

Universidad Tecnológica de El Salvador

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

TECNICO EN PERIODISMO



TEMA:

LAS NOTICIAS FALSAS (FAKE NEWS) Y SU INCIDENCIA EN LA
CREDIBILIDAD DEL PERIODISMO SALVADOREÑO

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

COREAS DE MENDOZA GRISELDA GRIMANESA

MEJÍA FUENTES WENDY MARIA

VENTURA ALVAREZ JORGE ALBERTO

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TÉCNICO EN PERIODISMO

ABRIL, 2019

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA.

AUTORIDADES ACADÉMICAS

ING. NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ

RECTOR

LIC. JOSÉ MODESTO VENTURA ROMERO

VICERRECTOR ACADÉMICO

LICDA. ANA ARELY VILLALTA DE PARADA

DECANO

JURADO EXAMINADOR

LIC. RENÉ ALFREDO SANTOS GALDÁMEZ

PRESIDENTE

LIC. CARLOS MARIO MÁRQUEZ MEDRANO

PRIMER VOCAL

LIC. ANTONIO HERRERA PALACIOS

SEGUNDO VOCAL

ABRIL, 2019

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:

Lic. Carlos Mario Márquez Medrano, Lic. Antonio Herrera Palacios, Lic. René Alfredo Santo Galdámez, a las 6:30a.m. del día Sábado, 1 de Diciembre de dos mil dieciocho.

Y LUEGO DE HABER DELIBERADO SOBRE EL EXAMEN PROFESIONAL DE LOS ALUMNOS:

- | | |
|--|----------------------------|
| 1- <u>Wendy María Mejía Fuentes</u> | <u>Carnet 36-5296-2013</u> |
| 2- <u>Griselda Grimanesa Coreas de Mendoza</u> | <u>Carnet 36-4314-2015</u> |
| 3- <u>Jorge Alberto Ventura Álvarez</u> | <u>Carnet 36-5354-2015</u> |

QUIEN PRESENTÓ DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACION TITULADO:

"Las noticias falsas (fake news) y sus incidencia en la credibilidad del periodismo Salvadoreño"

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TÉCNICO EN PERIODISMO

Y DEL CUAL TAMBIEN EVALUARON LOS CONOCIMIENTOS RELACIONADOS CON EL TEMA DEL MISMO, POR LO QUE ESTE JURADO RESUELVE DECLARAR EL EXAMEN COMO:

Aprobado

YA QUE CUMPLE CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL REGLAMENTO DE GRADUACION DE LA UNIVERSIDAD.

San Salvador, 1 de Diciembre de dos mil dieciocho.

F.

PRIMÉR VOCAL

Lic. Carlos Mario Márquez Medrano

F.

SEGUNDO VOCAL

Lic. Antonio Herrera Palacios

F.

PRESIDENTE DEL JURADO

Lic. René Alfredo Santo Galdámez

Agradecimientos

Esta tesis va dedicada a:

Mis padres Ricardo Alfredo Corado y Elizabeth Fuentes, quienes, con amor, paciencia y muchos sacrificios me han permitido llegar a cumplir un sueño más, cada uno me han enseñado valores importantes con el predicar de su ejemplo y la valentía de superar adversidades que la vida ha colocado en mi camino, soy bendecida al tenerlos. A mi hermana Celeste Fuentes y mi sobrino Joshua Alfredo, que llego en el transcurso de mi preparación y hahecho de mi vida toda una bendición, a mi abuelita Ángela Fuentes, quien siempre ha estado conmigo, por todo su cariño y amor les estoy muy agradecida.

Y que sería de mi vida sin Jacqueline Sánchez, gracias por estar en el inicio y en el final de este sueño y por llenar de risas mi alma. Mi Dios también se ha manifestado en el cariño de todos mis amigos que en buenas y malas siempre han estado para mí, cada palabra consejo para mejorar mi vida no ha caído en saco roto.

También la quiero dedicar a la memoria de Jonathan Alexander Luna, mi ángel en el cielo, quién le regalo a mi vida un significado muy diferente de lo que es el amor, y aunque su partida llego en el proceso de esta tesis, su recuerdo vivirá por siempre en mi corazón, a sus padres y hermanos, quienes han pasado hacer parte importante de mi vida, ¡Gracias por su amor y Cariño! Docentes, infinitas gracias por el apoyo incondicional, a los licenciados Antonio Herrera palacios, carlós Mario marques René Alfredo santos.

Wendy María Mejía Fuentes

Agradezco a Dios Todopoderoso: infinitas Gracias por haberme dado sabiduría, la fortaleza y la oportunidad para que fuera posible alcanzar mi triunfo.

A la memoria de mi madre: quien me dio la vida, por pensar siempre en mí futuro, por sus consejos y por enseñarme a ser perseverante, y que siempre hay que seguir adelante con la ayuda de Dios.

A mi familia: que estuvieron pendientes dándome, su paciencia y su apoyo incondicional a lo largo del proceso. Gracias a mis amigos por estar pendientes, por sus buenos consejos.

Al Jurado: gracias por su apoyo incondicional que nos brindaron, licenciado René Alfredo Santos Galdámez, licenciado Carlos Mario Márquez, y a mi asesor de tesis licenciado Antonio Herrera Palacios.

A todos los maestros que me impartieron clases a lo largo de mi carrera gracias por la buena enseñanza.

A mis compañeros de tesis: Wendy María Mejía Fuentes, y Jorge Alberto Ventura Álvarez, Gracias por todo el tiempo compartido por su comprensión y apoyo por su paciencia para superar los momentos difíciles a lo largo de la carrera para lograr el éxito.

Griselda Grimanesa Coreas

Primeramente, le agradezco a Dios, por guiarme en todo el transcurso de Mi carrera y por darme fuerzas para seguir adelante a pesar de muchas dificultades que tuve en todo mi recorrido universitario.

Ya que tuve muchos obstáculos los cuales en momentos me sentía desanimado, pero siempre hubo personas las cuales me daban palabras de aliento y me animaban a seguir adelante, lo cual eso me ayudaba cada día para ser mejor y seguir haciendo las cosas bien en mis estudios.

También le doy las gracias a mi familia por ayudarme en todo momento y estar pendientes de mi persona desde el comienzo hasta el final de mi carrera y en el proceso de mi trabajo final, siendo ellos el motivo por el cual yo pude estudiar y poder lograr una de mis metas la cual era terminar mi universidad y poder finalizar mi tesis, a quienes les dedicó este logro que no fue nada fácil sin embargo pude terminar satisfactoriamente todos mis propósitos que tenía por cumplir.

Siempre puse mi confianza en el eterno quien siempre fue mi sustento más grande a quien le pedía sabiduría para lograr todo de buena manera y fue así como finalicé mis estudios, de igual manera me siento agradecido a quién fue mi asesor, licenciado Herrera palacios quien me facilito su ayudado para el proceso final.

Jorge Alberto Ventura Álvarez

INDICE

Introducción.....	i
Capítulo I.....	1
<i>Planteamiento del Problema</i>	1
1.1 <i>Formulación del Problema</i>	1
1.2 <i>Justificación</i>	3
1.3 <i>Enunciado del Problema</i>	4
1.4 <i>Delimitación</i>	4
1.5 <i>Objetivos</i>	5
1.5.1 <i>Objetivo general</i>	5
1.5.2 <i>Objetivos específicos</i>	5
Capítulo II.....	6
Marco Teórico.....	6
2.1 <i>Antecedentes de las Fake News</i>	6
2.1.1 <i>Actualidad en el periodismo</i>	9
2.2 <i>Credibilidad del Periodista</i>	11
2.3 <i>Periodismo en El Salvador</i>	13
2.3.1 <i>Rol de los comunicadores en la era digital</i>	18
2.4 <i>Creación Masiva de los Portales Falsos</i>	21
2.4.1 <i>Información Falsa a través de Memes</i>	22
2.5 <i>Como Afectan las Fake News en la Sociedad</i>	24
2.6 <i>Propagación de las FakeNews</i>	26
2.6.1 <i>Plataformas con mayor índice de contenido falso</i>	27
2.7 <i>Respaldo Legal a la Información</i>	30
2.8 <i>Información Accesible</i>	31
2.9 <i>El Futuro de las Fake News</i>	33
2.9.1 <i>Riesgo de invertir en Facebook</i>	34
Capítulo III.....	34
Metodología	35
3.1 <i>Método</i>	35
3.3 <i>Técnicas</i>	36
3.4 <i>Procedimiento</i>	37

Capítulo IV	39
Resultados	39
Capítulo V	52
Conclusiones y Recomendaciones.....	52
5.1 Conclusiones.....	52
5.2 Recomendaciones.....	53
REFERENCIAS	55
ANEXOS	57

Introducción

Las plataformas sociales, han dado un giro radical respecto a la forma en que el público accede, consume y difunde noticias, lo cual contrasta dos partes, una positiva y la otra negativa, estos cambios son cruciales principalmente para el periodismo y los medios de comunicación en general en El Salvador.

A medida han pasado los años el reto de los periodistas ha sido grande, ya que competir con el monstruo de las plataformas sociales y la era de la desinformación, han hecho de esta profesión algo difícil. Ya que, con el acceso y creación fácil de contenido posteo en las principales plataformas digitales, han logrado desprestigiar el contenido serio que antes se realizaba para un determinado medio.

Los periodistas en El Salvador no han sido la excepción y muchos se han visto involucrados en problemas, ya que terceros han utilizados sus nombres para poder firmar contenido falso.

Las Fake News es información falsa, difundida bien por los medios tradicionales o por las redes sociales, cuya finalidad es engañar o manipular al público para lograr determinados objetivos. El trabajo actual de los profesionales de la rama del periodismo está siendo plagiado por distintos personajes con diferentes fines. Es por eso que en la presente investigación planteamos uno de los objetivos Principales, que es conocer la problemática principal y encontrar posibles

Soluciones. A la información analizada en esta investigación se determina que uno de los conductos más fáciles para viralizar contenido en nuestro país es la de la política, que en los últimos meses ha tenido mayor protagonismo en las diferentes plataformas.

Una de las cuestiones claves para poder entender este fenómeno de las FakeNews, es que estas toman poder cada que un usuario comparte la información falsa y la hacen ver como cierta.

Tomando en consideración varias opciones planteadas en el marco teórico, es de suma importancia conocer, de qué manera afecta a la ciudadanía y principalmente a los diferentes medios periodísticos

Capítulo I

Planteamiento del Problema

1.1 Formulación del Problema

En pleno siglo 21 la evolución de las noticias falsas en la sociedad salvadoreña ha tomado mucho mayor protagonismo desde que se han posicionado en las diferentes plataformas sociales, las cuales son generadas para causar controversia, dañar la integridad o imagen de un personaje, aumentar seguidores, entre otras causas. Si bien es cierto este es un problema que ha tomado mayor visibilidad en las redes sociales, éste se origina desde tiempo atrás con los medios tradicionales de comunicación, solo que la propagación de éstas hoy día es más factible para quien las crea y el difundirlas ya no es un problema, como en años atrás, por la facilidad que ofrecen los medios digitales. Ahora ya no se necesita que una persona sea un profesional de las noticias para crear contenido y para que éste se propague a gran cantidad de personas, basta con colocar un título que acapare la atención de los usuarios en las redes sociales y que estos por su contenido empiecen a tomar popularidad y, por supuesto, se viralicen.

Normalmente cuando una noticia se difunde asociamos su publicación con un medio de información, sin embargo, hoy día hay una realidad a la que se debería de dar mucha importancia, y es que actualmente la mayoría de la

Población salvadoreña y a nivel mundial, tiene acceso a un móvil con internet y, con ello, se abre la posibilidad de que personas particulares pueden llegar a ser tanto el informante como el informador y lograr fácilmente que su contenido se viralice a partir de las características que éste pueda tener, y que los mismos usuarios conviertan en una noticia algo que está lejos de serlo.

Esta problemática está siendo uno de los principales motivos por los que el periodismo en El Salvador ya no goza de total credibilidad como antes, debido a la desinformación desmedida que, sin poderse controlar, al parecer, le está ganando la batalla al periodismo de calidad realizado por profesionales de la información.

En consideración a lo anterior, la presente investigación tiene como fin poder conocer las principales razones por las que las Fake News o noticias falsas han tomado auge en los últimos años y de qué forma esto incide en la credibilidad de los medios de comunicación salvadoreños. Aunque esta no es una problemática exclusivamente de las plataformas digitales, existen casos de contenidos publicados en medios tradicionales en los que se pueden encontrar algunas anomalías, ya que algunos son tomados de fuentes no verificadas y se toman como ciertos.

