, apresuradas e imprecisas. Así lo muestra la figura 1.

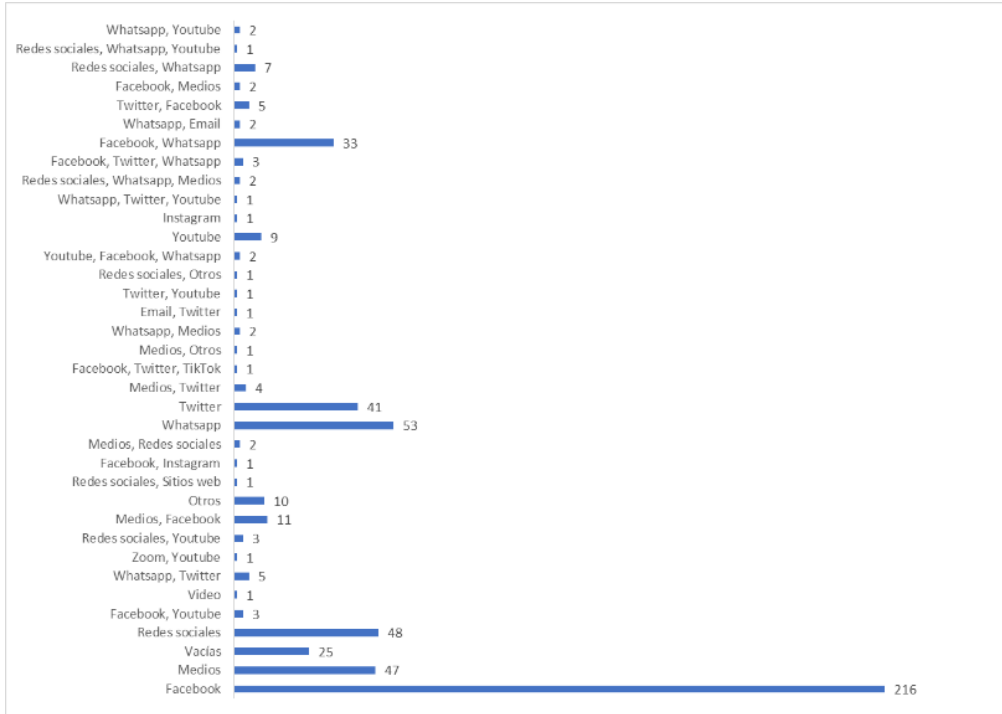
**Figura 1.** Calificación de la información



Fuente: elaboración propia.

Por otro lado, el 39,3 % de las informaciones circuló a través de Facebook únicamente, 9,7 % en Whatsapp y el 7,5 % en Twitter. También, otras se distribuyeron a través de algunos de estos espacios digitales combinados, lo que devela que el 87,4 % tuvieron como escenario las redes sociales, mientras que un 12,3 % se difundió a través de medios de comunicación —un 8,6 % de manera exclusiva, mientras que el resto en combinación con redes sociales— como: *Diario La República*, *El Tiempo*, *El Clarín*, *Noticias RCN*, *El Periódico*, *La Nación*, *Infobae*, *Univisión*, *Entérate Cali*, *La Vanguardia*, *NTN24*, *Caracol Radio* y *Portal Noticia Cristiana*, entre otros. Así lo muestra la figura 2.

**Figura 2.** Origen de publicación



Fuente: elaboración propia.

