
Fake News, la otra cara del COVID-19 en las redes sociales
Fake News, the other side of the COVID-19 on social networks

Milton Edward Humpiri Flores
mhumpiri@unaj.edu.pe - Universidad Nacional de Juliaca
Roger Humpiri Flores
rogger.rhf@gmail.com - Universidad Nacional del Altiplano
Juan Américo Farfán Flores
ja.farfan@unaj.edu.pe - Universidad Nacional de Juliaca

Resumen

La información falsa que circula en las redes sociales acompañada con la crisis sanitaria surgida por la pandemia del COVID-19 ha llevado a la Organización Mundial de la Salud a acuñar el término *infodemia* para definir una situación de miedo e inseguridad en la que la difusión de información falsa se ha generalizado. Esta desinformación o bulos se aprovechan de este tipo de emociones para propagarse más rápido que el propio COVID-19, generando a su paso temor y desconfianza. La difusión de estas mentiras, parte de las cuales circula por las redes sociales, resulta peligrosa porque afecta a la salud y puede hacer que se agrave el contagio y provocar la muerte rápida de personas. Esta investigación tuvo como objetivo analizar y visualizar la desinformación que se genera de las noticias falsas que circulan en las redes sociales sobre la pandemia del COVID-19, la identificación oportuna y la sanción o mitigación por parte del gobierno peruano y los efectos adversos en la salud pública, así como otras consecuencias generadas por no estar informados.

Palabras claves: *COVID-19, desinformación, Fake News, redes sociales.*

Abstract

The false information circulating on social networks accompanied by the health crisis caused by the COVID-19 pandemic has led the World Health Organization to coin the term *infodemic* to define a situation of fear and insecurity in which the dissemination of false information has become widespread. This disinformation or hoaxes take advantage of these types of emotions to spread faster than COVID-19 itself, generating fear and mistrust in its wake. The spread of these lies, part of which circulates on social networks, is dangerous because it affects health and can make the contagion worse and cause the rapid death of people. This research aimed to analyze and visualize the misinformation generated by the false news circulating on social networks about the COVID-19 pandemic, the timely identification and sanction or mitigation by the Peruvian government and the adverse effects on the public health, as well as other consequences generated by not being informed.

Keywords: *COVID-19, disinformation, Fake News, social networks.*

Introducción

El 31 de diciembre de 2019, se informó a la Oficina de la OMS en China de varios casos de neumonía de etiología desconocida (causa desconocida) detectados en la ciudad de Wuhan, provincia de Hubei (China).

A raíz del primer caso el pasado 8 de diciembre, el 7 de enero de 2020, las autoridades de China identificaron como agente causante del brote un nuevo tipo de virus de la familia Coronaviridae o COVID-19, denominado SARS-CoV-2, cuya secuencia genética fue compartida por las autoridades chinas el día 12 del mismo año.

Al 30 de enero de 2020 se habían notificado un total de 9976 casos en al menos 21 países. El 12 de marzo, la Organización Mundial de la Salud (OMS) pasó a calificar de pandemia el brote tras los elevados casos de contagio del nuevo COVID-19. Para entonces, ya se contabilizaban más de 118000 casos en 114 países y 4291 muertes.

En poco más de dos meses, más de 800 noticias falsas sobre el COVID-19 fueron identificadas alrededor del mundo por la organización International Fact-Checking Network (IFCN), conformada por periodistas y verificadores de diferentes países. La cifra subió a 1500 fake news en la última semana de marzo, según el último reporte de este grupo, que cuenta con el respaldo de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco).

Hasta mediados de abril, cuando ya más de 417 millones de tweets abordan el tema del coronavirus, la teoría de conspiración más preocupante que circula en línea se relaciona con la afirmación ficticia de que el virus fue diseñado por los chinos, con objetivos políticos o económicos (Gonçalves-Sá, 2020).

Sin embargo, las diferentes especulaciones y teorías sobre los orígenes del Covid-19 han continuado creciendo a la misma velocidad que el virus se expande por todo el mundo. Paralelamente, también se ha denunciado, cada vez, mayor número de desinformaciones sobre la prevención, el tratamiento y otros aspectos de la enfermedad.

La pandemia mundial que ha cerrado fronteras y muertes, está inundada de desinformación. La Organización Mundial de la Salud declaró en febrero una "infodemia" (infodemic), una sobreabundancia de información –algunas exactas y otras no– que hacían difícil que las personas encontrasen fuentes fiables y orientación confiable cuando la necesitaban. El Director General de la OMS, Tedros Adhanom Ghebreyesus, dijo en la Conferencia de Seguridad de Múnich en febrero:

"Las noticias falsas se propagan más rápido y más fácilmente que este virus, y es igual de peligroso".

