

Alternativas para proteger a las víctimas de las noticias falsas en Tarija, Bolivia

Alternatives to protect victims of false news in Tarija, Bolivia

Bernardino Jesús Vásquez Fernández

 <https://orcid.org/0000-0002-9684-3533>

Universidad Privada Domingo Savio de Tarija, Tarija, Bolivia. bernardino.Vasquez@upds.edu.bo

Artículo de
Investigación



Esta publicación está bajo una
licencia [Creative Commons
Atribución-NoComercial 4.0
Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) (CC BY-NC 4.0).

Fecha de recepción:
19/10/2022

Fecha de aprobación:
25/11/2022

Fecha de publicación:
26/01/2023

 <https://doi.org/10.62325/10.62325/yachana.v12.n1.2023.845>

Resumen

La desinformación, más conocida como las noticias falsas o *fake news*, limitan nuestra libertad de expresión y debilitan los sistemas democráticos; así, la era de la posverdad afecta a nuestra sociedad apelando más a las emociones que a la razón. El objetivo principal de esta investigación es generar material que permita trazar estrategias de educación, para proteger a las principales víctimas de las noticias falsas. La investigación se desarrolló mediante revisión documental y la aplicación de encuestas de opinión a mayores de 15 años en una población estimada de 157522 personas que viven en la zona urbana de la ciudad de Tarija - Bolivia. Los resultados destacados señalan que las redes sociales más utilizadas son el Facebook y WhatsApp. Se determinó que los tipos de noticias falsas que más circulan son los engaños económicos con otros tipos de estafas; las apariciones y temas sobrenaturales; así como el desprestigio a personas

específicas. Las principales razones para difundir noticias falsas son la necesidad de compartir material de utilidad y contenido simplemente interesante, siendo los mayores de 51 años, jubilados, mujeres y personas encargadas de las labores del hogar los que más difunden este tipo de noticias. Otro resultado señala que las noticias falsas generan ira o sorpresa, convirtiendo a los usuarios en víctimas y emisores de contenido engañoso al mismo tiempo. Se evidencia la urgencia de generar una cultura de educación digital que permita hacer un uso responsable de las redes sociales para fortalecer nuestra libertad de expresión y valores democráticos.

Palabras claves: Desinformación, educación sobre medios de comunicación, medios sociales, Internet.

Abstract

Disinformation, better known as false news or fake news, limits our freedom of

expression and weakens democratic systems; thus, the post-truth era affects our society by appealing more to emotions than to reason. The main objective of this research is to generate material that allows drawing up educational strategies, to protect the main victims of false news. The research was developed through documentary review and the application of opinion surveys to people over 15 years of age in an estimated population of 157,522 people living in the urban area of the city of Tarija - Bolivia. The outstanding results indicate that the most used social networks are Facebook and WhatsApp. It was determined that the types of fake news that circulate the most are economic scams with other types of scams; apparitions and supernatural themes; as well as the discredit of specific people. The main reasons for spreading false news are the need to share useful material and simply interesting content, with people over 51 years of age, retirees, women and people in charge of housework being the ones who spread this type of news the most. Another result indicates that fake news generates anger or surprise, turning users into victims and issuers of misleading content at the same time. The urgency of generating a culture of digital education that allows responsible use of social networks to strengthen our freedom of expression and democratic values is evident.

Keywords: Misinformation, media education, social media, Internet.

Introducción

La desinformación, más conocida como noticias falsas o *fake news*, es una narrativa que busca claramente manipular a través de las redes sociales y otros medios. Tienen por detrás diversos intereses y objetivos, para distorsionar la realidad y manipular nuestro pensamiento. Términos como bulos, infodemia, caja de resonancia, la era de la posverdad o teorías conspirativas son términos relacionados con esta temática. Las noticias falsas buscan generar desconfianza en organizaciones específicas, xenofobia, racismo, pánico ciudadano o desconfianza en la democracia entre otros, se caracterizan por generar miedo o sorpresa, lo cual facilita su difusión por las redes sociales y se convierten en enemigas de la libertad de expresión y de opinión. (Tabja, 2021)

Amorós (2018) señala: El poder de la imagen y la rapidez de la información en las redes sociales facilitan las noticias falsas o *fake news*, estas solo necesitan una ver-

sión creíble, no veraz, que se pueda colar en una red social para facilitar su propagación, que por detrás tienen a diversas personas y organizaciones involucradas en objetivos concretos, con intereses económicos, políticos, ideológicos entre otros.