1.2 Justificación

La presente investigación busca conocer las causas y consecuencias que el fenómeno de las Fake News (Noticias falsas) está teniendo en los diferentes medios informativos de El Salvador, pero, principalmente, dentro de las plataformas digitales que es donde regularmente hoy día se originan y están logrando un nivel alto de incidencia en la sociedad salvadoreña, generando una polémica dentro del ámbito periodístico, ya que el nivel de credibilidad de las noticias está decayendo y, por lo tanto, ahora el reto del periodista es lograr la credibilidad no solo en su persona, sino al medio que está representando.

Actualmente, ya no es difícil llenar las plataformas sociales con historias inventadas, la era digital ha sido la más golpeada con este fenómeno, la credibilidad del periodismo se puede catalogar en crisis, pues la facilidad con la que la tecnología permite a cualquier usuario la creación de páginas falsas, inundando Facebook y Twitter que están consideradas hoy por hoy las plataformas más inmediatas para la divulgación de contenido escrito.

El problema es bastante serio, pero pocos le han dado importancia, si se analiza bien, se pueden encontrar soluciones, a lo mejor no desaparecería el problema, pero si disminuiría considerablemente. Puesto que no se puede competir con el monstruo de internet.

Como grupo se cree, que esta investigación podría ser de suma importancia para quienes ya se están viendo involucrados y afectados con este tema, también para todos aquellos profesionales que se encuentren ejerciendo, pues dicho con otras palabras la labor del periodista está siendo violada.

1.3 Enunciado del Problema

El periodismo salvadoreño sufre de un fenómeno llamado noticias falsas (Fake News) que, conforme ha pasado el tiempo ha crecido considerablemente y la mayor parte para su difusión se la llevan las plataformas sociales Facebook y Twitter como las dos principales en las que se viralizan rápidamente, debido a que su formato permite el contenido escrito un poco más extenso que las otras plataformas existentes, no dejando atrás los medios periodísticos tradicionales que también han publicado en algún momento contenido no verdadero .

En este sentido, como grupo de investigación nos planteamos la siguiente interrogante como enunciado del problema.

¿Cuál es la incidencia de las noticias falsas en la credibilidad del periodismo salvadoreño?

1.4 Delimitación

El tiempo que comprende la investigación está estipulado durante tres meses, iniciando en septiembre y concluyendo en el mes de noviembre del

presente año (2018). Período en el que se realizará la recopilación bibliográfica y exploratoria, además de la investigación de campo.

El trabajo se pretende investigar de manera explorativa, buscando como bases que sustenten la investigación a personas conocedoras de la materia, realizando entrevistas. La investigación también contará con encuestas en la zona metropolitana de San Salvador a una pequeña representación de la población que tiene acceso a internet y que se informa a través de las plataformas sociales, así como con periodistas de medios de comunicación.

1.5 Objetivos

En consideración a la problemática planteada, la investigación tiene como objetivos principales los siguientes:

1.5.1 Objetivo general

Demostrar cuál es la crisis que viven los periodistas en El Salvador, ante el fenómeno de la desinformación en la población salvadoreña en los últimos años

1.5.2 Objetivos específicos

- Identificar la problemática que el periodismo salvadoreño enfrenta cotidianamente con el contenido falso en redes, Identificar casos o ejemplos de noticias falsas y su incidencia en la opinión pública.

Capítulo II

Marco Teórico

2.1 Antecedentes de las Fake News

No es novedad que el fenómeno de las Fake News sea algo del siglo XXI, pero si ha tenido mayor relevancia dentro de la generación de contenido que se realiza masivamente dentro de las diferentes plataformas sociales, aunque no se deba exclusivamente a las redes, sino también en diferentes medios de comunicación masiva, que tergiversan la información real, esto no ha sido nada factible para muchos, ya que esto es generación de la desinformación y depende como sea utilizado beneficiara alguien, ayudando a sus intereses afectara a otros.

En la era de la sobre información, de inmediatez, del todo vale y lo que es más importante, del todo gratis. Y por lo tanto no nos debe extrañar que cada día aumente más el fenómeno de las FakeNews. Algunos por inocencia y otros por mala intención, quieren colarnos noticias falsas para condicionar nuestra opinión, nuestro voto o nuestros gustos. (Blog, Marfi, Fake News/Periodismo)

Empresas destinadas única y exclusivamente a ello, y gente dispuesta a creérselo todo. Esta combinación es letal para el éxito y el crecimiento exponencial de las FakeNews. Pero no todo es tan catastrófico. Hay unapositiva en todo este tema. Y es que el tiempo está poniendo a cada uno en su lugar.

Uno de los casos con mayor incidencia ha sido el de la princesa Diana, Durante 20 años el mundo creyó que Diana, la princesa de Gales, descansa en una isla florida de su mansión en la isla de Althorp, en el norte de Inglaterra. Miles de turistas visitan su tumba, pagan la entrada en el castillo familiar, miran su vestido de novia y leen el libro de condolencias en la casa de los Spencer, la familia más aristocrática de Gran Bretaña. El problema es que el entierro de Diana es otro de los grandes misterios y mentiras que rodearon la muerte, el funeral y el destino final de la reina británica que no fue. Lady Di no está ni estuvo enterrada en la isla.

El diseñador argentino Roberto Devorik fue uno de los grandes amigos de la princesa y uno de los pocos que puede reconstruir esta macabra tragedia real hasta el final. Tres días después de su funeral y cuando almorzaba con una de las personas más cercanas a la princesa en la casa de Lady Bocker, una madrina informal de Diana, le reveló la verdad:” Diana no está en la isla. Está enterrada junto a su padre en la iglesia del pueblo”. (Diario digital Clarín, 2017)

Las Fake News como informaciones falsas, difundidas bien por los medios tradicionales o por las redes sociales, cuya finalidad es engañar o manipular al público para lograr determinados objetivos, otro caso épico de la entonces candidata a la presidencia por los Estados Unidos, en el partido republicano Hillary Clinton , que fue estropeada por un sin fin de mentiras, en su candidatura, pero una más polémica que las otras, donde fue señalada por

varios medios de comunicación, que su partido y ella estaban involucrados con sectas y ritos satánicos, pederastia y racismo y como bien dicen las Fake News pueden tener consecuencias en el mundo real, no se puede negar que la gran cantidad de mentiras difundidas pudieron haberle dado el gane al actual presidente de los Estados unidos Donald Trump

En épocas antiguas existía una vieja práctica que usaban algunos panfletos y publicaciones del siglo XVIII y XIX que difundían informaciones no siempre verificadas. Hoy en día, internet lo ha puesto de nuevo en boca de todos.

"Las mentiras descaradas forman parte del discurso político desde la antigüedad griega y romana", estima el historiador estadounidense Robert Zaretsky, de la Universidad de Houston.

Su colega de Harvard, Robert Darnton, halla en Pro copio de Cesárea los primeros usos de las Fake News: este historiador bizantino del siglo VI trufó de informaciones dudosas su Historia secreta del emperador Justiniano, seguramente con el fin de dañar su reputación.

"Más recientemente (...) se pueden considerar los 'libelos' del Antiguo Régimen (en Francia) como una forma antigua de Fake News", señala Zaretsky a la AFP. Estos textos satíricos estaban escritos por autores que criticaban al Antiguo Régimen y querían desestabilizarlo.

Destinados a un amplio público, los canards eran revistas vendidas por voceros de forma ambulante en las calles de París, y describían sucesos imaginarios como, hacia 1780, la captura de un monstruo quimérico en Chile.

Según Darnton, estos canards constituyen una "versión antigua de las Fake News".

En el siglo XIX, en Estados Unidos aparecen los hoax bulos para vender más diarios. En 1835, el periódico de Nueva York TheSun arrasa con una serie de artículos sobre el descubrimiento de extrañas formas de vida en la Luna, atribuido al astrónomo John Herschel, famoso en aquella época.

En otoño de 2016, durante las elecciones en Estados Unidos, cuando el uso de la expresión prolifera, si se tiene en cuenta el número de búsquedas en Google de la palabra clave Fake News.

Para el especialista Pascal Froissart, de la Universidad París 8, una Fake News no es simplemente una mala información sino "una falsa noticia difundida con conocimiento de causa en el campo mediático". "Propaganda, publicidad electoral o bulo, estas falsas noticias tienen varios objetivos", explica.

2.1.1 Actualidad en el periodismo

Las Fake News con la llegada de las diferentes plataformas sociales, han tomado posición dentro de la sociedad debido a su fácil viralización en ellas, el fácil acceso a un teléfono inteligente, la creación de portales y la creación de

fan pages que se utilizan con nombres falsos o disfrazando identidades personales o entidades, da mayor margen, para que el contenido sea movido por la interfaz a mayor velocidad.

Antes la difusión del contenido tardaba mucho más y la credibilidad de estas solo dependía del medio que lo publicase, ahora no es necesario eso, basta con que una publicación tenga miles de reproducciones, likes, para que esta sea creíble por la mayoría de usuarios.

Facebook y Twitter son las redes más utilizadas y más populares de los últimos tiempos y por su forma son más accesibles para los creadores de contenido falso hacerlas difundir.

Recientemente el magistrado del Tribunal Supremo Electoral, dio a conocer recientemente que la campaña política en El Salvador ya inicio legalmente, el cual hizo hincapié en sancionar a toda aquella información falsa que denigre a cualquiera de los candidatos a participar en los comicios del 2019.

No queremos ataques directos, uso de menores en campaña... redes sociales...”, dijo Argüello, ante el anuncio del arranque oficial de la campaña electoral, a la vez que trataba de dejar claras las reglas de la pelea antes de salir los políticos al ring.

“A partir de las 12 pm de hoy los partidos están autorizados para llamar al voto”, anunció y adelantó que se están buscando acercamientos con las empresas Facebook, Twitter y YouTube para regular las noticias falsas.

“Los tenemos en la mira y tratamos de regularlos”, dijo, a la vez que hizo referencia a que los políticos invaden el internet con propaganda para pescar votos. “No implica que no podamos regular las redes sociales”, agregó el magistrado. (Diario La Página, octubre, 2018)

2.2 Credibilidad del Periodista

Un estudio realizado a usuarios de internet en 1996, que fue hecho a la Asociación para la Investigación de Medios de comunicación (AIMC), por Navegantes de la red, definieron que en el 67,9% de los navegantes considera a internet su “fuente fundamental” de información. Esto quiere decir que la mayoría de usuarios ponen su total confianza en lo que se publica en las redes.

Antes de lo que llamamos hoy, el periodismo en la era delos verdad, no todo lo que conocíamos como proveniente de la prensa era “la pura verdad”. Y no podía ser de otra manera porque si solo nos atenemos a la definición que nos ofrece la RAE, el periodismo –además de una profesión–: “consiste en la captación y tratamiento escrito, oral, visual o gráfico de la información en cualquiera de sus formas y variedades”. Debería agregarse que esa actividad es realizada por seres humanos susceptibles de tener impresiones distintas de

la realidad (que no “hechos alternativos”) a pesar del esfuerzo de objetividad a que están obligados sus protagonistas. (La era de la pos verdad, pág. 17)

Esto muestra que las noticias falsas están empoderándose de la información que a diario es consumida por todos.

Preguntémonos pues cuál deberá ser hoy el método ideal y el papel del comunicador en una época digital de alto consumo de tecnología, poco tiempo para el análisis y una masiva competencia en la producción de información noticiosa y con la “inmediatez” como referencia.

Debido a este fenómeno la credibilidad del periodismo salvadoreño ha ido en decadencia en los últimos años, el poder informar en estos tiempos para los periodistas ya no solo es un trabajo si no un reto, lograr que la información sea creíble, las Fake News han venido a tergiversar, estudios que se realizan por un grupo de profesionales, aunque estén respaldados por un determinado medio la información no es del todo creíble, más si ya existe información no cierta y ya tomo posición en las redes.

Las Fake News son textos acompañados de fotos que dan la apariencia de ser una noticia real, estas notas falsas se encuentran alojadas en diferentes sitios de internet, y aunque normalmente estas notas no se encuentran firmadas por nadie, hacen mención de fuentes como si fuese una nota real.

Este problema se está saliendo de control, El Salvador está viviendo una situación confrontativa con los personajes que forman la política en nuestro país, ya que en tiempos como estos es donde las Fake News toman más popularidad y eso se puede notar por montones en las diferentes cuentas, desprestigiando a los participantes, aunque el único objetivo de quien las produce es lograr posicionarse y lucrarse de alguna manera, a esto se le puede denominar como “hackeo cognitivo”, pero se debe tener presente que las Fake News primero pasaron por un proceso manipulado para que sea del todo creíble.