En el Perú con la declaratoria de Estado de Emergencia Nacional, la inmovilización que se

aplicase a la población, las entidades y empresas (estatales y privadas) implementaron algún medio de trabajo remoto así como las medidas para los centros educativos en los distintos niveles hagan uso del internet, corroborando lo mencionado los reportes de OSIPTEL que detallan lo siguiente: solo durante la primera semana de cuarentena (del 16 al 22 de marzo) el tráfico de datos en redes móviles creció entre 21% y 36% en redes fijas. La semana siguiente, entre el 23 y 27 de marzo, el tráfico en la red móvil se incrementó hasta un 20%, mientras que la red fija incrementó hasta un 42%. Las aplicaciones más populares en el país como WhatsApp, Netflix, Facebook, o TikTok también han visto aumentado su tráfico de datos en más de un 90% en redes fijas. Como podemos intuir, mientras más personas se quedan en casa más tiempo, el uso de Internet en casa se incrementa y con ello, el uso de datos en distintas aplicaciones y el tráfico en general también.

Por consiguiente, las redes sociales dieron un giro radical respecto al público usuario que hace uso y difunde las noticias. Los medios de comunicación ya no poseen la primicia informativa cambiando así rotundamente: en estos tiempos los usuarios de las redes sociales hacen uso de estos como medios de información.

Las redes sociales han propiciado un ecosistema de información poblado de una avalancha de datos sin precedentes, mezclado de opiniones y de información muchas veces no verificadas sobre muchos temas (Curioso, 2011).

En 2017, el Oxford English Dictionary designó el término fake news como Palabra del Año, refiriéndose a él como información falsa diseminada bajo la apariencia de un reportaje cuyo contenido es frecuentemente sensacionalista. Sin embargo, el uso deliberado de información que no se corresponde con la realidad no es un hecho relativamente reciente. Las noticias falsas comenzaron a surgir en el siglo XIX en un momento de rápido crecimiento para los periódicos ayudado por las tecnologías emergentes en aquel entonces (Berkowitz & Schwartz, 2016).

Así, la salud pública se enfrenta hoy en día al desafío de frenar o desmentir las noticias o las informaciones falsas, inexactas, incompletas, y la desinformación (Chou, Oh, & Klein, 2018).

Gran parte de esta información errónea sobre la salud puede ser impulsada por bots (Chu, Gianvecchio, Wang, & Jajodia, 2012) y trolls (Jamison, Broniatowski, & Quinn, 2019). De hecho, algunas investigaciones han demostrado que tanto los trolls como los bots constituyen poderosas tácticas para manipular la opinión pública y sembrar la confusión entre los usuarios (Sharevski, Jachim, & Florek, 2020).

Si bien existen reportes sobre el potencial de las redes sociales para promover la educación continua y la investigación en salud, (Curioso, Alvarado-Vásquez, & Calderón-Anyosa, 2011; Curioso & Carnero, 2011) la información errónea en las redes sociales puede tener efectos adversos en la salud pública (Chou et al., 2018).

La verificación de la información es una de las características básicas de la producción periodística, si bien la calidad de este proceso está muchas veces en entredicho (Vázquez-Herrero, Vizoso, & López-García, 2019). Esto se debe tanto a la aceleración constante del trabajo informativo que ha traído consigo Internet (Currie Sivek & Bloyd-Peshkin, 2018), como a la facilidad para la difusión de informaciones falsas en las redes sociales en un momento en el que el consumo informativo se ha incrementado notablemente en esas plataformas (Zubiaga, Liakata, Procter, Wong Sak Hoi, & Tolmie, 2016).

Sea como fuere, la detección de noticias falsas en los medios sociales, con el objetivo de evitar o mitigar los efectos de su proliferación (Gueham & Fondation pour l'innovation politique., n.d.), se ha convertido recientemente en una investigación emergente que está atrayendo una enorme atención. La localización de este tipo de contenidos en los medios sociales presenta características y desafíos únicos que hacen que algunas investigaciones propongan para combatir esta situación soluciones de minería de datos (Shu, Sliva, Wang, Tang, & Liu, 2017), de carácter colaborativo (crowdsourcing), abriendo el proceso de evaluación de los contenidos a los usuarios de las redes permitiéndoles calificarlos según su criterio y decidir si les otorga o no credibilidad (Pauner Chulvi, 2018); o soluciones basadas en procedimientos automáticos y el desarrollo de algoritmos (Shao et al., 2018; Vosoughi, Mohsenvand, & Roy, 2017), ya que hay estudios que evidencian que los materiales informativos elaborados mediante inteligencia artificial resultan más creíbles que los elaborados por humanos (Túñez-López, Toural-Bran, & Cacheiro-Requeijo, 2018).