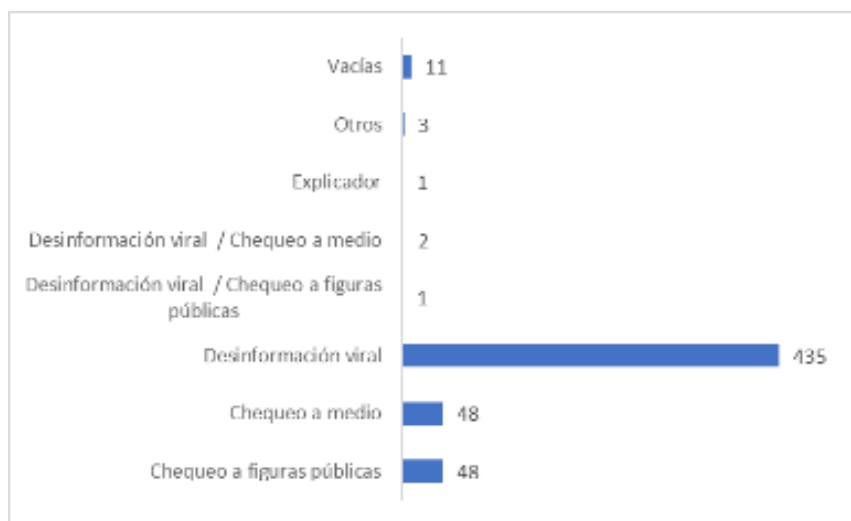
Las informaciones falsas tienen cabida principal en los escenarios de preferencia de consumo de información, pues la Fundación Gabo señaló que los formatos preferidos de los ciudadanos para conocer sobre la pandemia fueron internet y televisión. Los medios impresos fueron castigados debido a las restricciones de circulación a las que obligó el aislamiento social, y en contraposición, se incrementó el consumo de la radio.

Ahora bien, ¿quiénes son más propensos a distribuir estas desinformaciones? La investigadora Dora-Olivia Vicol (2020) advierte que los adultos mayores y quienes cuentan con menores niveles de educación, en general les resulta más difícil separar las declaraciones objetivas de las opiniones, así como identificar las fuentes de los artículos. Sin embargo, aclara que todos podemos ser víctimas de los rumores, chismes y desinformación por cuenta de la repetición, la credibilidad de informaciones fluidas —o fáciles de digerir— y la asociación con elementos que coinciden con nuestro punto de vista.

En este sentido, llama la atención que entre los desinformantes se encuentren personajes públicos que, desde sus diversas posiciones, gozan de algún tipo de

credibilidad. Y es que resulta claro que el 79,23 % son desinformaciones virales, mientras que el 8,74 % corresponde a cuentas de figuras públicas como: Iván Duque, Presidente; Ana Teresa Bernal, Concejal de Bogotá; Antonio Navarro Wolf, Copresidente del Partido Verde; Carlos Mario Marín, alcalde de Manizales; Carlos Maya, alcalde de Pereira; Claudia López, alcaldesa de Bogotá; Daniel Quintero, alcalde de Medellín; Fernando Ruiz, Ministro de Salud; Gustavo Bolívar, Senador; Jorge Iván Ospina, alcalde de Cali; Felix de Debout, periodista; Natalia París, modelo; Cony Camelo, actriz; Julio César Klingler, médico colombiano, entre otros. Así lo muestra la figura 3.

**Figura 3.** Tipo de nota

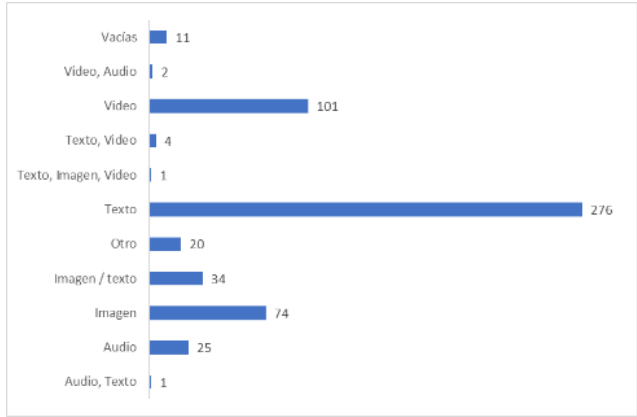


Fuente: elaboración propia.

Igualmente, en los formatos de desinformación se halló que el 50,27 % son exclusivamente textos, el 18,4 % videos, el 13,48 % imágenes y el 4,55 % audios, seguidos de combinaciones entre los anteriores formatos. Así lo muestra la figura 4.

Los textos escuetos resultan siendo las herramientas más utilizadas en tanto son fáciles de elaborar y distribuir. "El tamaño de la letra, el contraste y la complejidad gramatical y léxica, que influyen en la facilidad para leer una declaración, también influyen en su apariencia de verdad" (Vicol, 2020, p. 9). En este mismo sentido, las imágenes también resultan relevantes, pues son fáciles de procesar y ayudan a crear la ilusión de pruebas que fomentan una creencia.