En una nota reciente publicado por El Salvador.com hace referencia que las noticias falsas atentan contra la democracia del país, Las denominadas “FakesNews” o “noticias falsas” no son nada nuevo. Pero las historias falsas en la actualidad pueden llegar a más personas rápidamente a través de las redes sociales, esta nueva forma de interacción se vuelve mucho más poderosa por su velocidad, potencia y bajo costo de producción y de difusión. (Gadiel Castillo, Dic, 2017)

2.3 Periodismo en El Salvador

El Diario de Hoy consultó a profesionales que trabajan este fenómeno comunicacional de la era de redes sociales y de acuerdo con ellos, cada vez se está volviendo más común que políticos sin escrúpulos hagan uso de este

recurso de manipulación informativa, para eso utilizan diferentes plataformas que se venden como “medios de comunicación alternativos”.

La manera de operar de estos troles y se les llaman así ya que no poseen identidad y siempre se encontrarán en el anonimato por seguridad y porque por obvias razones su contenido no cumple todos filtros de seguridad de la noticia, la elaboración de este tipo de contenido será más posible viralizarla por los bajos costos que la creación de esto trae.

Algunos medios e instituciones ya han iniciado capacitaciones para preparar a los comunicadores y periodistas para detectar información falsa.

Considera que con el mal uso de redes sociales y del internet, el poder ya no está en el pueblo sino en cosas que dicen ser “del pueblo” pero que se escudan en cuentas falsas, en cientos de troles, un ente oscuro que está detrás de todo ese “aparataje”. (José Miguel Fortín Magaña, 2017)

Con el objeto de mostrarle a la sociedad que se requiere hacer bien las cosas buscar soluciones viables, para combatir la desinformación de las falsas Noticias que se publican a través de plataformas de información. (ASDER, 2017)

Rumores infundados, noticias falsas o sin contrastar, fuentes sin credibilidad o falta de ética inundan los medios de comunicación, sobre todo digítale, abriendo un debate sobre su control a través de las plataformas sociales.

Por lo que ya se está tomando las medidas (hay pérdida de credibilidad en los medios de comunicaciones tradicionales y digitales)

Las redes sociales personales se han convertido en plataformas de comunicación que tienen gran acogida, pero en las que todo se vale, se confunden cosas problemas y opiniones personales con noticias y fuentes reales.

En el país, asimismo, diariamente surgen sitios web que se autodenominan “periódicos”. Muchas de esas páginas no son dirigidas por periodistas, sino por comerciantes o mercenarios que venden sus publicaciones al mejor postor, además de publicar información falsa o hechos no comprobados. También estos sitios todos los días plagian notas o fotografías de diarios que pagan periodistas, fotógrafos y agencias noticiosas para informar a la población. (Diario 1, julio 2018).

Otro de los mecanismos de expansión de noticias falsas es la creación de perfiles falsos de personajes públicos donde los trolles tratan de crear una réplica exacta hasta del contenido, un ejemplo bien cercano es donde el candidato presidencial por el partido ARENA, Carlos Calleja, se viralizó que incitaba a la población a adquirir productos promocionales de su campaña, a cambio de una cantidad monetaria, esto con el fin de apoyar su campaña. El nacimiento de las Fake News y su aparición en El Salvador, trae muchas consecuencias, pues debemos contemplar que también da paso al Cyber

ataque, ya que su único fin es para dañar la imagen de otros, quienes se ponen a debatir de las temáticas, terminan irrespetando la integridad de quien se habla.

Otra de la problemática es que en nuestros días la población no sabe identificar una noticia falsa del periodismo real y profesional, cualquier contenido que se observe con un titular, entradilla y fotografía, para ellos es algo serio y aunque lo que se mencione caiga en lo absurdo.

Algunos ejemplos de Fake News en El Salvador que han dado de que hablar

1) Ataque a Carlos Calleja, se produjo una Fake News en la plataforma social de Facebook, sobre una frase que supuestamente había dicho el candidato a la presidencia por Arena: “El Salvadoreño vive bien con 300 dólares “. Este es un ejemplo que se publicó en una cuenta que llevaba el mismo nombre del candidato a quien se desprestigia.

2) Ataque a Ernesto Muyschondt salió la nota que se había subido el salario a 12 mil dólares. Posteriormente confirmo que está totalmente falso. Esto se propago en los diferentes medios de comunicación luego se expandió en las plataformas sociales.

3) Circulo en redes sociales una serie de mensajes que advertía a los padres de familia para que cuidaran a sus hijos, ya que los mareros podrían robarlos.

De acuerdo con el mensaje, los cabecillas han girado orden de robar niños en centros comerciales, salidas de restaurantes de comida rápida y lugares públicos. Si las personas no pagan por recuperar artículos robados, probablemente sí lo harían por sus hijos. Esta información se propago en WhatsApp.

4) Se ha visto que este tipo de notificaciones falsas provienen al menos en nuestro país de la izquierda en contra de la derecha.

¿Pero cómo se podría detectar una fuente falsa?

1. Lo primordial es identificar las fuentes y verificar que tan confiable y conocidas son y más si su opinión tiene peso dentro del ámbito.
2. Investigar quien firma la nota, si es una persona real o solo es un troll.
3. Si la nota tiene un titular explosivo, lea la noticia completa, si es posible indague más antes de compartir la noticia a sus contactos.
4. Verifique las noticias van acompañadas de enlaces o palabras de enlace que los dirijan a otras fuentes relacionadas con el tema.
5. Verificar fecha de la publicación, muchas veces suele suceder que son noticias publicadas con mucho tiempo de anticipación y lo único que se hizo fue cambiar datos.
6. Con la cantidad de información que es generada por los distintos medios ya conocidos es imposible que, si se está generando controversia en un

sitio desconocido, nadie más este hablando de ello, puede ser una sospecha para creer que es una FakeNews.

En algunos países ya existen opciones para que usuarios comunes, es decir usuarios no periodistas, puedan identificar contenido falso en las redes, que consiste en una aplicación donde permite ingresar un link y procede a darle los filtros de una noticia real, y si esa información es existente en la red.

Otro punto que se debe considerar en desventaja es que las paginas noticiosas que en verdad hacen periodismo ya están perdiendo la credibilidad y también el nivel alto de suscriptores en sus plataformas, por eso para alguna de estas instituciones ya no es rentable el que los usuarios paguen por ver las noticias completas, sin olvidar que también existe competencia en el mercado.

2.3.1 Rol de los comunicadores en la era digital

Los profesionales, deben asumir un proceso de actualización y culturización constante a nivel tecnológico; un proceso que no solo implica el dominio de aparatos, sino aprender a enfrentar Una sociedad digitalizada y globalizada como la de hoy exige, tanto a la academia como a nuevas formas de pensar y actuar. El campo profesional requiere comunicadores capaces de innovar y crear nuevas propuestas, productos, narrativas y demás estrategias para llegar e impactar al público.

El rol del comunicador digital, no es una sino muchas debe entender tanto a las marcas como a los consumidores, debe saber lo que piensan dicen y hacen, antes y después de consumir o hablar de nuestro producto, debe saber hacer seguimientos, que se habla de nuestra marca o partido político ,quienes lo dicen y como son, el comunicador ya no solo es un puente entre receptor y emisor, es el que debe guiar la conversación, en la era digital el comunicador tiene el poder, sin embargo muchas veces se da a conocer falsedades con el fin de lucro propio para hacer que lo que estamos dando a conocer sea virilizado o genere controversia aun siendo falso .

El comunicador adopta una función de maquinista en la que la adhesión a los objetivos de comunicación, la capacidad de reacción y el control se vuelven claves para el cumplimiento de las metas. El comunicador debe saber administrar estrategias de periodicidad de esos medios, estar preparado para combinarlos o remplazarlos, y saber administrar las cargas de información en los flujos de comunicación. (Digitalesagosto 2016)

Gradualmente, pero cada vez más rápido, el mercado laboral está dando la bienvenida a los comunicadores. Los mal llamados perfiles "soft" empiezan a parecer cada vez más atractivos para las empresas, e incluso para el gobierno. De algún lado salió esta noción de que "es importante tener a alguien que sepa escuchar, que sepa interactuar, que sepa abrir la puerta para ir a jugar". Y eso está bueno. Ya que, de alguna manera, se empieza a sospechar que, atrás de

esa puerta, con un montón de ganas de jugar, están esos clientes y usuarios que las empresas y los gobiernos necesitan para vivir y sobrevivir.

Como las noticias falsas se ven aun en los mismos medios reconocidos, para poder entrar en confortamientos con otros que tienen una ideología contraria, ¿será que los comunicadores se sienten bien al realizar dicho trabajo sucio?

La respuesta podría ser, no tienen otra elección más que hacer lo que se les pide ya que es su trabajo, y por ende deben cumplirlo, sin embargo, están desinformando a la población con notas falsas.

Cuando lanzan un contenido llamativo hasta ahí, parecen buenas noticias; y no lo son, sin dudas. Pero hay un problema si bien está en alza esta consciencia, de parte de empresas y gobiernos, de la necesidad de tener un comunicador en sus equipos, todavía no tienen en claro qué pedirle. Me genera una sensación similar al fenómeno de los primeros años de la década del '10 con las redes sociales: a todo el mundo le parecía imprescindible estar presente ahí, "¿cómo que no estás en las redes sociales?", se escuchaba preguntar indignadamente a más de uno, aunque nadie sabía muy bien para qué había que estar.

Sera que el comunicador ya no podrá hacer lo que el piense correcto, debido a su trabajo y su línea ideológica que le imponen.

Existe algo que se conoce como transformación digital, que suena como algo que únicamente un experto podría entender, pero no: la transformación digital es algo con lo que vivimos todos los días, y tiene que ver con que pasamos de mandar una carta por correo y esperar entre 24 horas y dos semanas para que llegue a destino, a enviar e-mails y mensajes de texto, que llegan en el acto; pasamos de llamar por teléfono a tener charlas por videoconferencia, y ni hace falta que hablemos de las redes sociales y de cómo nivelaron el terreno de juego para la producción de contenidos: hoy, cualquiera con un celular o una computadora es un potencial productor de contenidos, y puede hacérselos llegar a cualquier otra persona que tenga un celular o computadora. La velocidad y la magnitud de los cambios, muchas veces cambios (falsos) los cuales hacen que la población crea algo de una empresa o partido político, lo contrario de lo que en verdad

2.4 Creación Masiva de los Portales Falsos

A veces puede parecer que se trata de una simple broma y que no va a hacer daño a nadie. Otras en cambio hay un interés oscuro detrás que busca desprestigiar a una marca o persona. Sea como sea, las 'Fake News' o noticias falsas se han puesto de moda, hasta el punto de ser consideradas una de las palabras del año.

Lo que para unos puede parecer obvio, para otros no lo es y comparten, por miedo a que sea verdad, algo que no hace más que fomentar la alarma social. Llaveros con los que pueden localizarnos, mamografías que producen cáncer de tiroides o el cobro por las boquillas de los alcoholímetros son algunos de los últimos bulos que se han hecho virales en la red. Facebook, Twitter son los principales lugares en los que se está compartiendo este contenido que muchos no verifican y dan, por cierto. “Como lo comparte mi familiar o amigo, yo también lo hago por si acaso”, piensan algunos usuarios. Pero no hay que dejarse llevar por el error, ante la más mínima sospecha de que no sea real.

2.4.1 Información Falsa a través de Memes

En un estudio realizado por la universidad de Chile meme como evolución de los medios de expresión social, se dice que es una expresión, en la cual también se encuentra información falsa, de cualquier índole, el fenómeno de los memes ha sido una de las más grandes revoluciones mediáticas de los últimos años, con su forma novedosa y original de transmitir información. Esta tendencia ha causado tal revuelo que nadie es ajeno a su impacto, despertando la gran interrogante de por qué existe tan poca investigación formal al respecto a pesar de su impacto y crecimiento. A raíz de la poca profundización en este tema surgen problemas como conceptualizaciones poco claras, definiciones ambiguas, sin siquiera ser la palabra meme reconocida por la Real Academia Española aún, y sobre todo la clasificación del tema como poco serio e

irrelevante tanto por sus formas como por su contenido. (Whathappensifyousay "Meme", 2010) Este estudio por tanto busca aportar con información relevante y actualizada para llenar el vacío generado por la falta de análisis exhaustivo del nuevo fenómeno. Para ello se revisará bibliográficamente la literatura existente sobre "los memes", mediante la cual se podrá establecer una definición algo más concreta de lo existente hoy, mostrar sus características exponiendo su carácter novedoso y, por último, darle la merecida relevancia a esta tendencia representativa de la década.