Observando esta situación y la realidad que estamos viviendo, se hace necesario conocer de qué manera afecta la proliferación de noticias falsas en las redes sociales y qué impacto tiene en la opinión usuaria del mismo.

Materiales y métodos

El estudio realizado tiene un enfoque cuantitativo con alcance descriptivo de corte transversal con diseño no experimental, mediante un cuestionario online para el público en general opinando sobre las noticias falsas y las responsabilidades de su difusión y efectos.

Respecto al cuestionario se realizó a través de Twitter y Facebook (ambas redes sociales). La recolección de datos se desarrolló del 23 de marzo al 20 de abril de 2020, donde se obtuvo 505 registros válidos para el análisis.

Resultados y discusión

Tabla 1.

Registros según sexo

Sexo	Frecuencia	Porcentaje (%)
Hombre	269	53.27
Mujer	233	46.14
Prefiero no contestar	3	0.59
Total	505	100,00

Tabla 2.

Registros según edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje (%)
< 20	3	0.59
20 - 30	58	11.49
31 - 40	91	18.02
41 - 50	136	26.93
51 - 60	149	29.50
> 60	68	13.47
Total	505	100.00

Tabla 3.

Registros según ocupación

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje (%)
Comunicador	13	2.57
Informática	12	2.38
Producción / Comercialización	95	18.81
Enseñanza	136	26.93
Servidor Público	167	33.07
Otros	82	16.24
Total	505	100.00

En la Tabla 3. se observa que el 33.07% pertenecen al sector público donde vienen laborando, el 26.93% se dedican a la enseñanza en los diferentes niveles educativos, el 18.81% se dedica al rubro de la producción/comercialización industrial o alimentaria, el 16.24% se dedican a otros rubros que no fueron considerados en el presente estudio, seguidos del 2.57% que son comunicadores mientras el 2.38 son personas dedicados a la informática en general.

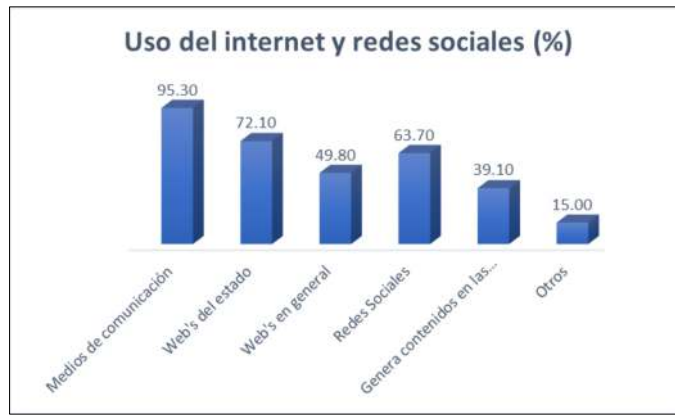


Figura 1. Uso del internet y redes sociales

El 95.30% de las respuestas que hacen uso del internet para acceder a la información publicada por los medios de comunicación, seguido del 72.10% hace uso de las páginas web estado, el 63.70% lo hace para ver lo que dicen las redes sociales. Por otro lado, el 39.10% genera contenidos en las redes sociales. En el Perú, un estudio de comScore revela que hubo más de 8.6 millones de interacciones en Twitter, Facebook e Instagram en el marco de la pandemia.