Castillo-Riquelme et al. (2021) señalan que las noticias falsas son entendidas como una alteración deliberada de un hecho real o la invención de un hecho ficticio con el fin de desinformar o confundir a una audiencia específica, generalmente presentadas en formatos que evocan al de una noticia tradicional, pero que carecen de una revisión editorial, contrastación de fuentes o calidad de argumentación.

La desinformación es contenido informativo fraudulento y engañoso, que se genera rápidamente, con una facilidad de propagación logrando distorsionar la información engañando al receptor final. (Rodríguez, 2019)

En un análisis de artículos periodísticos se concluye que la posverdad es un concepto

de la comunicación política digitalizada que plantea un cambio en la relación existente entre la sociedad y la verdad, que está marcada por un sesgo político que se utiliza para designar a algún tipo de oponente y percibirlo como enemigo de la sociedad, brindando ejemplos de política internacional como la presidencia de Donald Trump, el Brexit, el negacionismo científico, Putin, Erdogan o Macron entre otros. En donde destacan el populismo, los entornos digitales, los sesgos cognitivos, propaganda o manipulación o posmodernidad por señalar algunas de sus características. Logrando sustituir los hechos por creencias y emociones en los discursos sociales, en resumen, la posverdad debilita la noción de realidad. (Capilla, 2019)

Para complementar estas afirmaciones Rodríguez-Ferrándiz (2019) destaca en su genealogía sobre la posverdad y *fake news* que este fenómeno de desinformación simplemente es información falsa bajo el disfraz de noticia, que se caracteriza por ser sensacional, creada para influir puntos de vista, logrando distorsionar la realidad mediante emociones y creencias, influyendo en la opinión pública y que la época de la posverdad es una persecución quimérica o inútil de la verdad.

Se puede considerar que las noticias falsas siempre han existido, pero nunca con la magnitud de hoy en día. Algunas definiciones que caracterizan a las noticias falsas nos permiten comprender mejor este fenómeno según Parreira do Prado (2019): La expresión *fake news* no puede ser traducida al pie de la letra, porque si son falsas no se pueden considerar noticias, pues en el periodismo, en principio, no existe noticia falsa, tanto que una de las reglas es la verificación de los hechos antes de la publicación. La expresión abarca

varias categorías: noticias fraudulentas; información falsa, manipulada, adulterada o fabricada; fuera de contexto; para causar daños; noticias antiguas; sensacionalismo; mentiras; maquillajes; rumores o hechos alternativos.

En este sentido Gómez-Calderón et al. (2020) explican que, a razón de estos acontecimientos, el mundo académico ha comenzado a ocuparse del fenómeno de las *fake news* o noticias falsas, con dos objetivos prioritarios, los cuales son desvelar los mecanismos que las convierten en artefactos tan eficaces y proveer al público de estrategias defensivas que minimicen o puedan anular el efecto de estos contenidos malintencionados.

En Bolivia, el hecho más destacado sobre el impacto de las noticias falsas a través de redes sociales fue expuesto durante las elecciones presidenciales del año 2019, cuando fueron utilizadas de forma masiva como herramienta de marketing político y como parte de la guerra sucia para contrarrestar y minimizar el accionar del oponente político; es así que en las elecciones generales, se incrementó la desinformación y la transmisión de imágenes de hechos irregulares en las contiendas políticas y del propio Estado, como consecuencia de ello la desconfianza social en la política provocó un estado de convulsión social, es así que en los meses de octubre y noviembre de 2019 en las elecciones generales se incrementó la desinformación y la transmisión de imágenes de hechos irregulares, en el intento de reelección indefinida que pretendía lograr Evo Morales Ayma presidente del Estado, destacando como puntos álgidos del proceso el aparente fraude electoral, la denuncia de irregularidades en el conteo de votos, la suspensión sorpresiva del mismo conteo de votos, el pedido de

segunda vuelta, el pedido de anulación de todo el proceso electoral y la sociedad civil organizada conocida como las “pititas” pidiendo la renuncia de Evo Morales, quien ante la presión social en todos los frentes tuvo que renunciar y solicitar asilo en México el 10 de noviembre de 2019, demostrando el alcance de las redes sociales, en este caso el Facebook. (Velasquez, 2020)

En Tarija el escenario es similar, allí se evidencia la influencia de las campañas de desinformación con un carácter político, en las últimas elecciones para alcalde y gobernador del departamento de Tarija. (Bolivia Verifica, s. f.)