Estudios antiguos sobre este fenómeno de los memes basado en su capacidad para comunicar y su papel como medio social, su utilidad como publicidad política, su rol en movimientos sociales, y su contenido como humor visual en internet. Con respecto al papel del meme como medio social, éste posee un valor para generar conocimiento sobre el comportamiento de la sociedad en general el cual se obtiene a través de la información recopilada en internet. (Vélez, 2012). Otra línea de estudio presenta la utilidad del meme como publicidad política donde éste representa la opinión pública y cómo también puede llegar a formarla. (Ratkiewicz "et al.", 2011). Por otra parte, no sólo el formar opinión resulta parte de ésta línea de estudio, sino que también el uso de memes para campañas políticas ha sido estudiado en países como Perú con la campaña "Yo digo NO" (Sánchez, 2014). Se han estudiado también los memes como fuente de humor visual en internet, plataforma en la cual este tipo de lenguaje adquiere mayor relevancia cada vez, ya que el uso del lenguaje

verbal se mezcla con el visual. El estudio de Anneli Baran (2012) por ejemplo, introduce el difundido rápidamente pudiendo impactar y afectar significativamente la opinión de las masas. Por lo tanto, aquellas entidades como fuerzas armadas, universidades, ministerios, bancos, entre otras, en su función de marketing deben considerar este fenómeno, puesto que al tener visibilidad y exposición social serán sujeto de memes.

La falsedad se da en muchas áreas y los memes son parte de eso, en la política es muy normal que se den estos tipos de casos ya que cada partido tiene su personal encargado de generar contenidos que dañen a otros y que den aceptaciones a ellos por medio de sus memes. (Universidad de Chile,2014)

2.5 Como Afectan las Fake News en la Sociedad

Según investigaciones por Edelman, una de las empresas de noticias independientes más grandes de España, hizo un estudio en el que determinaron que: Para el 47% de los encuestados las noticias falsas son “textos descuidados o tendenciosos de las organizaciones de noticias”, mientras que otro 39% se aventura a calificarlas como un “insulto que se usa en exceso para desacreditar las noticias que a la gente no le gustan”.

Por otro lado, las noticias falsas están cambiando los hábitos de consumo a la hora de leer o acceder a los medios de comunicación. Más de la mitad de los norteamericanos (51 por ciento) afirman que ahora son más cuidadosos

respecto a dónde consumen la información, así como utilizan más herramientas de verificación que nunca.

Eso no evita que una cuarta parte de los ciudadanos admita que duda de la verdad de casi todas las noticias que ve. (TicBeat, Socialmedia, 2017)

De acuerdo a los datos, las noticias falsas están disminuyendo la confianza en las empresas de noticias tradicionales.

El 36% de los norteamericanos afirmó que su confianza ha disminuido “mucho”, a sumar otro 26% que reconoce haber perdido la confianza “un poco” en los medios de toda la vida. Este resultado basándose en los resultados de Edelman.

Las noticias falsas pueden dañar a los salvadoreños de una forma muy severa ya que tanto contenido no verdadero hace que las personas lleguen a páginas falsas y no tengan ni idea de lo que está aconteciendo debido a que la mayoría de usuarios solo se informa por redes sociales y ya no por noticias de televisión y radio prensa escrita, lo que bien se sabe es que, aunque a ciencia cierta no se crea del todo lo que se dice en internet, pero es el único medio que consumen masivamente, y las especulaciones empiezan, y en poco tiempo se está logrando que la nota falsa se crea por completo.

2.6 Propagación de las FakeNews

Las Fake News circulan más rápido por internet, un estudio fue realizado sobre 126,000 informaciones verdaderas y falsas entre 2006 y 2017 difundidas por Twitter por 3 millones de personas más de 4.5 millones de veces. En promedio, la información verdadera requiere seis veces más tiempo que la engañosa para llegar a 1,500 personas, según los investigadores del MassachusettsInstituteofTechnology (MIT).

Esta diferencia es más marcada para noticias políticas que para las relativas al terrorismo, a las catástrofes naturales, la ciencia, las leyendas urbanas o las noticias financieras.

Aunque muchos se inquietan por la difusión de noticias engañosas por parte de bots -programas informáticos que realizan operaciones de internet por sí solos- el estudio reveló que la propagación de este tipo de informaciones se debe sobre todo a la acción humana, quien es la que genera la difusión de toda información falsa.

La difusión de datos los cuales no son ciertos, actúan rápidamente, pero esto también es provocado por los usuarios los cuales no están informados y comparten el contenido al punto de que la noticia se hace viral.

Facebook y twitter son de las plataformas en las cuales eso se genera rápido, todo título llamativo compartido, con el fin de ser visto por más personas y generar controversia al grado de ser un escándalo en la sociedad.

2.6.1 Plataformas con mayor índice de contenido falso

Facebook y Twitter son dos plataformas digitales, en las cuales viralizar contenido falso es lo que se da desde tempranas horas hasta que termina el día, ya que millones de personas las utilizan, y comparten cada publicación llamativa que ven.

El Salvadortimes.com, comenta que desde hace algunas elecciones los candidatos se han quejado de troles que en redes sociales divulgan noticias falsas, y esto sucede en los sitios antes mencionados.

"Vamos a tratar de buscar algunos acercamientos con Facebook, Twitter con YouTube como para poder regular algunas Fake News que se difunden muchísimo en este país y han sido parte de la campaña como por ejemplo en México todos esos detalles los tenemos en la mira y estamos tratando de regularlo" dijo el magistrado en una rueda de prensa.

De acuerdo al magistrado, si bien es cierto en la ley no se contempla esa regulación, pero en la misma no se hace distinción "eso no implica que no podamos regular las redes sociales", también agregó que bajo ninguna circunstancia se puede realizar campaña pagada en redes. Dentro de las

plataformas existe una opción donde se puede "promocionar" una publicación a cambio de dinero.

El magistrado agregó que se percatado que hasta el máximo ente electoral ha sido víctima de las Fake News. Agregó que como sucedió en otros países, se debe demostrar que son noticias falsas y la plataforma da de baja las publicaciones. "Pero tenemos claro que no podemos restringir la libertad de expresión" añadió.

En esta investigación se reunió una lista a 570 sitios identificados como difusores de noticias falsas. Los resultados muestran que las interacciones con los sitios de 'Fake News' aumentaron constantemente en Facebook y Twitter, desde principios de 2015 hasta unos meses después de las elecciones presidenciales de 2016. A partir de entonces, las interacciones de Facebook con este tipo de noticias cayeron más de un 50%, mientras que las de Twitter siguieron creciendo.

La generación las FakeNews, es demasiado grande en Facebook y Twitter, con el fin de destruir, desinformar y generar controversia en las personas y lo hacen de una manera rápida, ya que son las plataformas digitales que más utilizan los usuarios.

Sin embargo, un para la revista Science los culpables del problema de las noticias falsas no son los bots programados, sino las mismas personas, ya que ellas son quienes se encargan de difundirla

En el caso de Twitter el caso ha sido diferente pues recientemente hubo una publicación en la cual los administradores de la plataforma eliminaron 70 millones de cuentas falsas, debido a que las noticias falsas se propagan más rápido que las reales, esto según (Diario Digital Perfil, julio,2018)

Twitter anunció que es probable que sus usuarios vean descender drásticamente los números de "seguidores" a medida que el servicio elimine cuentas potencialmente dudosas o fraudulentas, también conocidas como "Fakes" o "Bots", que a lo largo de los últimos dos meses habían sido bloqueadas. La red social, en la cual las Fakenews se propagan más rápidamente que las verdaderas -según un estudio del MIT- suprimirá las cuentas que fueron "bloqueadas" tras cambios repentinos en el comportamiento de sus titulares, lo que puede indicar que quienes las abrieron no las controlan. "La eliminación agresiva de cuentas no deseadas puede dar lugar a una inusual disminución en el número de usuarios mensuales en el segundo trimestre", "La creciente campaña de Twitter contra bots y trolls -a pesar del riesgo para el crecimiento de usuarios de la compañía- es parte de las continuas consecuencias de la ofensiva de desinformación de Rusia durante la campaña presidencial de 2016". (The Washington Post, 2018)

¿Por qué surge ahora con otro nombre? Su alcance y velocidad de propagación, gracias a internet y las redes sociales, confiere a este fenómeno, tan antiguo como la comunicación, un nuevo matiz. La universalización de las

herramientas de difusión, su facilidad de uso y su carácter gratuito multiplica la capacidad de divulgación de estas noticias falseadas (denominación cuestionable, ya que el término noticia incorpora en sí mismo el concepto de veracidad), y por tanto su potencial de inducir a error y manipular decisiones. La perversión de su evolución llega hasta la frecuente identificación de Fake News con conceptos como “hechos alternativos” –como si la realidad pudiera admitir una alternativa igualmente válida– o “pos verdad” –que juega con su antípoda con un prefijo nada contundente.

2.7 Respaldo Legal a la Información

Se puede considerar necesario que cada país adopte una ley donde sea sancionado todo aquel individuo que viole información que solo le compete ser manipulada por periodistas o profesionales del medio.

Así como se considera negligente que una persona haga prácticas médicas o jurídicas, si este no tiene un título que lo respalde, estos deberían ser sancionadas con cárcel, de la misma manera, es acceso a la información y comunicación cierta debe ser respetada.

Según publicaciones de la Policía Nacional de Colombia, cualquier persona que cree un perfil falso con el fin de perjudicar a terceros está catalogada como un delito. “Crear FAKES (perfiles falsos) para perjudicarle la vida a alguien es un delito y trae consecuencias”: escribieron las autoridades”, fue el mensaje que publicaron las autoridades y con el cual se espera que las medidas que se

tomen cuando se infrinja la ley de esta manera sean más drásticas. (Blog, Asuntos Legales, Cesar Rodríguez, feb. 2018)

El gobierno de Malasia presentó una propuesta de ley en el Parlamento para sancionar la difusión de noticias falsas con penas de hasta diez años de prisión.

“La ley propuesta persigue salvaguardar al público ante la proliferación de noticias falsas a la vez que garantiza el respeto del derecho a la libertad de expresión bajo la constitución federal”, indica la ley, según Channel News Asia. (Blog: Clases de Periodismo.com, marzo, 2018)

En El Salvador el caso es diferente, solo procede si la creación de perfiles falsos, son realizados por amenazas y tienen un castigo de 5 a 6 años de prisión, un caso muy cercano fue el de Claudia María Zepeda, quien resulto culpable por amenazar a una fiscal y una empleada judicial, con dañar su imagen la de sus respectivas familias.

Cualquier persona deberá tener el derecho a la libertad de expresión; este derecho debe incluir la libertad para investigar, recibir y compartir información e ideas de cualquier naturaleza, sin considerar fronteras, ya sean orales, escritas o impresas, a través del arte, o de cualquier otro medio de su preferencia.

2.8 Información Accesible

¿Cuántas veces se ha determinado que todo lo fácil de obtener o todo aquello más barato al final no es algo en lo que se deba confiar? Uno de los objetivos principales por los que la desinformación a través de las FakeNews han tenido demanda es porque, ahora en día toda información encontrada en internet, y que haga referencia a lo que la gente quiere escuchar, aunque no sea verdad, es compartida por miles de seguidores, es información de fácil acceso, la escribe cualquiera. Pero el resultado sería otro si las personas pagaran por obtener información, ya que la empresa noticiosa tuviera la responsabilidad de mejorar y tener más calidad en la información.

El contenido periodístico de calidad debe ser de pago. La gente pagará por tener información veraz, contrastada y trabajada. Igual que lo hacen para escuchar Spotify o ver Netflix. Pero primero tienes que ofrecer un buen producto. Un ejemplo claro es la revista Panenka. En el momento en que internet se llena de blogs hablando de fútbol, en el que hay centenares de medios dedicados a este deporte, nace una revista en papel. Sí, en papel.

El contenido periodístico de calidad debe ser de pago. La gente pagará por tener información veraz, contrastada y trabajada. Igual que lo hacen para escuchar Spotify o ver Netflix. Pero primero tienes que ofrecer un buen producto. Un ejemplo claro es la revista Panenka. En el momento en que internet se llena de blogs hablando de fútbol, en el que hay centenares de

medios dedicados a este deporte, nace una revista en papel. Sí, en papel.
(Blog, Marfi, Las FakeNews y el periodismo)

2.9 El Futuro de las Fake News

Según una serie de artículos publicados recientemente en un blog ya reconocido por profesionales del periodismo, referente a la problemática de las Fake News, dentro de poco tiempo esto habrá llenado por completo las plataformas de desinformación, nada de lo que se lea en plataformas será considerado como verídico, es por eso que el periodismo de ahora debe ser competitivo, riguroso, honesto, respetuoso y de más calidad, para que pueda competir con “el gran monstruo de la desinformación de las plataformas”

Durante la segunda jornada de los Encuentros de Periodismo de Folha de S. Paulo, organizados en esta ciudad por el diario brasileño, el director de El País advirtió que en un plazo de dos años el 50% de las noticias que circulen por las redes sociales serán falsas.