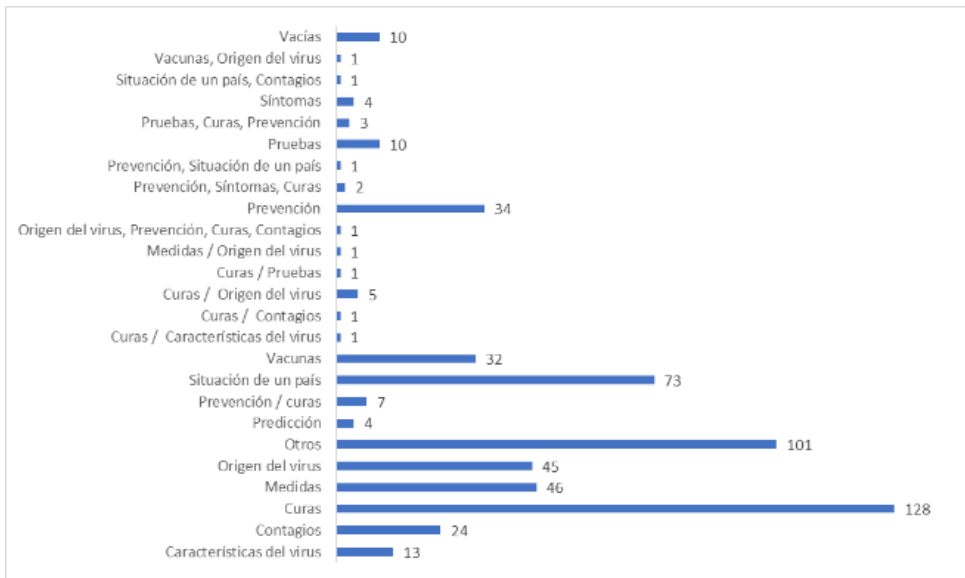
**Figura 4.** Formato de desinformación



Fuente: elaboración propia.

En relación con los tipos de informaciones, se evidenció que el 23,32 % se relacionan con curas para la COVID-19, 13,3 % se refieren a la situación del país, 8,38 % medidas de las autoridades locales, 8,19 % prevenciones, 8,2 % orígenes del virus, 4,37 % contagios y 5,83 % vacunación. El 18 % se refería a otras informaciones como gobernabilidad, declaraciones de figuras públicas e historias de la cotidianidad de los ciudadanos. Así lo muestra la figura 5.

**Figura 5.** Tipo de información

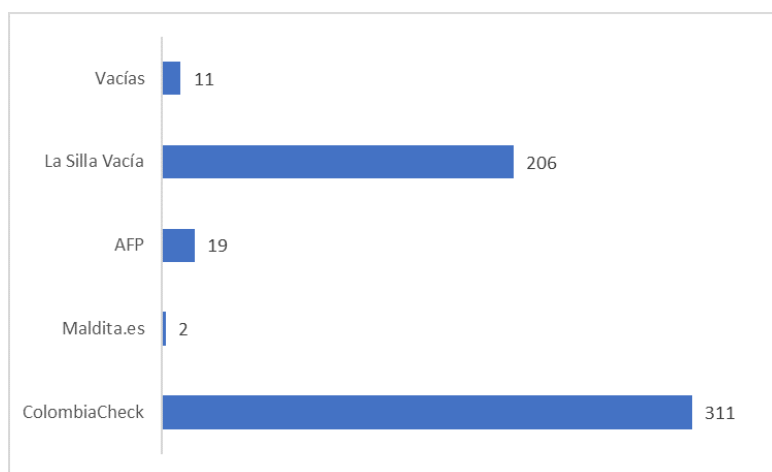


Fuente: elaboración propia.

Las temáticas ciertamente son variadas, la mayoría de ellas yacen en el enorme mar de incertidumbres que acompañaron a la COVID-19 y, sin duda, se sustentan en la necesidad de información de la población, que se apoyaba en lo que leía, escuchaba y veía para tomar decisiones. Es muy peligroso que las curas y prevenciones sean los principales focos de *fakenews* porque pueden incrementar el número de muertes, pero también porque, en ocasiones, terminaron beneficiando a quienes estaban detrás de supuestos productos milagrosos. En Colombia, por ejemplo, se viralizó una cura que incluía Aspirinas y, en el transcurso de unas horas, se reportó escasez de este medicamento en el norte del país.