En Tarija la información sobre el alcance y magnitud del impacto de las noticias falsas es escasa y tampoco existen muchas acciones y alternativas de educación para prevenir su difusión.

De esta manera las principales interrogantes que se formulan son: ¿Qué alternativas son las más adecuadas para prevenir las noticias falsas? ¿Cuáles son los tipos de noticias falsas que circulan en la ciudad de Tarija? ¿Cuáles son los principales motivos por los que se difunden las noticias falsas en Tarija? ¿Qué generan las noticias falsas en los usuarios?

Se espera que los resultados permitan generar estrategias contra la desinformación, con un carácter educativo que permita prevenir el daño a la libertad de expresión que generan este tipo de noticias. El objetivo principal del trabajo es determinar las mejores alternativas para prevenir la difusión de las noticias falsas en la ciudad de Tarija, Bolivia. Otros objetivos de la investigación buscan:

- Determinar los medios de comunicación más utilizados para informarse.

- Identificar los tipos de noticias falsas que más circulan en el medio.
- Conocer las principales razones de difusión de las noticias falsas.
- Determinar las principales consecuencias de la difusión de las noticias falsas.

Materiales y método

El estudio se llevó a cabo en la ciudad de Tarija en Bolivia, bajo la dirección del Centro de Investigación Estadística de la Universidad Privada Domingo Savio que dirijo, por medio de revisión documental y encuestas de opinión aplicadas a 700 habitantes mayores de 15 años. El trabajo se realizó entre junio y julio de 2022, bajo el enfoque del método teórico deductivo-inductivo, seguido de un método empírico de tipo cuantitativo y por último un método estadístico de tipo descriptivo y transversal.

La ciudad de Tarija capital de departamento está ubicada al sur de Bolivia y limita con la República Argentina. Tiene una población estimada de 214753 habitantes al año 2022, de acuerdo con resultados del último Censo de Población y Vivienda. Se estiman 157522 habitantes con más de 15 años, los que conforman el universo de estudio. (Instituto Nacional de Estadística Estado Plurinacional de Bolivia [INE], 2022)

El análisis, interpretación y comparación de resultados se dio por medio de tablas de frecuencias y gráficas estadísticas en cada una de las variables citadas en la encuesta.

La elaboración de la encuesta fue consensuada por expertos en comunicación social y se logró construir un instrumento de recolección de datos dividido en las siguientes secciones:

- Los medios de comunicación más utilizados.
- Tipos de noticias falsas que circulan en el medio.
- Razones de difusión de las noticias falsas.
- Consecuencias de las noticias falsas.
- Alternativas para prevenir las noticias falsas o desinformación.

Se aplicó un muestreo no probabilístico y estratificado por cuotas de sexo, edad y ocupación de la persona. El levantamiento de datos se desarrolló mediante encuestas digitales diseñadas en Google Forms, luego el análisis estadístico descriptivo se generó mediante la construcción de tablas y gráficas de frecuencias y porcentajes en el software Microsoft Excel.

Resultados y discusión

En función a las principales interrogantes planteadas para la investigación, los resultados de la encuesta de opinión en relación con las redes sociales más utilizadas para informarse incluyen un análisis comparativo por rango de edad, el cual permite conocer más a detalle los medios de comunicación preferidos por los habitantes de la ciudad de Tarija para informarse, como señala la figura 1.

Los medios de comunicación más utilizados para informarse claramente son las redes sociales digitales Facebook y WhatsApp en diferentes rangos de edad, en menor medida la televisión es la alternativa preferida en especial en grupos de edad mayores a los 51 años. Esto se comprende gracias a que se el WhatsApp está considerado para estar siempre comunicados y en red, mientras que Facebook es utilizado

principalmente por los jóvenes para informarse de las noticias locales, evidenciando diferentes comportamientos en cada plataforma, los cuales responden a diferentes motivaciones para cubrir necesidad sociales y personales (Tarullo, 2020). La investigación también se concentró en indagar a través de que redes sociales se reciben más noticias falsas, identificando al Facebook con un 72,4%; WhatsApp con un 11,7% y Tik Tok con un 9,6%. Cabe señalar que Facebook ya ha publicado un decálogo que invita a los usuarios a dudar de los títulos llamativos escritos con mayúsculas y signos de exclamación, invita a las personas a asegurarse de que la noticia está escrita por una fuente de confianza, detectar si el formato es poco común, presenta errores ortográficos, diseños extraños o si las imágenes y videos parecen manipulados, verificar las pruebas aportadas por el autor y consultar si cualquier otro medio ha publicado una noticia similar, entre otros aspectos. Alternativas que señalan un avance saludable e importante por parte de esta red social. (Alonso-González, 2019)

Como información adicional la red social Twitter es muy poco utilizada en nuestro medio, alcanzando solo un 2,3% de preferencia de los encuestados, lo cual llama la atención en relación a otros países y regiones.