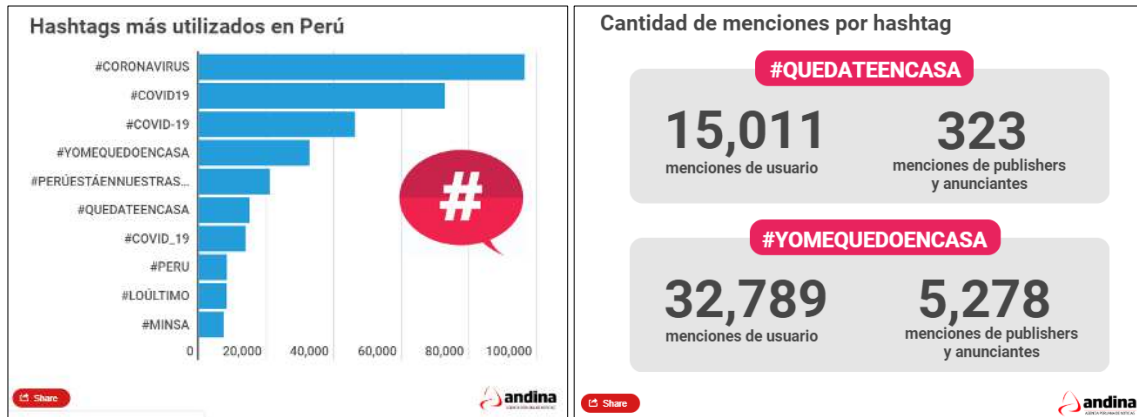


Figura 2. Información compartida por Andina – Agencia Peruana De Noticias el pasado 14 de abril.

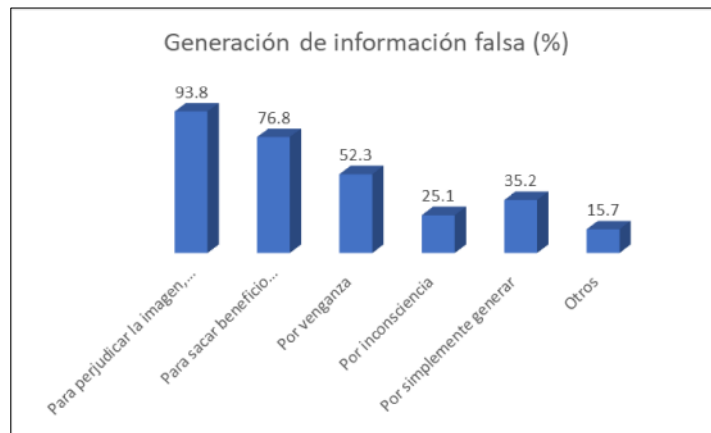


Figura 3. Generación de información falsa en la red

El 93.8% genera publicaciones falsas con el fin de perjudicar la imagen, reputación de personas o entidades, seguido del 76.8% lo realiza para beneficio personal o algún grupo de interés y tan solo el 25.1% por inconsciencia o enfado hacia otra persona.

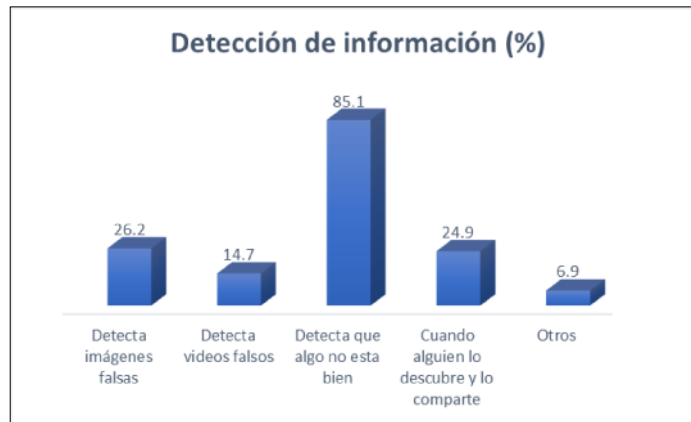


Figura 4. Detección de la información falsa

El 85.1% de los registros obtenidos indicaron que, si detectan que la información es falsa o que algo no esta bien, el 26.2% y 24.9% reconoce una imagen trucada y el otro lado cuando alguien lo descubre y lo comparte en la red.

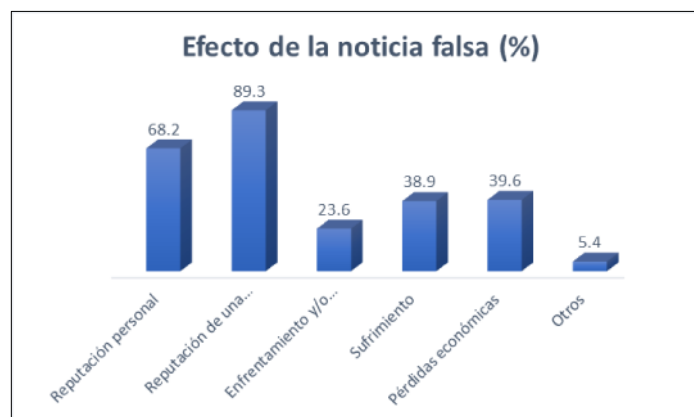


Figura 5. Efectos de las noticias falsas

El 89.3% de los registros indican que causan mayor perjuicio en la reputación de una organización o entidad, así como el 68.2% en la reputación personal, seguido de pérdidas económicas con un 39.6% y con un 38.9% generan sufrimiento en general.