Por último, cabe destacar que los chequeos han sido realizados en un 56,6 % por Colombia Check, que se posiciona como un líder nacional en el ejercicio de verificación, una iniciativa de la empresa Consejo de Redacción. Le sigue el portal La Silla Vacía con un 37,5 %, la agencia de noticias AFP con un 3,5 % y el sitio de verificación español Maldita.es con 0,4 %. Así lo muestra la figura 6.

**Figura 6.** Organización que verifica



Fuente: elaboración propia.

Con todo, de nada sirve el trabajo que realizan estos equipos periodísticos, así como el de otros en el país y el mundo, si no se difunde el chequeo a las informaciones desmentidas y se estimula la verificación de información en la ciudadanía y, por puesto, en quienes se forman en el ejercicio periodístico.

## Discusión

Para el virus de la desinformación existe una vacuna: la educación y alfabetización mediática que se enfoca en formar a las audiencias para que mantengan una actitud

crítica hacia los medios. La idea es que puedan verificar la información antes de reenviar y aprendan a identificar bulos, pues muchos rumores giran alrededor de una posible solución a la pandemia.

Los verificadores de información presentan un informe sobre la desinformación en la salud y recomiendan:

No darle más exposición a la información falsa. Es muy importante desmentir los mitos antivacunas y otros relacionados a la salud, si esto evita que alcancen a cada vez más gente. Por ejemplo, con la iniciativa de Facebook de Verificación de datos, las publicaciones que se chequean de manera independiente y que se consideran falsas por verificadores de datos reciben menos visibilidad en la plataforma al aparecer más abajo en la sección de noticias. Esto puede ser una herramienta efectiva contra la propagación de información falsa, dado el poder que tienen las redes sociales de darle exposición a las historias. De todos modos, es importante resistir las ganas de publicar demasiado las verificaciones para que el mito no gane familiaridad entre el público general. (Africa Check et al., 2020b, p. 29)

El mejor tratamiento son los medios —incluidos los universitarios—, porque pueden educar a las audiencias al tener la posibilidad de divulgar el conocimiento que surge de las investigaciones de las universidades o institutos, y al promover la investigación científica. Las instituciones universitarias poseen doble rol, el de formar a los futuros periodistas y el de educar a las audiencias que son los mismos estudiantes. Finalmente, son los futuros periodistas los que responderán a las necesidades de la sociedad.

Las redes sociales deben convertirse en una herramienta periodística más allá de ser fuentes de vida social y se debe diferenciar en ellas lo que es cierto y lo que es falso. Desde la academia se deben combatir las mentiras, así como la falta de rigurosidad, lectura y verificación de fuentes.

Es importante recordar que el periodismo es un servicio público, para servirle a la población. Además, seguirá siendo una necesidad esencial de todas las sociedades para el ejercicio de derechos, de la democracia y para enfrentar el poder, algo que se debe hacer entender en las aulas de clase.

Igualmente, la vigilancia y control social por parte de las audiencias y ciudadanías a los medios de comunicación, es fundamental y, por eso mismo, el periodista debe ser responsable porque goza de la credibilidad de sus audiencias y se debe honrar a esa credibilidad justamente respondiendo con ética ante la verdad. El periodista debe seguir con su labor porque, a pesar de los estudios que han hecho sobre las falsas noticias, aún no se sabe por qué la gente ayuda a que circule sin que se verifique, así



lo deja ver un informe sobre desinformación realizado por chequeadores de varias partes del mundo:

Todavía no se sabe qué motiva esta falta de acción. Quizás no contamos con el conocimiento, el tiempo, el coraje o la energía para refutar todo artículo falso que llega a nuestras redes sociales. Quizás no creemos que los que la mandaron en primer lugar puedan cambiar de opinión. Algo que los chequeadores pueden hacer es pensar en el público como un recurso que puede usarse en el proceso de detectar y luchar contra la desinformación. (Africa Check et al., 2020a, p. 15)

## Conclusiones

Las redes sociales —Facebook predominó, seguido por Whatsapp— son los espacios donde más circuló desinformación en Colombia durante el primer año de pandemia. El formato escrito fue el más utilizado y los temas más frecuentes estuvieron relacionados con curas para combatir la enfermedad, así como la situación del país. Llama la atención que figuras públicas como congresistas, alcaldes, modelos y periodistas, entre otros, aportaron a desfigurar las informaciones.