En relación con los medios de comunicación preferidos por las personas para conocer su realidad, destacan las alternativas digitales y el papel de los medios tradicionales queda relegado. Palau-Sampio et al. (2022) señalan que el consumo de información de calidad y su respectivo reconocimiento se deben comprender como una herramienta útil para la formación de periodistas y personas con suficiente criterio para reducir la incertidumbre informativa.

Se debe tomar en cuenta que los medios digitales y redes sociales son prioritarias, mientras que los medios tradicionales tienen un carácter residual. Sin embargo, es necesaria esta dieta híbrida de medios de comunicación.

Continuando con los objetivos del estudio, la siguiente clasificación señala los principales tipos de noticias falsas que circulan en nuestro medio, la misma que fue confeccionada en base a revisión documental que señala la Federación Internacional de Periodistas (IFJ, 2018):

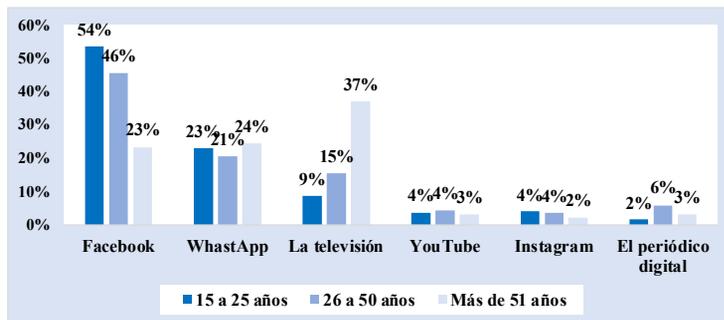
- Sátira o parodia: Que no pretenden causar daño o engaño.
- Contenido engañoso: Uso engañoso de la información para incriminar a alguien o algo.
- Contenido impostor: Información que suplanta fuentes genuinas.
- Contenido fabricado: Contenido nuevo, falso y diseñado para engañar y perjudicar.
- Conexión falsa: Titulares, imágenes o leyendas que no confirman el contenido.

- Contexto falso: Contenido genuino, que se difunde con información de contexto falsa.
- Contenido manipulado: Información e imágenes genuinas manipuladas para engañar.

En la figura 2 se detalla los tipos de noticias falsas que más se generan en la ciudad de Tarija, señalando a las más comunes como las estafas y engaños de tipo económico; las apariciones y otros temas de carácter sobrenatural; el desprestigio a personas específicas; además de temas de farándula y política nacional. Como señalan Castillo-Riquelme et al. (2021) hasta cierto punto, los tipos de noticias que más se generan están más aparejadas con una propensión hacia el pensamiento mágico, esotérico e ingenuamente optimista.

Del mismo modo Guerrero y Peña (2021) añade que las noticias falsas se caracterizan en diferentes tipos de noticias como la sátira o parodia, contenido engañoso, contexto fabricado o el contexto falso, entre otros. Es decir, tiene grandes similitudes con los tipos de noticias falsas y bulos que circulan en la ciudad de Tarija.

Figura 1
Medios de comunicación más utilizados para informarse por rango de edad del encuestado



Otra de las interrogantes pretende conocer las razones y motivos que llevan a una persona a compartir información falsa, este análisis se realizó comparando grupos de sexo, edad y ocupación principal del encuestado. En la figura 3 y análisis posterior se puede conocer más el perfil de las personas que difunden material engañoso.

Catalina-García et al. (2019) señalan que las principales razones por la que los encuestados compartían una noticia falsa son la aparente utilidad de la noticia, un contenido supuestamente interesante y por hacer bromas o generar risas; con un porcentaje mayor en los hombres. Esta aparente inmediatez, al compartir material útil o interesante, se podría explicar en que las personas hoy en día, en especial los jóvenes no tienen el hábito de leer y se concentran en la lectura de los titulares, confían más en las imágenes o videos que generan escenarios para facilitar la divulgación de las noticias falsas, se han abandonado los medios tradicionales y se ha generado una alta adhesión a las versiones digitales de la radio, periódico y televisión en especial por redes sociales.