Caño recordó que una prensa libre e independiente es indispensable para la supervivencia de la democracia. “Si dejamos que fuerzas oscuras impongan sus mentiras a los ciudadanos indefensos, abriremos un camino seguro al autoritarismo”.Caño sostiene que el mejor antídoto contra esta nueva plaga de manipulación informativa está en los medios y no en crear organismos

Reguladores vinculados a los gobiernos con poder para decidir lo que es la verdad: “En ese caso corremos el riesgo de que para combatir un mal creemos otro peor, la censura”.

2.9.1 Riesgo de invertir en Facebook

Algunas empresas fuertes que invierten muchísimo dinero en publicidad en plataformas, han expresado que la proliferación exagerada de contenido falso no les beneficia en nada, al contrario, un caso muy reciente es el siguiente:

Ultimátum. Unilever amenazó con sacar su publicidad de Facebook y Google pues, según dice, se han convertido en un “pantano” de noticias falsas, racismo, sexismo y extremismo.

“No podemos continuar apuntalando una cadena de suministro digital que a veces es un poco mejor que un pantano en términos de transparencia”, señaló Keith Weed, jefe de marketing de Unilever, según una copia de su discurso obtenida por CNN.

Unilever, propietaria de marcas como Dove, Lipton y Ben & Jerry’s, es uno de los principales anunciantes del mundo. Tiene un presupuesto de marketing anual de aproximadamente \$ 9,8 mil millones y el 25% de sus anuncios son digitales, señala CNN.

Capítulo III

Metodología

3.1 Método

El método de investigación empleado en esta investigación será mixto, es decir, cuantitativo y cualitativo, ya que, por una parte, se emplea la investigación cuantitativa para recolectar información que permita facilitar el análisis sobre las variables que inciden en el fenómeno de las FakeNews en el periodismo salvadoreño y, por la otra, se emplea la recolección cualitativa de información con lo cual se complementará el análisis de los datos numéricos.

La investigación cuantitativa se basa en obtener información estructurada para lograr la medición de posibles variables, con lo cual se pretende obtener una investigación más objetiva de uno de los principales problemas que afectan el oficio del periodista salvadoreño.

La recolección de información cuantitativa se ha realizado con base a un cuestionario, que contiene preguntas con opción de respuesta cerrada.

Para las entrevistas se ha utilizado una serie de preguntas abiertas con el propósito de analizar cualitativamente la situación actual de la incidencia de las noticias falsas Fake News en la credibilidad del periodismo salvadoreño. Y poder obtener mayor margen de respuesta y encontrar una respuesta viable ante la problemática.

3.2 Muestra

Para nuestro estudio consideramos necesario

Se obtendrá información de parte de encargados de medios de comunicación del Diario Co Latino, Canal 33 y El Faro, ya que los tres medios tienen presencia en plataformas sociales, donde se abordarán a periodistas, personajes que tienen conocimiento de la realidad de la generación masiva de noticias falsas.

Igualmente consideramos como objeto de estudios a personas que hacen uso de redes sociales frecuentemente y esto se centraliza en jóvenes estudiantes desde bachillerato hasta universitarios, quienes son los que consumen a diario todo tipo de contenido publicado en redes sociales, (Habría que valorar si los estudiantes de bachillerato, que poco leen contenidos informativos, tienen suficiente criterio para determinar si una noticia es falsa, quizá en el caso de los universitarios, por su grado de formación y mayores criterios para discernir).

La recopilación de la información de entrevistas y encuestas tendrán lugar entre el 22 de octubre al 04 de noviembre del 2018, y las encuestas se realizarán en la Universidad Tecnológica de El Salvador.

3.3 Técnicas

Las técnicas que se utilizan para la recolección de datos serán: entrevistas y encuestas.

La entrevista está conformada por 9 interrogantes, que buscan respaldar información sobre la incidencia de las noticias falsas en el periodismo salvadoreño, están elaboradas de forma abierta para obtener una respuesta amplia de los entrevistados.

Se elige esta técnica ya que es importante en todo trabajo de investigación, ya que se pueden obtener respuestas verbales entre el investigador y el objeto de estudio y creemos que el resultado de esta es más eficaz para la obtención de datos.

La encuesta está estructurada con 11 interrogantes donde se conocerá si los usuarios tienen la total credibilidad de informarse en redes sociales, se estructuraron con respuestas cerrada, en la que los encuestados deberán elegir una de las tres posibles respuestas, ya que se puede lograr una cuantificación más rápida.

Se eligió esta técnica porque se obtienen resultados más precisos, donde se logra que los participantes acierten o no a lo que como investigadores hemos establecido a través de la investigación.

3.4 Procedimiento

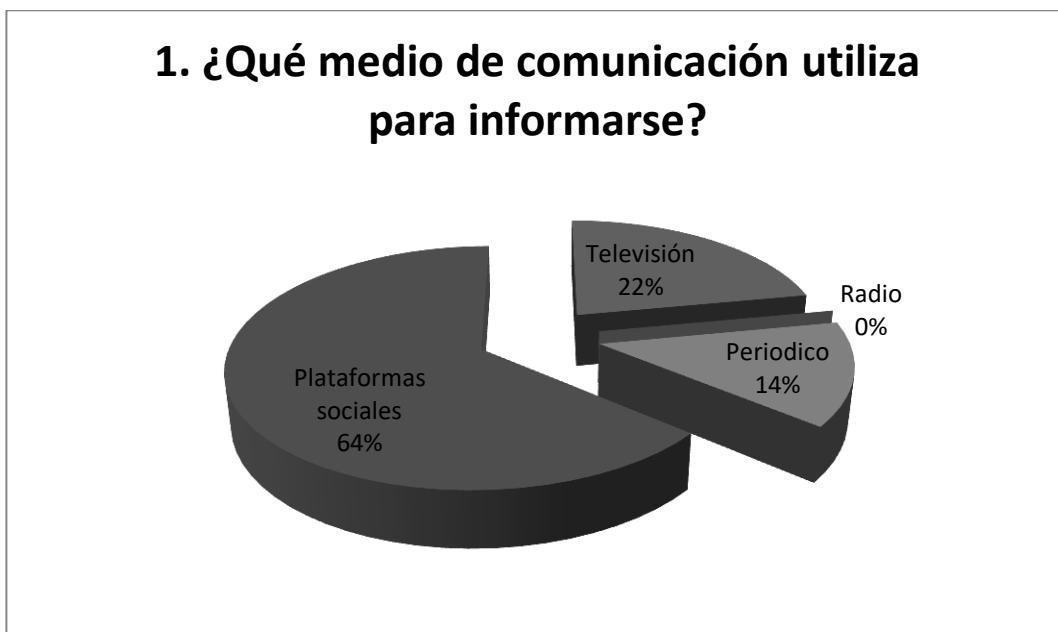
El trabajo de campo se realizará a partir del día miércoles 17 de octubre, hasta miércoles 24 de octubre del presente año.

La encuesta a dirigida a estudiantes de la Universidad Tecnológica de El Salvador, se realizarán en total 100 encuestas para obtener la muestra.

Las entrevistas se realizaron a los periodistas Luis Alvarado, sub director del Canal 33, y de El Salvador.Com (El Diario de Hoy) a las periodistas Rossy Tejada, Co-Editora y Karla Corvera, Periodista y Community Manager.

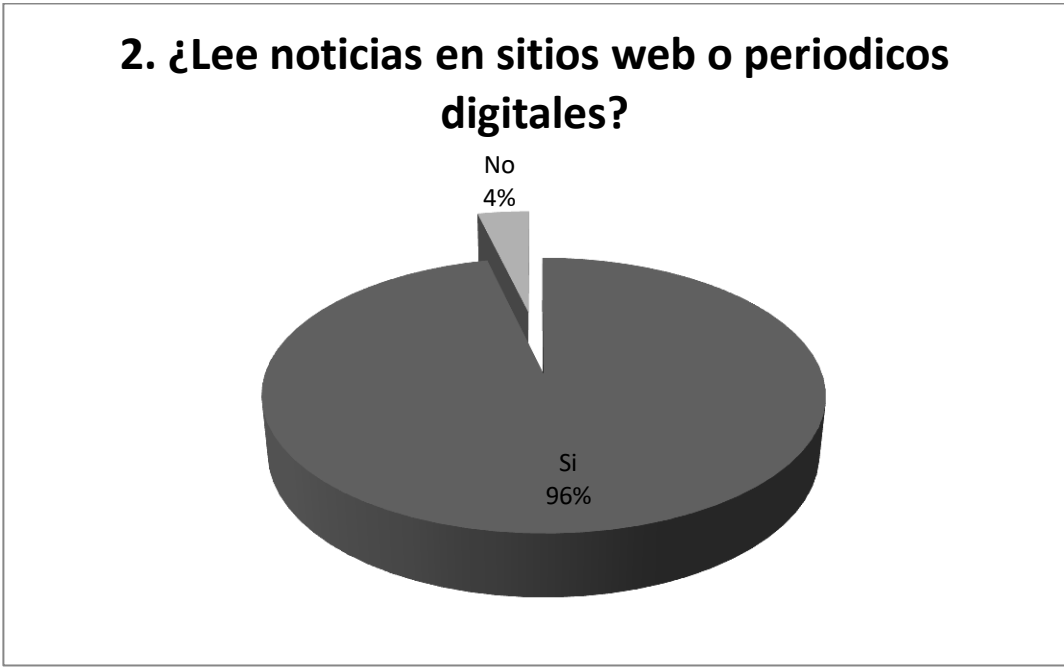
Capítulo IV Resultados

Luego del proceso de tabulación de datos del cuestionario utilizado para la recolección de información con los periodistas que formaron parte de la muestra, se presentan a continuación los siguientes resultados con el fin de mostrar los objetivos planteados en el trabajo de investigación.



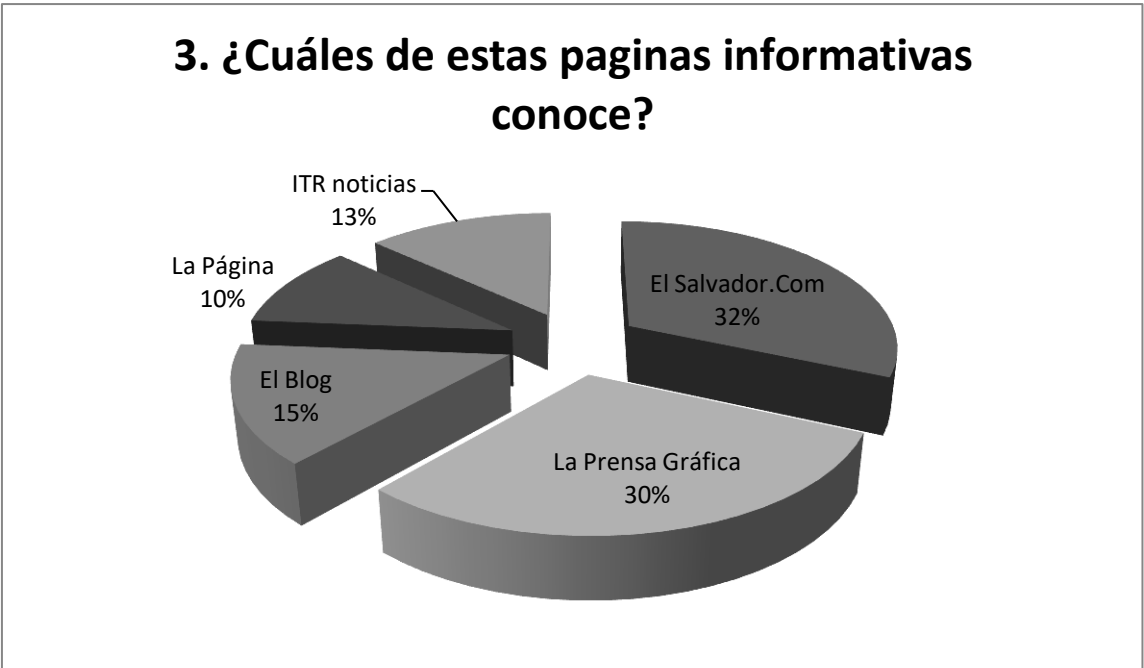
El 64% de universitarios encuestados detallaron que las plataformas digitales son los medios de comunicación que utilizan para informarse de una manera rápida y con facilidad y sin ningún costo , lo cual es más accesible para todos , y pueden buscar la información que les interesa a la hora que sea , debido a

utilizar más las plataformas virtuales en la que en cualquier momento pueden acceder y buscar en lo que están interesados, luego el 22 % opto por informarse a través de la televisión , ya que según su criterio este medio es más creíble y más completo al momento de brindar cualquier información, seguidamente el 14% prefieren los periódicos , medio por el cual ya pocas personas se informan dado a que la era digital está dejando atrás el papel , sin embargo hay personas que aún se están informando a través de dicho medio.