La desinformación y las noticias falsas han aumentado a medida que avanza la acogida de las redes sociales, entre los ciudadanos que no saben distinguir entre la verdad y el rumor, o aquellos que consideran la credibilidad de este tipo de informaciones como formas de alinearse con corrientes contra los poderes hegemónicos, con lo cual realmente terminan en un escenario de desempoderamiento que, en casos como la pandemia ocasionada por el virus de la COVID-19, puede aumentar el número de muertes o contagiados. Es importante destacar que la desinformación sobre la pandemia y muchos otros temas se "instrumentaliza" con fines de poder políticos, racistas, xenofóbicos, sexistas u otros, y puede polarizar a la gente y fomentar odios, lo cual no contribuye a la solución del problema.

Ahora bien, la COVID-19 y el aislamiento social no pueden ser una excusa para dejar de hacer un periodismo responsable y ético. Los medios de comunicación no deben ser cajas de resonancia de las redes sociales porque pierden credibilidad, pues, así como existen lectores que consumen información muy rápido y sin verificar, muchos otros lo hacen y se sienten engañados por el medio de comunicación, con lo cual se deslegitima el ejercicio de este.

Con todo, la forma de hacer periodismo está cambiando. Por ejemplo, en muchas ocasiones las fuentes son quienes buscan al periodista, lo que puede ser ventaja y desventaja a la hora de combatir la desinformación; por lo que la esencia del periodismo ético y responsable debe predominar. En este sentido, el uso de las tecnologías ha posibilitado el desarrollo de emprendimientos periodísticos más allá de lo convencional,

como los dedicados al chequeo de información, que se construyen en el marco de la responsabilidad social con la ciudadanía. Divulgar y promover estos ejercicios es una apuesta para combatir la desinformación. Se trata de una posibilidad para conocer y entender las realidades de diferentes lugares del mundo, así como para usar variedad de herramientas y crear nuevos formatos periodísticos que ayuden a consolidar el escenario informativo sobre el cual las poblaciones toman decisiones.

Las facultades de comunicación social y periodismo son fundamentales porque garantizan una formación en periodismo con las características necesarias para enfrentar la circulación de noticias falsas. De un lado, se trata de educar a los futuros periodistas para que ejerzan la verificación necesaria del creciente mar de informaciones en el que vive la sociedad; y de otra, que la ciudadanía reconozca la veracidad de las fuentes de las informaciones a las que tiene acceso. Se trata de maneras de combatir la desinformación, que puede resultar tan letal como el mismo virus.

## Referencias

- Africa Check, Chequeado y Full Fact. (2020a). ¿Quién es más propenso a creer y compartir desinformación? Luminare. Africa Check, Chequeado y Full Fact. (2020b). La desinformación de la salud. En *África, América Latina y el Reino Unido: impacto y posibles soluciones* (pp. 1-37). Luminare.
- Abela, J. (2002). *Las técnicas de Análisis de Contenido: una revisión actualizada*. Fundación Centro de Estudios Andaluces.
- Berkowitz, D. y Schwartz, D. A. (2016). Miley, CNN and The Onion. *Journalism Practice*, 10(1), 1-17.
- Bernete, F. (2013). Análisis de contenido (cuantitativo y cualitativo). En A. Nobo y M. Antonio (eds.), *Conocer lo social: estrategias y técnicas de construcción y análisis de datos* (pp. 221-262). Universidad Complutense.
- Bontcheva, K. y Posetti, J. (2020). *Desinformación, descifrando la información sobre el COVID-19. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura*. [https://en.unesco.org/sites/default/files/disinformatic\\_deciphering\\_covid19\\_disinformation\\_es.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/disinformatic_deciphering_covid19_disinformation_es.pdf)
- Bordería, E. (1996). *Historia de la comunicación social: voces, registros y conciencias*. Síntesis.
- Burgueño, J. (2018). Fake news, un fenómeno nuevo con siglos de Historia. *Revista Digital Telos, Telefónica Fundación*. <https://telos.fundaciontelefonica.com/fake-news-fenomeno-nuevo-siglos-historia/>
- Díaz, E. (2013). *El análisis de contenido como herramienta de investigación* [video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=Wv7rLBRNJJg>
- Fernández-García, N. (2017). Fakenews: una oportunidad para la alfabetización mediática. *Nueva Sociedad*, (269). <https://biblat.unam.mx/hevila/Nuevasociedad/2017/no269/8.pdf>
- Ghebreyesus, T. (2020). *Conferencia de Seguridad*, Múnich. <https://www.who.int/es/dg/speeches/detail/munich-security-conference>