Por otra parte, un 23% de los encuestados señala que alguna vez compartieron una noticia falsa que parecía verdadera, sim-

plemente porque parecía información útil, tenía un contenido interesante, se deseaba alcanzar una sonrisa o se quería tener la primicia al compartirla. Este porcentaje es más elevado en las personas mayores de 51 años con un 38%, jubilados con un 54% y personas encargadas de las labores del hogar con un 40%.

Profundizando este análisis el 16% de los encuestados señalan que alguna vez han difundido alguna noticia falsa, a pesar de haber verificado la fuente lo que señala la dificultad de identificar correctamente una noticia falsa. Por otra parte, un 6,37% de las personas consultadas señala que alguna vez difundieron una noticia que parecía falsa y confiesan no haber verificado la fuente de esta, lo que identifica un descuido por parte del emisor. Este porcentaje se da en mayor proporción en los mayores de 51 años, lo que evidencia como las personas mayores pueden convertirse en víctimas del proceso de desinformación y al mismo tiempo en actores que facilitan la difusión de este tipo de noticias.

Gómez-Calderón et al. (2020) indican que este tipo de bulos se difunden a través de las redes sociales de una forma más extensa, rápida y profunda que las informaciones veraces, sea cual sea su temática, pero

Figura 2
Tipos de noticias falsas que más se generan en la ciudad de Tarija

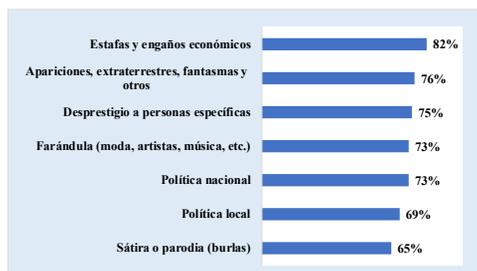
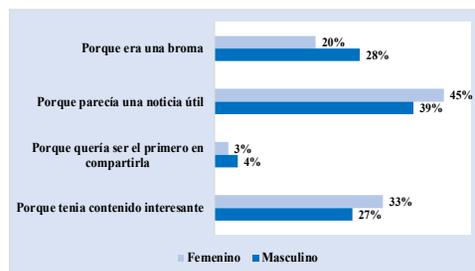


Figura 3
Principales razones de difusión de una noticia falsa por sexo del encuestado



sobre todo si están relacionados con la política. Esto nos permite caracterizar un poco más el alcance de este tipo de noticias en nuestro medio.

La figura 4 señala las consecuencias generadas, en donde personas de todas las edades mencionan que las noticias falsas tienen la característica de generar sorpresa o ira, sin embargo, este porcentaje parece ser mayor en las personas mayores de 51 años.

En relación a este aspecto Giler (2019) señala que vivimos una paranoia virtual en donde asumimos los extremos por no entender lo que recibimos, convirtiendo al usuario en un multiplicador de la desinformación a través de las redes sociales, aprovechándose de su ingenuidad, en este caso el análisis comparativo de la encuesta permite identificar diferentes tipos de víctimas de las noticias falsas, en especial personas de una mayor edad que se convierten en víctimas al no ser nativos digitales. Este análisis comparativo de las encuestas aplicadas también señala que este porcentaje es mayor en las mujeres con un 69%, personas jubiladas con un 86% y responsables de las labores del hogar 85%. Perfilando el

principal tipo de víctimas de estas noticias, haciendo especialmente vulnerables a mujeres, personas jubiladas o responsables de las labores del hogar, las cuales precisan políticas de educación que les permitan identificar, seleccionar, analizar, contrastar y elegir la información correcta mediante un mayor aprendizaje de la red, con una mejor cultura digital (Giler, 2019).

Para poder alcanzar el objetivo principal de la investigación, en la figura 5 se determinan las alternativas de educación para prevenir las noticias falsas y destaca que el siguiente paso radica en promover campañas de educación en las personas, las mismas señalan que las alternativas más adecuadas para prevenir las noticias falsas son revisar la fuente de la noticia, verificar la noticia con otras publicaciones, conocer al autor de la noticia o analizar a detalle imágenes, fotografías o videos posiblemente montados. En este sentido Martínez-Sánchez (2022) señala la importancia de la alfabetización informacional, es decir tener la habilidad de pensar críticamente y emitir juicios equilibrados sobre cualquier tipo de información, como medio para formar consumidores de noticias críticos,