El 96% de universitarios contestaron que si leen noticias en sitios web o periódicos digitales, ya que se les facilita enterarse de los acontecimientos de

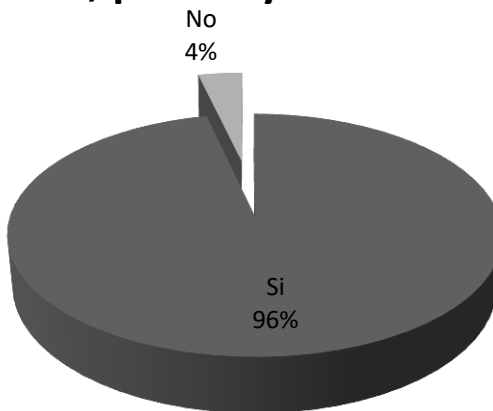
una forma rápida , sin costos y al momento que ellos lo deseen ya que los contenidos en plataformas digitales quedan guardados y las personas pueden buscar la información que ellos necesitan en todo momento , es decir los usuarios de estos sitios cada día aumentan por la facilidad que tienen para acceder a ellos ,la rapidez con la que comparten sucesos hace que sean buscados , sin verificar si la información es falsa o verdadera , lo cual queda a criterio de cada quien ,seguidamente el 4% dijeron que no se informaban a través de dichas plataformas.



El 32% de universitarios contesto que el medio informativo que más conocían era El Salvador.com seguidamente el 30% La prensa Gráfica, luego El Blog con 15%, continuando con ITR noticias, y el 10% con La página,

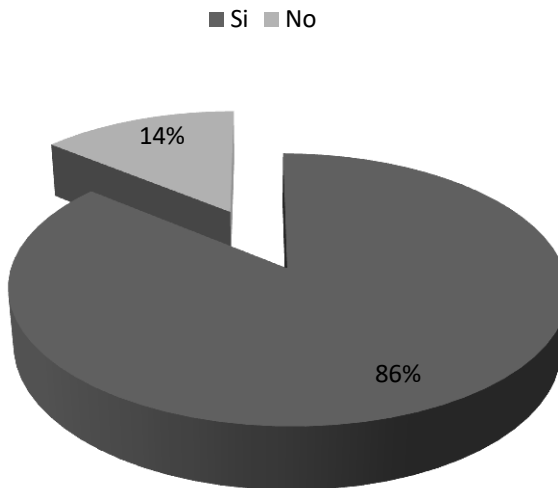
dichas plataformas son las más conocidas por los usuarios ya que generan cantidades de noticias las cuales a las personas se les hacen de interés público , y esto genera controversia para muchos es por eso que estos medios tienen sus seguidores los cuales se encargan de compartir todo lo que ellos brindan a todos, por estas plataformas es que todos se informan , a pesar que existen otros medios los cuales son de interés para algunos sin embargo los que mayor seguidores tienen son los mencionados , debido a que presentan información polémica y esto hace que los usuarios se empapen de su contenido y hagan viral todo lo que estas páginas lanzan con el fin de que sea un éxito sus notas , los seguidores de estos medios los buscan a ellos por su inmediatez ya que todo es más rápido por internet , la información es lanzada al instante , y algunas de estas páginas su contenido es sin censura lo cual para los espectadores es más llamativo , ver la noticia tal cual es y con fotos que son más llamativas con el fin de que las personas sean persuadidas y esto sea lo que los lleva a ser fans de dichas plataformas , contrario de los medios de televisión o radio que hasta cierta hora pasan las noticias .

4. ¿Cree completamente en la información que le brindan los espacios informativos en radio, prensa y televisión?



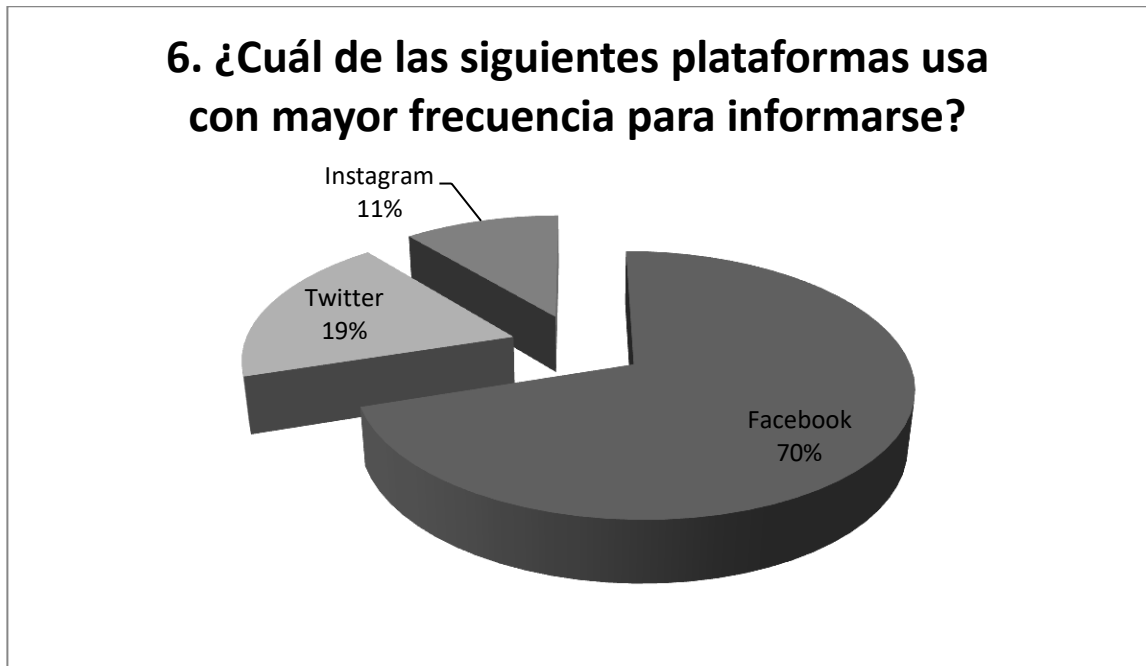
El 96% de universitarios encuestados detallaron que si creen completamente en la información que les brindan los espacios informativos en radio , prensa y televisión , ya que tienen más credibilidad y es fácil saber si mienten en algo porque se puede corroborar con otros medios , sabiendo que estos medios pueden ser demandados si exponen información falsa si se trata de una persona u empresa , de lo contrario si pueden alterar cualquier noticia la cual siempre tienen que ver la mayoría con línea ideológica, ya que es muy común que se de este tipo de problemas los cuales conllevan a generar desinformación a muchas personas las cuales se les es complicado determinar si es verdadero o falso lo que se les brinda en cada espacio informativo , luego un 4% está en desacuerdo con la información que brindan los medios mencionados antes.

5. ¿Hace uso de las redes sociales?



La mayoría de encuestados con el 86% hace uso de las redes sociales por lo cual esto hace que estas personas se informen, generen y compartan contenidos de cualquier tipo. , ya sea falso o verdadero por tanto esto hace que la difusión de información de expandida de una forma que llegue a todos , las plataformas digitales han avanzado a gran capacidad , y es extremadamente la cantidad de usuarios que están híper conectados día a día en distintas plataformas ,las redes sociales son en las que más se informan las personas , dado a que en 24 horas una persona ve su teléfono hasta 18 horas , lo cual en ese tiempo se informa de todos los acontecimientos ya sean verdaderos o falsos , lo cual solo corroborando otros medios lo pueden confirmar ya que unos comparten un contenido y otros lo contrario a eso , el 14% dijo que no utilizaba

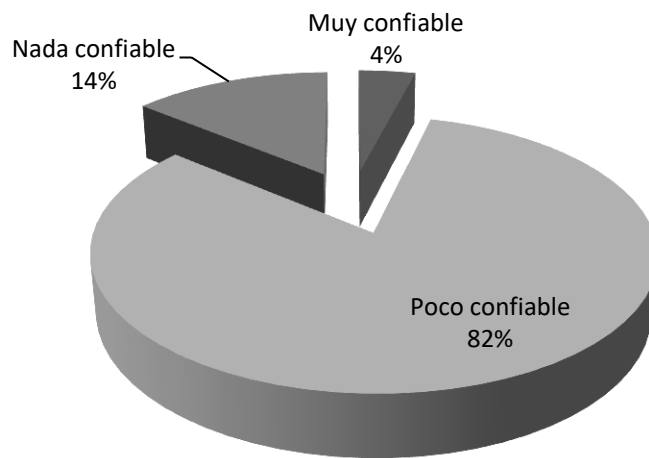
redes sociales esto quiere decir que se informa a través de medios como Periódico , Televisión o Radio.



El 70% de universitarios detalló que la plataforma que mayormente utilizan para informarse es Facebook , ya que es un red en la cual se están comunicando y a la vez se informan de los acontecimientos diarios, por lo que en dicha página suben mucho contenido informativo y es más fácil de enterarse de los sucesos ya que los usuarios comparten rápidamente los que se publica, dicha plataforma digital es la que más utilizan los usuarios por tanto es donde más se informan de cualquier acontecimiento diario a la hora que sea incluso cuando los medios tradicionales de televisión, radio y periódicos están descansando, Facebook está generando noticias a lo que optan los usuarios , seguidamente el 19% de encuestados dijo que utilizaban Twitter para

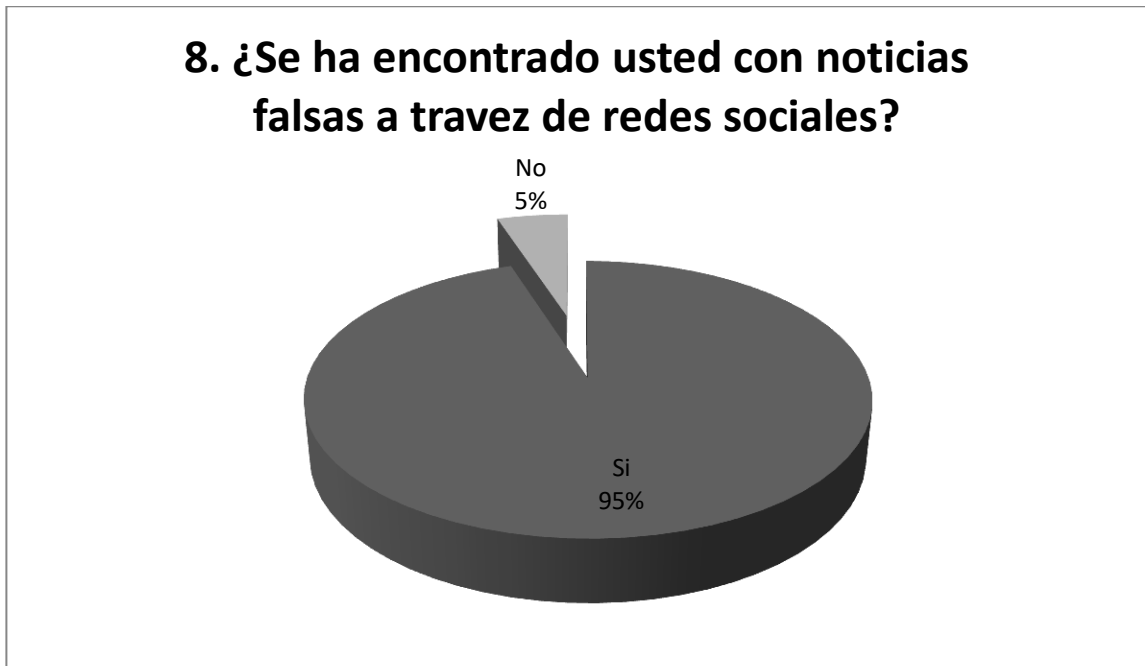
informarse, una red la cual Twittea al instante cualquier noticia, el otro 11% opto por Instagram .

7. ¿Que tal fiable cree usted que son las noticias que lee en redes sociales?