Figura 6. Consecuencias en los afectados por las publicaciones falsas

El 42% indicaron que las consecuencias hacia la otra parte perjudicada son graves, el 31% indica que es algo muy grave, el 13 % se ve algo moderado y el 10% indica que no tiene mucha importancia.

En el Perú, el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos a través de su cuenta (@MinjusDH_Peru) en la red social Twitter publicó que las personas que desinformen a la ciudadanía con noticias falsas para obtener un beneficio o perturbar la tranquilidad pública serán sancionados con pena privativa de la libertad.



Figura 7. Información compartida por el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos del Perú

Conclusiones

Este trabajo ha explorado las consecuencias que trae la desinformación generada en las redes sociales generando consecuencias graves en la población así como lo indicó el Director General de la OMS en una conferencia que, "Las noticias falsas se propagan más rápido y más fácilmente que este virus, y es igual de peligroso".

Respondiendo a los objetivos de esta investigación se encontró que el 93.8% genera publicaciones falsas con el fin de perjudicar la imagen, reputación de personas o entidades, seguido del 76.8% lo realiza para beneficio personal o algún grupo de interés y tan solo el 25.1% por inconsciencia o enfado hacia otra persona. Respecto a los efectos que genera una noticia falsa el 89.3% de los registros indican que causan mayor perjuicio en la reputación de una organización o entidad, así como el 68.2% en lo personal, así mismo pérdidas económicas con un 39.6% y con un 38.9% sufrimiento en general.

Por consiguiente, se necesita mayor investigación para determinar si una respuesta automatizada puede abordar o no todos esos factores. También es vital que las plataformas de las redes sociales desarrollen e implementen mecanismos para examinar y validar la credibilidad de la información en sus plataformas (Chou et al., 2018).

Finalmente, las consecuencias que se originan a raíz de la información falsa traen perjudicados con un 42% de falta grave, el 31% muy grave, el 13% moderado y por tanto el Perú es el primer país de América Latina en imponer sanciones penales para frenarlo.

Recomendaciones

No te quedes en el título, busca la fuente u origen de la información. Puede ocurrir que quienes comparten una noticia en Facebook o Twitter no hayan leído el artículo completo. Esto hace que sea mucho más probable que se comparta una noticia falsa, pues suelen tener títulos que llamen la atención que al final responden a un temor o rumor generalizado, como lo es la pandemia de COVID-19, según explica el Interactive Advertising Bureau (IAB Perú) al diario El Peruano.

Revisa los datos hasta despejar tus dudas. Los expertos del IFCN recomiendan revisar fechas, nombres y cifras si es que tienes dudas de la veracidad de alguna información. Verifica y compara con medios conocidos, no solo peruanos, sino internacionales, como CNN en español, la BBC, entre otras. Asimismo, agencias de noticias como France Presse hacen constantemente verificación de noticias en su cuenta en Twitter @AfpFactual.

Consulta páginas oficiales. Con la coyuntura actual, las cifras y medidas para combatir el contagio del COVID-19 las ofrecen las autoridades del Estado y organismos como la Organización Mundial de la Salud (OMS). En la página <https://www.gob.pe/COVID-19>, habilitada por el Gobierno peruano, encontrarás el número de casos de COVID-19 en el Perú, formas de prevención y cuidado de pacientes, además de un test digital para conocer si corres riesgo de contagio o si debes hacerte una prueba de descarte. El Minsa también brinda datos e informes diarios en su página web y en el sitio https://covid19.minsa.gob.pe/sala_situacional.asp. Además, en sus redes sociales desmiente información y noticias falsas. La OMS también tiene una página sobre el COVID-19, con un apartado que lista los mitos y rumores sobre esta enfermedad.

Evita que otros las compartan. Un audio, el enlace a un artículo o videos con falsas afirmaciones y hasta teorías conspirativas, suelen llegar a nuestros chats reenviados por algún familiar o amigo. De acuerdo con Alexander Capron, especialista en verificación de datos, se debe tomar en cuenta que muchos de los que comparten esas informaciones lo hacen con el único motivo de alertar a amigos y familiares. En ese caso, es necesario corregir a quien ha hecho llegar la información falsa y mostrarle los datos correctos, pero siempre con un tono empático, según recomendó en CNN Emily Vraga, profesora de la Universidad de Minnesota e investigadora de la desinformación sobre la salud.