Figura 4
¿Las noticias difundidas en redes sociales te producen sorpresa o ira?
Comparativa por rango de edad del encuestado

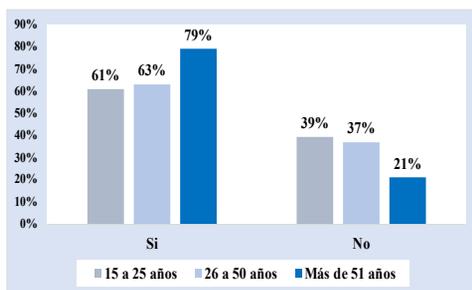


Figura 5
Acciones más adecuadas para prevenir las noticias falsas



bien informados y formados en el empleo de herramientas que permitan verificar la información que eviten la propagación de las noticias falsas.

Por otra parte, las recomendaciones para generar una adecuada guía para identificar las noticias falsas señalan que debemos contextualizar el asunto, valorar la procedencia de la información revisando desde donde hemos conseguido el enlace en cuestión, contrastar la información para poder otorgar veracidad a la noticia y verificar los enlaces, en este caso la ausencia de ellos lo cual es una característica de noticia falsa, analizar el tipo de lenguaje utilizado nos puede dar algunas pistas de contenido falso y la verificación de imágenes posiblemente manipuladas. (Llorca, 2017)

La figura 6 describe como las personas señalan que las estrategias más adecuadas para identificar noticias falsas por redes sociales son sospechar de imágenes modificadas o falsificadas (87%); presencia de información que no encaja (87%); noticias que apelan más a los sentimientos que a la razón (70%); noticias de impacto (69%) y generación de sorpresa, ira o rechazo (53%)

En la Tabla 1 se detallan las acciones concretas que los encuestados señalan para prevenir la difusión de noticias falsas.

La investigación señala acciones concretas para prevenir la difusión de noticias falsas como averiguar la fuente, leer la noticia entera, verificar el contexto o cruzar información verificando su existencia en navegadores de Internet. Aparici et al. (2019) describen la anatomía de las noticias falsas como el uso de titulares atractivos; encabezados con acontecimientos inéditos, novedosos o insólitos; falta de coherencia

entre los hechos propuestos en la noticia; la autoría se trata de invisibilizar o es difícil de identificar; las noticias falsas más que describir los hechos ocurridos, exponen ideas o interpretaciones con carácter sensacionalista o espectacular; no existe un esfuerzo por verificar la veracidad de la noticia; exageración de los hechos y manipulación de imágenes; combinación de hechos reales con ficticios. Muchas de estas características coinciden con la opinión de las personas consultadas, trazando el camino para prevenir la difusión de las noticias falsas.

Valverde-Berrocoso et al. (2022) señalan que la desinformación es un fenómeno global que debe ser abordado desde múltiples perspectivas, en donde un enfoque educativo es el más relevante para afrontar la situación, considerando una visión amplia del fenómeno de la desinformación, potenciando el pensamiento crítico en las personas, promoviendo la educación cívica y por otra parte considerar la formación de profesores que fomenten el desarrollo de la alfabetización mediática, informacional, noticias y competencia digital.

Asimismo, Alonso (2019) exhorta a que el esfuerzo realizado por los profesionales de la información debe ir acompañado por la colaboración ciudadana. El receptor de la información es un pilar indispensable en la lucha contra las noticias falsas, y para ello es necesario facilitarle la adquisición de las competencias mediáticas que les permita acceder, comprender, analizar, evaluar y distinguir entre las informaciones reales y las falsas. Hay que ser testigo, lograr descifrar e interpretar la realidad que nos rodea, buscando garantizar información cierta, conforme a buenos criterios de transparencia, precisión e imparcialidad.

Tabla 1*Alternativas sugeridas para prevenir la difusión de las noticias falsas*

Categoría	Porcentaje
Averiguar la fuente	56 %
Leer la noticia entera, no solo el titular	48 %
Verificar el contexto (ejemplo: como la fecha de publicación o si la noticia es antigua)	35 %
Buscar el titular en Google	26 %
Revisar si la noticia brinda números o estadísticas confiables	26 %
Buscar imágenes que cuenta esa misma historia para confirmar la noticia	22 %
Preguntar a quién te mandó la noticia de quién la recibió	20 %
Buscar los datos que se citan	20 %

Gómez-Calderón et al. (2020) indican que las *fake news* se han instalado en el centro de los consumos informativos del segmento más joven de la audiencia. Es decir que no solo debemos concentrarnos en la población mayor, sino que esto nos obliga a plantear mecanismos de prevención y desactivación de este tipo de noticias al alcance de todas las personas. Todo esto pasa por la necesidad de potenciar el tema de la alfabetización mediática de la población. De lo contrario, los bulos masivos seguirán distorsionando el debate público de forma indefinida, así como nuestra realidad, con las nefastas consecuencias que esto puede acarrear.