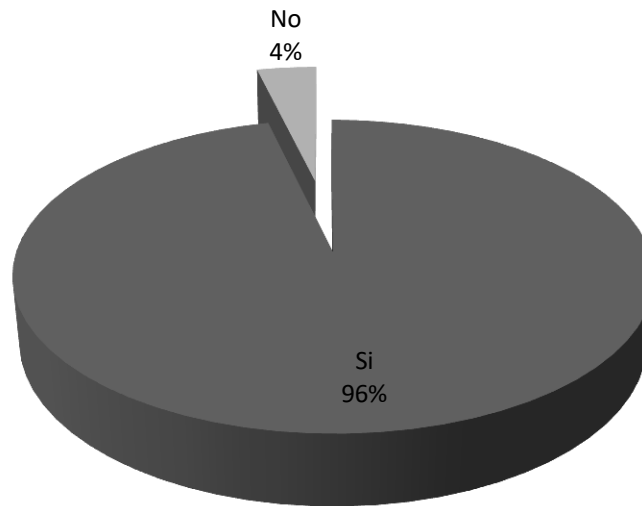
El 82% los universitarios encuestados comento que las noticias que leen en redes sociales son pocos fiables , ya que hay muchas páginas que se dedican a desinformar con contenidos no verdaderos con el objetivo de ganar seguidores y confundir compartiendo información falsa y verdadera es decir disfrazando los contenidos , dado a eso las persona no confían en estas plataformas sociales por lo que es difícil cuando las noticias son verdaderas ya que no utilizan fuentes confiables solo títulos llamativos para generar controversia en los usuarios , luego el 14% contesto nada fiable , seguidamente el 4% dijo poco

fiable , siendo esas los porcentajes que las personas dan acerca de las noticias que se comparten en redes sociales.



El 95% de universitarios dijo que si se ha encontrado con noticias falsas a través de redes sociales, lo cual es muy común ya que hay muchas páginas que comparten información para desacreditar alguna empresa, partido político o algún personaje público , lo que lleva a muchos usuarios a confusiones dado a que es muy común ver noticias falsas en plataformas digitales, es por eso que estas personas no creen en la información que se les brinda ya que la mayoría de veces las noticias no son verdaderas, todo esto hace que muchas noticias las cuales si son verdaderas queden en duda y pierden confianza, el otro 5% dijo que no .

9. ¿Podría identificar una noticia falsa?

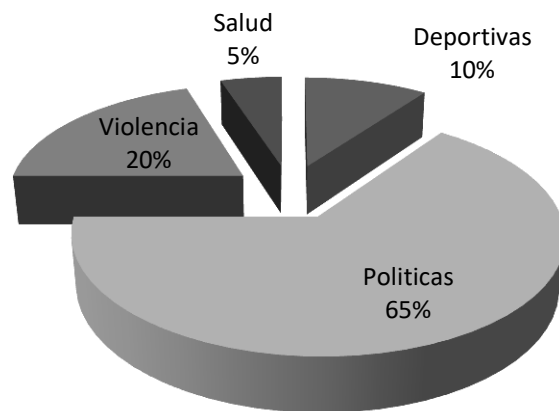


El 96% de universitarios dijo que podía identificar noticias falsas , ya que estas no tienen Fuentes fiables lo cual hace que sean fáciles de identificar , en la mayoría de casos usan información llamativa para que las personas tengan la curiosidad de dicha nota y accedan a verla y la compartan es así como se genera una cadena de esa información falsa aun el que la comparta sepa que no es verdadera la transmite a los demás siendo así como se hace viral una noticia falsa la cual son comunes en plataformas digitales , el otro 4% dijo que no podía identificar si es falsa o no dado a que disfrazan verdaderas con mentiras , lo que genera confusiones y desinformar a las personas .



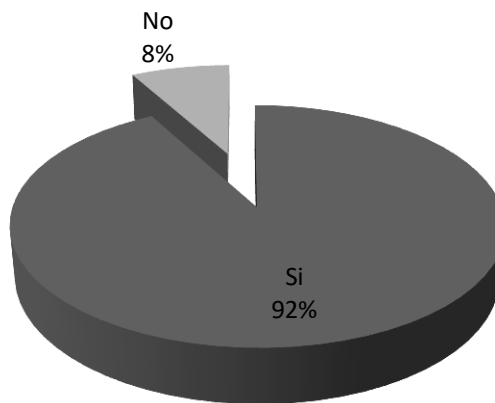
El 38% de universitarios dijo que identificaban la falsedad de la noticia a través de errores de redacción en títulos y textos, lo que es muy común en muchas notas ya que no son redactados por profesionales si no por personas que solo quieren desinformar a los usuarios, otro 21% dijo que las identificaban por los retoques que tenían las imágenes, lo cual es muy común cuando las alteran, el siguiente 21% opto por el anonimato de quien firma la nota, ya que no hay una persona que las firme si no frases comunes, luego un 10% dijeron que por URL incompleto lo cual son errores que cometen dichas páginas, y el ultimo 10% por el número de likes y veces compartido, esto es muy complicado ya que cuando una noticia es llamativa se expande rápidamente y esto hace que ponga en duda su credibilidad aunque sea falsa ya que si tiene muchos compartidos deja dudas.

10. Si contesto positivamente a la pregunta anterior, mencione noticias falsas que recuerde haber leído



En este último gráfico se representa de esta manera, debido a que se clasificaron las noticias en cuatro secciones, deportes, políticas, violencia, y salud. La mayoría de noticias que los encuestados recuerdan son las referentes a política con un 65%, con un 20% las noticias referentes a violencia, las deportivas con un 10%, las de salud con un 5%.

11. ¿Considera necesario que se sancione a las personas que crean contenido falso en las redes sociales?



El 92% de las personas encuestadas, que significa la mayoría, determinaron que si es necesario que se sancionen a las personas que crean contenido falso, mientras que una minoría el 8% dice que no.

Capítulo V

Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

1. Los profesionales en el área de comunicación consideran, que el motivo de difundir noticias falsas es principalmente el de desprestigiar a un personaje, pero este interés tiene más incidencia cuando se está en periodos electorales.
2. Las noticias online que se generan a través de las plataformas sociales, son el medio en el que, en opinión de los entrevistados, hay más probabilidades de que se generen noticias falsas, por la fácil manipulación de ellas.
3. Conforme a los objetivos planteados en el trabajo de investigación podemos identificar que uno de los principales obstáculos que los periodistas enfrentan en nuestra actualidad, es que, cualquier individuo con acceso a una celular crea contenido irreal y lo firma como si fuese escrito por personajes reconocidos del medio periodístico.
4. La era de la desinformación ha llegado a sobrepasar límites, ya que la sociedad prefiere informarse con el contenido que se prolifera por las redes sociales, y deja a un lado la información que medios tradicionales como periódicos, televisión y radio proporcionan.

5. La mayoría de usuarios de plataformas sociales, creen que estas son poco confiables para informarse, debido a la manipulación según los intereses, pero aun siendo así por la inmediatez que ofrecen, siguen siendo la opción número uno.

6. Según las declaraciones de los periodistas entrevistados, quienes creen más a lo que se dice en redes sociales, son los jóvenes, ya que, por su poca dedicación a la lectura, no investigan más a profundidad, si lo que se está leyendo es cierto o no.

5.2 Recomendaciones

1. Los medios tradicionales con una trayectoria extensa, son los más seguros para informarse con mayor seguridad, ya que cuentan con filtros y siguen un proceso de evaluación de noticias, donde difícilmente pueden compartir contenido irreal.

2. Los medios de comunicación masiva deberían encargarse de informar a la Población de cómo identificar contenido falso en las plataformas sociales,

3. Los medios digitales deberían utilizar filtros de selección para compartir contenido noticioso, debido a eso la credibilidad de los periodistas a en decadencia. Ser más serios formales a la hora de hacer publicaciones.

4. Los diferentes medios deberían trabajar en campañas que concienticen a la población de la problemática que se use a través de la generación masiva de las Fake News.

5. Se recomienda que los medios de comunicación serios trabajen en capacitaciones para sus empleados ya que algunos no saben cómo actuar al encontrarse con una Fake News.

6. Los medios de comunicación deberían de tomar mayor protagonismo cuando se presentan casos extraños de Fake News y la suplantación de alguno de sus periodistas.

REFERENCIAS

- Agencias de Comunicación.org. (2018). *Las redes sociales como fuente de información para los Periodistas*. Recuperado de <http://www.agenciasdecomunicacion.org/actualidad/las-redes-sociales-como-fuente-de-informacion-para-periodistas.html>
- Andalucía es Digital. (2018, marzo 10). *Claves para detectar Fake News y evitar que te engañen*. [Registro web]. Recuperado de <https://www.blog.andaluciaesdigital.es/>
- Barrios, R, A. (2014). *El comunicador en el entorno digital*, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Recuperado de <https://scielo.conicyt.cl/scielo.php>
- Chanloansoleaga. (2015). *Rol del comunicador Digital*. Recuperado de <https://digitalitee.com>
- Diario1. (2018, 12 de septiembre). El nuevo pan diario de los salvadoreños. *Diario1.com*. Recuperado de <http://diario1.com/ciencia-y-tecnologia/2018>
- Fiscalía General de la Republica. (2018). *Ordenan captura de mujer que amenazo y hurto la identidad falsa*. Recuperado de www.fiscalia.gob.sv
- Fite, C. (2018, 05 de mayo). Las Fake News y el periodismo. *Marficom*. Recuperado de <https://marficom.com/las-fake-news-periodismo/>
- Iglesias, F. A. (2018). *El Impacto de las Fake News en la sociedad actual*. Recuperado de <https://www.ticbeat.com/socialmedia/>
- J. M. S. (2018, 01 de julio). En guerra con las Fake News, Twitter elimino 70 millones de cuentas. *Diario Digital Perfil*. Recuperado de <https://www.perfil.com/noticias/tecnología/>
- Massachusetts Institute of Technology. (2018). *Las noticias engañosas circulan más rápido que las reales*. Recuperado de <https://www.ecuavisa.com>
- Marin, C. (2018, 08 de febrero). Fake News como herramienta de desinformación. *El País*. Recuperado de <https://elpais.com/elpais/2018/>

Mateos, C. (2018, mayo 12). *Posverdad y noticias falsas*. [Registro web].
Recuperado de <https://www.blog.andaluciaesdigital.es/>

Servimedia. (2018, septiembre). *Influencias de las noticias falsas en la opinión pública*. Recuperado de <https://www.servimedia.es/>

ANEXOS

**Universidad Tecnológica
de El Salvador**



Facultad de Ciencias Sociales / Escuela de Comunicaciones / Cátedra de Periodismo

La presente encuesta tiene como objetivo conocer sobre la credibilidad de las noticias en El Salvador divulgadas en las principales plataformas sociales como Facebook y Twitter, que buscan esclarecer la investigación de las noticias falsas y la incidencia en el Periodismo salvadoreño. Se agradece su colaboración contestando las preguntas que se muestran a continuación:

Proceso de Tesina

Edad Escolaridad: Ninguno Bachillerato Universitario

1- ¿Qué medio de comunicación utiliza para informarse?

Televisión Radio Periódico Plataformas sociales

2- ¿Lee noticias en sitios web o periódicos digitales?

Sí No

3- ¿Cuáles de estas páginas informativas conoce?

El Salvador.com

La Prensa Gráfica

El Blog

La Página

ITR Noticias

4- ¿Cree completamente la información que le brindan en los espacios informativos en radio, prensa y televisión?

Sí No

5- ¿Hace uso de las redes sociales?

Sí No

6- ¿Cuál de las siguientes plataformas utiliza con mayor frecuencia a la hora de informarse?

Facebook Twitter Instagram

7- ¿Qué tan fiable cree usted que son las noticias que lee en las redes sociales? (Facebook, Twitter)

Muy confiable Poco confiable Nada confiable

8- ¿Se ha encontrado usted con noticias falsas a través de redes sociales?
Sí No

9- ¿Podría usted identificar una noticia falsa?
Sí No

Si contestó sí, ¿Cómo identifica la falsedad de la noticia?(Señale las que usted considere convenientes)

- a) Imágenes con demasiado retoque
- b) Errores de redacción en títulos y textos
- c) URL incompleta
- d) Anonimato de quien firma la nota
- e) Numero de likes y veces compartida

10-Si contestó positivamente a la pregunta anterior, mencione 3 noticias falsas que recuerde haber leído. Si contestó que No, pase a la siguiente pregunta.

a) _____

b) _____

c) _____

11-¿Considera necesario que se sancione a las personas que crean contenido falso en las redes?

Sí No

MODELO DE ENTREVISTA 1

1. ¿Cuál cree que es la principal causa de propagación de noticias falsas en nuestro país?
2. ¿Cree que algunos medios se prestan a la proliferación de rumores en redes sociales?
3. ¿Cómo medio informativo, se han visto envueltos en alguna Fake News?
4. Como medio informativo ¿Cómo resolverían una situación como esa?
5. ¿En qué se diferencia un rumor y una Fake News?
6. ¿Cómo le ha afectado al Periodista Salvadoreño las noticias Falsas?
7. Ante esta problemática ¿Existe alguna regulación que limite o castigue a quienes propagan noticias falsas?
8. ¿Existe alguna ley que ampare al Periodista Salvadoreño?
9. Por parte de las asociaciones que protegen al Periodista ¿Existe alguna medida, que proteja si este se ve involucrado injustamente en una Fake News?