- González, J. (2001). El paradigma interpretativo en la investigación social y educativa: nuevas respuestas para viejos interrogantes. *Cuestiones pedagógicas*, 227 - 246.
- Higuita, J. C. (2020). Transformaciones desde las rutinas de los grandes medios. *Red Colombiana de Periodismo Universitario*. <https://periodismo.red/proyectos/porlasaluddelperiodismo/>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. University Press.
- Johnson, P. (2006). *La historia de los judíos*. Editorial Zeta.
- Latam Chequea. (2020). *Información chequeada sobre el Coronavirus. Desinformaciones que desmentimos y medidas oficiales para toda la región*. <https://chequeado.com/latamcoronavirus/>
- Ministerio de Salud y Protección Social. (2020). *Boletín de Prensa* n.º 050 de 2020. <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Colombia-confirma-su-primer-caso-de-COVID-19.aspx>
- Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa, Guía didáctica*. Universidad Surcolombiana.
- Nic, R., Scott, J. y Howard P. (2020). *Navigating the 'infodemic': how people in six countries access and rate news and information about coronavirus*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/infodemic-how-people-six-countries-access-and-rate-news-and-information-about-coronavirus>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco). (2020). *Periodismo, Libertad de Prensa y COVID-19*. [https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco\\_covid\\_brief\\_es.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_covid_brief_es.pdf)
- Organización Panamericana de la Salud (OPS) y Organización Mundial de la Salud (OMS). (2020). *COVID-19: consejos para informar. Guía para Periodistas*. <https://www.paho.org/es/documentos/covid-19-consejos-para-informar-guia-para-periodistas>.
- Piñuel, J. (2002). *Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido*. *Estudios de Sociolingüística*, 3(1), 1-42. [https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-07-29-Pinuel\\_Raigada\\_AnalisisContenido\\_2002\\_EstudiosSociolingüísticaUVigo.pdf](https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-07-29-Pinuel_Raigada_AnalisisContenido_2002_EstudiosSociolingüísticaUVigo.pdf)
- Premio Roche de Periodismo en Salud. (2020). *Infodemia: cómo afrontar este 'virus' desde el periodismo*. <https://premiorrochedeperiodismo.com/es/2020/04/infodemia-como-afrontar-este-virus-desde-el-periodismo/>
- Porras Gallo, M. (2020). La pandemia de gripe de 1918-1919. El enemigo temido 100 años después. *Revista de Occidente*, (448), 95-106.
- Robino, C. (2020). ¿Cómo informar responsablemente sobre el coronavirus? *Fundación Gabo*. <https://fundaciongabo.org/es/noticias/articulo/fundacion-gabo-y-facebook-se-unen-para-ofrecer-seminarios-en-linea-sobre-el>
- Tertuliano, Q. (1889). *Apología contra los gentiles en defensa de los cristianos*. Tomo CXXV. Librería y Casa Editorial Hernando.
- The Associated Press. (2020). *Ap style book*. Guía tópica de coronavirus. [https://www.apstylebook.com/topical\\_most\\_recent](https://www.apstylebook.com/topical_most_recent)

- Tompkins, A. (2020). *Cómo las salas de redacción pueden atenuar su cobertura de coronavirus sin dejar de informar de manera responsable*. <https://www.poynter.org/reporting-editing/2020/how-newsrooms-can-tone-down-their-coronavirus-coverage-while-still-reporting-responsibly/>
- Torres, S., Leal, L. y Téllez, Á. (2019). *Prensa contrapoder*. UniMinuto.
- Ufarte-Ruiz, M.J., Peralta-García, L. y Murcia-Verdú, F.J. (2018). Fact checking: un nuevo desafío del periodismo. *El profesional de la información*, 27(4), 733-741.
- Vicol, D. O. (2020). *¿Quién es más propenso a creer y compartir desinformación?* Published by Africa Check; Chequeado and Full Fact; International License. <https://chequeado.com/wp-content/uploads/2020/02/Quien-Cree-Comparte-Desinformacion.pdf>