Para enriquecer este análisis se recomienda aplicar las siguientes estrategias para detectar las noticias falsas: desconfiar de titulares grandes y en mayúsculas; analizar la sección acerca de o *about* del portal; revisar los enlaces o *links* y citas; desconfiar de URLs similares a sitios conocidos; encontrar una fuente local y consultarla y por último realizar la búsqueda inversa de imágenes (IFJ, 2018).

Conclusiones

Los medios de comunicación más utilizados por las personas son Facebook, What-

sapp y la televisión, dos de tres son redes sociales digitales, lo cual confirma el uso intensivo que las personas dan a los medios digitales, este comportamiento se da en diferentes rangos de edad, ocupación principal y sexo; solo la televisión aparece como una alternativa preferida entre mayores de 51 años.

Los tipos de noticias falsas que más circulan en la ciudad de Tarija mediante las redes sociales son las estafas y engaños económicos, apariciones y otros fenómenos sobrenaturales, desprestigio a personas específicas y temas de moda y farándula.

El estudio señala que el compartir una noticia aparentemente útil, contenido interesante o simplemente una broma son los principales motivos que llevan a las personas a difundir noticias falsas.

Las personas que parecen estar más propensas a compartir noticias falsas son los mayores de 51 años, jubilados y personas encargadas de las labores del hogar y en ciertos casos una cantidad importante confiesan haber difundido material engañoso, sabiendo que lo era o sin haber verificado la fuente, lo cual nos permite identificar posibles características del emisor que por falta de una adecuada educación digital

para prevenir la desinformación, terminan debilitando nuestra libertad de expresión y bases democráticas.

La mayoría de las personas señalan que las noticias que reciben en las redes sociales tienden a generarles sorpresa o ira, lo cual es una característica fundamental en las noticias falsas; pero en especial las personas mayores de 51 años, mujeres, personas jubiladas y encargadas de las labores del hogar son las que señalan tener estos sentimientos nocivos al recibir una noticia, convirtiéndolos en víctimas y al mismo tiempo en los principales emisores de noticias falsas; esto nos señala la magnitud del material distorsionado que circula en las redes sociales y la necesidad de promover el uso responsable de las redes sociales mediante una adecuada cultura digital.

Referencias

- Alonso, M. (2019). Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información. *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, (45), 29-52. <https://bit.ly/3CvSWnJ>
- Amorós, M. (2018, febrero). *Fake News La verdad de las noticias falsas*. Editorial Plataforma. <https://bit.ly/3Bj9cbP>
- Aparici, R., García-Marín, D., & Rincón-Manzano, L. (2019). Noticias falsas, bulos y trending topics. Anatomía y estrategias de la desinformación en el conflicto catalán. *El profesional de la información*, 28(3), e280313, 1-16. <https://bit.ly/3XzQzbZ>
- Bolivia Verifica. (s. f.). Difunden falsas encuestas de intención de voto en Taruja. *Bolivia verifica*. Recuperado el

Entre las principales alternativas para prevenir la difusión de las noticias falsas en propias palabras de los encuestados están la necesidad de revisar y verificar la fuente de la noticia, cruzar datos para confirmar o no la noticia, conocer al autor de la noticia, analizar más a detalle posibles montajes en imágenes o videos, como así también la fecha y origen, evidenciando la urgencia de una alfabetización informacional para emitir juicios y pensamiento crítico.

Otras recomendaciones adicionales señalan a manera de sugerencia que se debe conocer la fuente de la noticia, leer la noticia entera y no dejarse llevar por el titular o sentimientos verificando el contexto.

Agradecimientos

A la licenciada Karina Olarte, experta en Comunicación Social.