Modelode Entrevista 2

1. Desde su punto de vista, ¿podría decirnos en qué consiste el fenómeno de las Fake News o noticias Falsas?
2. ¿Cuál cree que es la principal causa de propagación de noticias Falsas en nuestro país?
3. ¿Son las redes sociales el principal vehículo para propagar noticias falsas o también lo son los medios tradicionales de comunicación social?
4. ¿Podría mencionar algunos ejemplos de noticias Falsas que usted recuerde, difundidas recientemente?
4. ¿Cómo medio informativo, se han visto envueltos en alguna Fake News?
5. ¿Cómo resolverían una situación como esa?
6. ¿En qué se diferencia un rumor y una Fake News?
7. ¿Cómo le ha afectado al periodista salvadoreño las noticias Falsas?
8. Ante esta problemática ¿Existe alguna regulación que limite o castigue a quienes propagan noticias Falsas?
9. Por parte de las asociaciones que protegen al Periodista ¿Existe alguna medida que proteja si este se ve involucrado injustamente en una Fake News?
10. Finalmente, ¿Qué recomendaciones podría dar para detectar cuando una noticia es Falsa?

Entrevistado: Licenciado Luis Alvarado

Sub Director de Canal 33

1. ¿Cuál cree que es la principal causa de propagación de noticias falsas en nuestro país?

Las noticias falsas no son un fenómeno espontáneo porque alguien cometido algún desliz, son una herramientas políticas que se utilizan para generar confusiones y distraer con un objetivo , a nivel de medios digitales publican sus contenidos sin pasarlos por ningún filtro, ya que para ellos la credibilidad no es una preocupación .

2. ¿Cree que algunos medios se prestan a la proliferación de rumores en redes sociales?

¡Claro!, algunos medios son creados para eso, existen medios como Última Hora, Diario Uno, los cuales filtran información.

3. ¿Cómo medio informativo, se han visto envueltos en alguna Fake News?

Depende, ya que no publicamos nada que no esté corroborado, el medio no permite ese tipo de cosas, el hecho de que es televisión estamos protegidos y no nos prestamos para información falsa ni calumnias.

4. Como medio informativo ¿Cómo resolverían una situación como esa?

Si en algún determinado momento nos enfrentáramos a ese tipo de cosas por la equivocación de alguien más, habría que dar la cara y asumir la responsabilidad y claramente proceder.

5. ¿En qué se diferencia un rumor y una Fake News?

Por lo general en nada, es decir el rumor es lo que se riega, se convierte en FakeNews cuando se hace masiva.

6. ¿Cómo le ha afectado al periodista salvadoreño las noticias falsas?

Le afecta porque las noticias falsas, son un objeto de análisis, no son nuevas han existido siempre, el tema es que ahora es más fácil difundir, al periodista le afecta porque quiere distraerlo si cae en eso y se hace publicista de las noticias falsas así mismo a los periodista han caído muy bajo desvalorizados hasta con sus sueldos.

7. Ante esta problemática ¿Existe alguna regulación que limite o castigue a quienes propagan noticias falsas?

No existe, si hay delito contra el honor, que este es cuando se dan declaraciones de alguien sin fundamentos.

8. ¿Existe alguna ley que ampare al periodista salvadoreño?

Lo amparan todas las leyes de El Salvador.

9. Por parte de las asociaciones que protegen al periodista ¿Existe alguna medida, que proteja si este se ve involucrado injustamente en una Fake News?

Cada periodista debe defenderse así mismo, ellos deben saber qué clase de profesional deben ser, así mismo a través de organizaciones pueden acudir para tener protección con la ley.

Delitos Relativos al Honor y la Intimidad

Capítulo de la Calumnia y la Injuria

Calumnia

Art. 177.- El que atribuyere falsamente a una persona la comisión de un delito o la participación en el mismo, será sancionado con prisión de uno a tres años.

La calumnia realizada con publicidad será sancionada con prisión de dos a cuatro años.

Las calumnias reiteradas contra una misma persona serán sancionadas con prisión de dos a cuatro años y multa de cincuenta a cien días multa.

Si las calumnias reiteradas se realizaren con publicidad, la sanción será de dos a cuatro años y multa de cien a doscientos días multa.

Difamación

Art. 178.- El que atribuyere a una persona que no esté presente una conducta o calidad capaz de dañar su dignidad, menoscabando su fama o atentando contra su propia estimación, será sancionado con prisión de seis meses a dos años.

La difamación realizada con publicidad será sancionada con prisión de uno a tres años.

La difamación reiterada contra una misma persona será sancionada con prisión de uno a tres años y multa de cincuenta a cien días multa.

Injuria

Art. 179.- El que ofendiese de palabra o mediante acción la dignidad o el decoro de una persona presente, será sancionado con prisión de seis meses a dos años.

La injuria realizada con publicidad será sancionada con prisión de uno a tres años y multa de cincuenta a cien días multa.

Las injurias reiteradas contra una misma persona serán sancionadas con prisión de uno a tres años y multa de cincuenta a cien días multa.

Si las injurias reiteradas se realizaren con publicidad, la sanción será de uno a tres años de prisión y multa de cien a doscientos días multa.

INHABILITACIÓN ESPECIAL

Art. 180.- Cuando los hechos previstos en este capítulo, fueren cometidos a través de un medio de comunicación social y resultaren responsables de los mismos, profesionales o personas dedicadas al ejercicio de la función informativa, se impondrá a éstos además de la pena señalada para el delito correspondiente, la pena de inhabilitación especial para el ejercicio de su profesión u oficio por igual tiempo al del impuesto como pena de prisión, según la entidad de la ofensa y el daño causado.

CONCEPTO DE PUBLICIDAD

Art. 181.- Se entenderá que la injuria y la calumnia han sido realizadas con publicidad cuando se propaguen por medio de papeles impresos, litografiados o gravados, por carteles o pasquines fijados en sitios públicos o ante un número indeterminado de personas o por expresiones en reuniones públicas o por radiodifusión o televisión o por medios análogos.

CALUMNIA, DIFAMACIÓN E INJURIAS ENCUBIERTAS

Art. 182.- Los delitos de calumnia difamación e injurias, son susceptibles de cometerse no sólo manifiestamente, sino también por medio de alegorías, caricaturas, emblemas o alusiones.

REGIMEN DE LA PRUEBA

Art. 183.- El acusado por delito de calumnia quedará exento de toda responsabilidad penal, probando el hecho punible que hubiere atribuido.

El acusado por delito de difamación quedará exento de pena probando la veracidad de la conducta o calidad atribuida, siempre que sea legítima su difusión.

Se entiende legítima la difusión, cuando los hechos se refieren a personas que tengan algún tipo de relevancia pública, y su difusión satisfaga la función del libre flujo de información de una sociedad democrática, salvo que con ello se afecte a hechos protegidos por su derecho o la intimidad personal o familiar.

CAPITULO II

DE LOS DELITOS RELATIVOS A LA INTIMIDAD

VIOLACIÓN DE COMUNICACIONES PRIVADAS

Art. 184.- El que con el fin de descubrir los secretos o vulnerar la intimidad de otro, se apoderare de comunicación escrita, soporte informático o cualquier otro documento o efecto personal que no le esté dirigido o se apodere de datos reservados de carácter personal o familiar de otro, registrados en ficheros, soportes informáticos o de cualquier otro tipo de archivo o registro público o privado, será sancionado con multa de cincuenta a cien días multa.

Si difundiere o revelare a terceros los datos reservados que hubieren sido descubiertos, a que se refiere el inciso anterior, la sanción será de cien a doscientos días multa.

El tercero a quien se revelare el secreto y lo divulgare a sabiendas de su ilícito origen, será sancionado con multa de treinta a cincuenta días multa.

VIOLACIÓN AGRAVADA DE COMUNICACIONES

Art. 185.- Si los hechos descritos en el artículo anterior se realizaren por las personas encargadas o responsables de los ficheros, soportes informáticos, archivos o registros, se impondrá, además de la pena de multa, inhabilitación del respectivo cargo o empleo público de seis meses a dos años.

CAPTACIÓN DE COMUNICACIONES

Art. 186.- El que con el fin de vulnerar la intimidad de otro, interceptare, impidiere o interrumpiere una comunicación telegráfica o telefónica o utilizare instrumentos o artificios técnicos de escucha, transmisión o grabación del sonido, la imagen o de cualquier otra señal de comunicación, será sancionado con prisión de seis meses a un año y multa de cincuenta a cien días multa.

Si difundiere o revelare a terceros los datos reservados que hubieren sido descubiertos, a que se refiere el inciso anterior, la sanción será de prisión de seis meses a un año y multa de cien a ciento cincuenta días multa.

El tercero a quien se revelare el secreto y lo divulgare, a sabiendas de su ilícito origen, será sancionado con multa de treinta a cincuenta días multa.

El que realizare los actos señalados en el primer inciso del presente artículo para preparar la comisión de un delito grave será sancionado con la pena de

dos a seis años. (9)

REVELACIÓN DE SECRETO PROFESIONAL

Art. 187.- El que revelare un secreto del que se ha impuesto en razón de su profesión u oficio, será sancionado con prisión de seis meses a dos años e inhabilitación especial de profesión u oficio de uno a dos años.

ALLANAMIENTO DE MORADA

Art. 188.- El particular que, sin habitar en ella, se introdujere en morada ajena o en sus dependencias, sin el consentimiento de quien la habitare, de manera clandestina o con engaño o permaneciere en la misma contra la voluntad del morador, pese a la intimación para que la abandonare, será sancionado con prisión de seis meses a dos años y multa de treinta a cincuenta días multa.

Si la introducción o permanencia se hiciere con violencia en las personas, la sanción será de uno a tres años de prisión y multa de cincuenta a cien días multa.

ALLANAMIENTO DE LUGAR DE TRABAJO O ESTABLECIMIENTO ABIERTO AL PÚBLICO

Art. 189.- El que ingresare o se mantuviere contra la voluntad de su titular en el lugar reservado de trabajo de una persona o en establecimiento o local abierto al público fuera de las horas de apertura, será sancionado con prisión de seis meses a dos años y multa de treinta a cincuenta días multa.

Si el ingreso o permanencia se hiciere con violencia en las personas, la sanción será de uno a tres años de prisión y multa de cincuenta a cien días multa.

UTILIZACIÓN DE LA IMAGEN O NOMBRE DE OTRO

Art. 190.- El que utilizare por cualquier medio la imagen o nombre de otra persona, sin su consentimiento, con fines periodísticos, artísticos, comerciales o publicitarios, será sancionado con multa de treinta a cien días multa.

Fotos subidas con el celular
DEMUESTRA TU APOYO

DISPONIBLE EN TODAS LAS SALAS DE VENTA DE SUPER SELECTOS

MARQUEMOS HISTORIA

CARLOS CALLEJA

Opciones: Enviar por Messenger

Noticias Independiente
 Me gusta esta página · 12 de agosto ·

AYUDEMOS A CARLOS CALLEJAS PARA SU CAMPAÑA PRESIDENCIAL.

ARENA es un partido que no tiene fondos suficientes para la campaña política. Pueden colaborar comprando su gorra a solo \$9.99.

¡Vamos! Pongamos nuestro granito de ARENA.

3,2 mil 885 comentarios 536 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

Más relevantes

Pineda Rafael Ma mierda!! Siento pena ajena.
 Me gusta · Responder · 17 sem

Lily Martinez O sea hay que pagar también para llevarlo al poder y nos Robe millones??? Hoy salen con que no hay dinero desaraciados basuras, y ni uno

Escribe un comentario... Ve a

Ernesto Muyschondt desmiente aumento de su salario como alcalde

El edil de San Salvador se refirió, además, a un informe de auditoría que revela una deuda a proveedores en el área de la Dirección de Desechos Sólidos



f t

elblog digite criterios de búsqueda

Portada Blogs Noticias Política Economía Internacionales Entrevistas Reportajes Deportes

Circula supuesta información advirtiendo sobre robo de niños y niñas por parte de las maras en centros comerciales y restaurantes de comida rápida

diana 300x300



Elecciones 2018

LA NOTICIA

elblog.com

Publicidad en elblog.com Activar Wir
Ve a Configura

FOTOS: Sale a la luz la verdadera vida de la hondureña que desprecio lo...
[Lee el siguiente artículo >](#)