Referencias bibliográficas

- Berkowitz, D., & Schwartz, D. A. (2016). Miley, CNN and the onion: When fake news becomes realer than real. *Journalism Practice*, 10(1), 1–17. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1006933>
- Chou, W. Y. S., Oh, A., & Klein, W. M. P. (2018). Addressing Health-Related Misinformation on Social Media. *JAMA - Journal of the American Medical Association*, Vol. 320, pp. 2417–2418. <https://doi.org/10.1001/jama.2018.16865>
- Chu, Z., Gianvecchio, S., Wang, H., & Jajodia, S. (2012). Detecting automation of Twitter accounts: Are you a human, bot, or cyborg? *IEEE Transactions on Dependable and Secure Computing*, 9(6), 811–824. <https://doi.org/10.1109/TDSC.2012.75>
- Curioso, W. H. (2011). Revista Médica Herediana. In *Revista Médica Herediana* (Vol. 22). Retrieved from http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1018-130X2011000300001&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Curioso, W. H., Alvarado-Vásquez, E., & Calderón-Anyosa, R. (2011). Usando twitter para promover la educación continua y la investigación en salud en el Perú. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, 28(1), 163–164. Retrieved from http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1726-46342011000100031&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Curioso, W. H., & Carnero, A. M. (2011). Promoviendo la investigación en salud con Twitter. *Revista Médica Herediana*, 22(3), 121–130. Retrieved from http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1018-130X2011000300006&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Currie Sivek, S., & Bloyd-Peshkin, S. (2018). Where Do Facts Matter?: The digital paradox in magazines' fact-checking practices. *Journalism Practice*, 12(4), 400–421. <https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1307694>
- Gonçalves-Sá, J. (2020, March 1). In the fight against the new coronavirus outbreak, we must also struggle with human bias. *Nature Medicine*, Vol. 26, p. 305. <https://doi.org/10.1038/s41591-020-0802-y>
- Jamison, A. M., Broniatowski, D. A., & Quinn, S. C. (2019, May 1). Malicious actors on Twitter: A guide for public health researchers. *American Journal of Public Health*, Vol. 109, pp. 688–692. <https://doi.org/10.2105/AJPH.2019.304969>
- Pauner Chulvi, C. (2018). Noticias falsas y libertad de expresión e información. El control de los contenidos informativos en la red. *Teoría y Realidad Constitucional*, (41), 297. <https://doi.org/10.5944/trc.41.2018.22123>
- Shao, C., Hui, P.-M., Wang, L., Jiang, X., Flammini, A., Menczer, F., & Ciampaglia, G. L. (2018). Anatomy of an online misinformation network. *PLOS ONE*, 13(4), e0196087.

- <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0196087>
- Sharevski, F., Jachim, P., & Florek, K. (2020). *To Tweet or Not to Tweet: Covertly Manipulating a Twitter Debate on Vaccines Using Malware-Induced Misperceptions*. Retrieved from <http://arxiv.org/abs/2003.12093>
- Shu, K., Sliva, A., Wang, S., Tang, J., & Liu, H. (2017). *Fake News Detection on Social Media: A Data Mining Perspective*. Retrieved from <http://arxiv.org/abs/1708.01967>
- Túñez-López, J. M., Toural-Bran, C., & Cacheiro-Requeijo, S. (2018). Automated-content generation using news-writing bots and algorithms: Perceptions and attitudes amongst Spain's journalists. *Profesional de La Información*, 27(4), 750–758. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.04>
- Vázquez-Herrero, J., Vizoso, Á., & López-García, X. (2019). Innovación tecnológica y comunicativa para combatir la desinformación: 135 experiencias para un cambio de rumbo. *El Profesional de La Información*, 28(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.01>
- Vosoughi, S., Mohsenvand, M. 'Neo,' & Roy, D. (2017). Rumor gauge: Predicting the veracity of rumors on twitter. *ACM Transactions on Knowledge Discovery from Data*, 11(4), 1–36. <https://doi.org/10.1145/3070644>
- Zubiaga, A., Liakata, M., Procter, R., Wong Sak Hoi, G., & Tolmie, P. (2016). Analysing How People Orient to and Spread Rumours in Social Media by Looking at Conversational Threads. *PLOS ONE*, 11(3), e0150989. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0150989>