8 de agosto de 2022 de <https://bit.ly/3vRvf5C>

- Capilla, P. (2019). ¿De qué hablamos cuando hablamos de posverdad? Análisis del término en siete diarios de calidad. *El Profesional de la Información*, 28(3), e280309, 1-12. <https://bit.ly/3Cz9I5D>
- Castillo-Riquelme, V., Hermosilla-Urrea, P., Poblete-Tiznado, J., & Durán-Anabalón, C. (2021, marzo/agosto). Noticias falsas y creencias infundadas en la era de la posverdad. *Universitas*, (34), 87-108. <https://bit.ly/3CzTXLJ>
- Catalina-García, B., Sousa, J., & Silva, L.-C. (2019). Consumo de noticias y percepción de fake news entre estudiantes de Comunicación de Brasil, España y Portugal. *Revista de Comunicación*, 18(2), 93-115. <https://bit.ly/3VZ4Spc>

- Giler, M. (2019, diciembre). El dominio de las noticias falsas: ¿normar o educar? *Revista de la Facultad de Jurisprudencia*, (6), 311-319. <https://bit.ly/3Z-qz2EP>
- Gómez-Calderón, B., Córdoba-Cabús, A., & Méndez-Nieto, A. (2020). Jóvenes y fake news. Un análisis sociodemográfico aplicado al caso andaluz. *IC-Revista Científica de Información y Comunicación*, (17), 481-504. <https://bit.ly/3XkMhom>
- Guerrero, Y., & Peña, D. (2021). *Caracterización de las noticias falsas sobre la pandemia COVID-19 en Facebook. Agosto - septiembre 2020* (Tesis de grado, Universidad Nacional de Piura, Perú). <https://bit.ly/3Gwqq6Z>
- IFJ. (2018, 22 de agosto). ¿Qué son las Fake News?: guía para combatir la desinformación en la era de la posverdad. *International Federation of Journalists*. <https://bit.ly/3VRh37q>
- Instituto Nacional de Estadística Estado Plurinacional de Bolivia [INE]. (2022). *Bolivia: proyecciones de población, según Departamento y Municipio, 2012-2022*. <https://bit.ly/3CJ-q0J9>
- Llorca, Á. (2017, 10 de enero). ¿Verdad o ficción? Esta guía para identificar noticias falsas te ayudará a saberlo. *Nobbot Tecnología para las personas*. <https://bit.ly/3ikGXmp>
- Martínez-Sánchez, J. (2022). Prevención de la difusión de fake news y bulos durante la pandemia de covid-19 en España. De la penalización al impulso de la alfabetización informacional. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 27, 15-32. <https://bit.ly/3ZoDBz9>
- Palau-Sampio, D., Carratalá, A., Tarullo, R., & Crisóstomo, P. (2022). Reconocimiento de la calidad como prescriptor contra la desinformación. *Comunicar*, 30(72), 59-70. <https://bit.ly/3X8ZmBk>
- Parreira-do-Prado, M. (2019). La proliferación de las “fake news” y sus algoritmos daña la cultura democrática. *Ámbitos, Revista Internacional de Comunicación*, (45), 89-106. <https://bit.ly/3ZoUaLG>
- Rodríguez-Ferrándiz, R. (2019). Posverdad y fake news en comunicación política: breve genealogía. *Profesional de la Información*, 28(3), e280314, 1-14. <https://bit.ly/3Zi1d8V>
- Rodriguez, C. (2019). No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. *Comunicación Revista Científica*, (40), 65-74. <https://bit.ly/3WXYoYW>
- Tabja, J. (2021). El montaje en ciencias y las fake news: las dos caras de la desinformación en democracia. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad - CTS*, 16(46), 41-53. <https://bit.ly/3XleEmH>
- Tarullo, R. (2020). ¿Por qué los y las jóvenes están en las redes sociales? Un análisis de sus motivaciones a partir de la teoría de usos y gratificaciones. *Prisma Social*, (29), 222-239. <https://bit.ly/3jWxVMB>
- Valverde-Berrococo, J., González-Fernández, A., & Acevedo-Borrega, J.

(2022). Desinformación y multialfabetización: Una revisión sistemática de la literatura. *Comunicar*, 30(70), 97-110. <https://bit.ly/3k20d8y>

Velasquez, L. (2020). *El uso del Facebook como herramienta digital electoral en las elecciones generales de Bolivia 2019* (Tesis de grado, Universidad Mayor de San Andrés, La Paz, Bolivia). <https://bit.ly/3jWwHRv>

Para referenciar este artículo utilice el siguiente formato:

Vásquez, B. (2023, enero/junio). Alternativas para proteger a las víctimas de las noticias falsas en Tarija, Bolivia. *Yachana Revista Científica*, 12(1), 73-85. <https://doi.org/10.62325/10.62325/yachana.v12.n1.2023.845>