



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons  
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

Impacto mediático digital de las *fake news* en México  
Rosalba Espejel Martínez y Nayeli Vargas Morales  
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 6, N.º 2, octubre 2020  
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>  
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata

## Impacto mediático digital de las *fake news* en México

**Rosalba Espejel Martínez**

[rosalbaespejelmtz@gmail.com](mailto:rosalbaespejelmtz@gmail.com)

**Nayeli Vargas Morales**

[isnayelivargas@gmail.com](mailto:isnayelivargas@gmail.com)

---

Facultad de Estudios Superiores Aragón  
Universidad Nacional Autónoma de México

### Resumen

La crisis sanitaria causada por el nuevo virus Covid-19 ha traído fuertes repercusiones globales, desde la emergencia médica hasta las diferencias en la economía de distintos sectores de la población.

Este acontecimiento histórico sin duda marcará la historia del mundo, pues la aparición de la enfermedad nos ha puesto a reflexionar y a analizar distintos fenómenos comunicacionales como el caso de las noticias falseadas o *fake news*.

Ante esta alarma, México fue el primer país en practicar la técnica de detección de la enfermedad, inclusive las naciones de Centroamérica se reunieron en el país para formar a sus especialistas y así identificar los brotes en sus territorios, como también entrelazar las competencias necesarias. (Aristegui Noticias, 2020). En esta coyuntura, se considera idealmente que la población que tiene la información suficiente actuará de acuerdo al contexto y realizará las prácticas adecuadas para cuidarse de situaciones que lo pongan en riesgo.

Sin embargo, durante estos acontecimientos se vivió una ola de pánico que hacía frente a estas medidas proveniente de falsas declaraciones. En México se inició con el registro del primer caso del virus SARS-CoV-2 el 28 de febrero, posterior a ello, el país entró en las diferentes fases de contingencia para minimizar la propagación y aminorar la curva epidémica, esto no fue posible porque en México circularon diversas noticias falseadas que desinformaban a la población con el fin de cumplir manipular a la opinión pública.

### Palabras clave

Fake news, covid 19, México.

## El papel de los medios de comunicación durante la pandemia en México

En su mayoría la cobertura de la noticia era hecha por medios de comunicación masivos tradicionales como televisoras que durante las primeras fases de la pandemia transmitieron sin interrupción los avances del virus, descubrimientos del mismo y los comunicados que el Gobierno de México brindaba en las conferencias diarias de la Subsecretaría de Prevención y Promoción de la Salud, a través de la Secretaría de Salud de México.

En estas conferencias se tergiverso la información, los periodistas no jugaron un papel de seriedad durante la pandemia, un ejemplo es el caso de la reportera Saraí Uribe del medio de comunicación *El Sol de México*, quién el 6 de marzo de 2020 durante la conferencia vespertina dedicada al avance del coronavirus en México, la reportera realizo una pregunta al subsecretario de prevención y promoción a la salud, Hugo López Gatell, ante la falta de información por parte de la periodista se pudo observar su falta de preparación al querer tratar de informar sin profesionalismo ni contextos a la sociedad.

Al ser una enfermedad nueva, se realizaron un sin número de coberturas especiales sobre Covid-19, los medios de comunicación comenzaron a especular y a generar opinión sin realizar un periodismo ético y de investigación.

Durante varios días, sobre todo en redes sociales, comenzaron a circular notas con tintes partidistas, generadoras de psicosis y pánico, así como algunas que desmentían la existencia de dicho virus.

Nos hacía notar que ciertos medios tenían inclinaciones para desprestigiar a la gestión en curso, tenían preguntas agresivas y cuyas retóricas exigían respuestas negativas. Sabiendo que algunas de esas compañías mediáticas tienen ideologías compatibles con los partidos políticos presidenciales pasados, y que buscan desacreditar un partido.

En este contexto, las personas optaron por dejar de lado a los medios tradicionales y adoptar a los medios digitales no oficiales, como su principal fuente de información.

El impacto que tiene Internet sobre los seres humanos, crece día con día, nos hemos vuelto dependientes a la tecnología, olvidándonos de cómo vivir sin ella. La inducción algorítmica y el uso de nuestros datos nos han guiado hacia un mundo predecible en donde el Internet decide como informarnos.

Ahora el público es productor de contenidos y tiene más opciones para poder informarse a través de discursos transmediáticos



<sup>1</sup>, las redes sociales han facilitado la distribución de noticias pero no todas son reales, convirtiéndose en los principales distribuidores de información y desinformación.

Más que un espacio para socializar, se han convertido en un lugar ideal para la expresión colectiva ya que en este contexto, son un importante instrumento de comunicación donde los medios digitales permiten a los ciudadanos expresarse con mayor libertad.

Las *fake news* han servido para engañar a los usuarios con un mensaje que se apodera de sus sentimientos a través de una apariencia pseudo periodística. Este engaño les hace pensar que leen información verídica, la mayoría de los portales *fake* se nombran de tal forma que, en apariencia, son muy similares a los medios oficiales, al igual que en su redacción, parecida al modelo que se utiliza en el periodismo.

Las *fake news* no solo nacen y se reproducen en grupos que tengan contacto con la tecnología, gran parte de su propagación es en nichos cuyas edades son mayores porque creen que si aparece en medios digitales seguramente lo creerán y lo propagaran.

En entrevista con el experto en comunicación política digital, Jorge Lucotti, hizo hincapié en el contenido falso direccionado por agencias que construyen las noticias y se puede identificar que son falsas, con comunicación fraudulenta o fotomontajes, que genera cualquiera que tiene poder de transmitir un mensaje que en su medida son validadas por nichos de edad mayor.

Las dificultades para la comunicación digital, es muy difícil porque en una situación actual del sector de 65 y más, es el mayor reproductor de *fake news*. Las redes sociales, lo que llega se reproduce sin mirar, sin checar, sin dudar, sin nada y le reproducen a sus amigos a todos sus redes de contacto de Facebook. Es patológico y tiene consumo en medios altísimo, entonces está muy expuesto todo el tiempo a cualquier cantidad de información en donde no puede filtrar que es lo falso y que es lo verdadero y eso además lo reproducen (Comunicación personal, 28 de agosto de 2019).

Durante el 2020 vivimos un ataque a la veracidad, en redes sociales se dispararon las noticias falseadas en torno a la nueva enfermedad que provocó la pandemia mundial, Covid-19. Ante esta situación la Organización Mundial de la Salud llamó con el término *Infodemia* a este fenómeno desinformativo.

En México no se tiene una cifra exacta de cuantas noticias falseadas se compartieron durante ese periodo, pero los casos de desinformación más sonados fueron los siguientes:

El robo del líquido de las rodillas en los hospitales; Genocidio por parte del gobierno para despoblar el país; El termómetro digital quema las neuronas, por mencionar algunas.

Pronto se viralizó una propuesta donde las cifras de contagios por Covid eran alarmantes e indicaban que era ocasionado porque el presidente y el sector de salud no hacía su trabajo correctamente y se sugería la destitución de su cargo, además se culpaba la falta de insumos médicos, instalaciones hospitalarias así como la falta de personal de salud.

## **Discursos transmediáticos**

La relación con las redes sociales se pudo entender como un medio de transferencia de información, hablando de las desventajas que en su mayoría destacó, fue que en principios de contingencia circularon fotografías y videos donde las personas angustiadas por antecedentes de enfermedades virales como la gripe A (H1N1) de 2009-2010 en México<sup>2</sup> la gente asustada acudió a los supermercados a comprar productos indispensables al por mayor.

También es abordado desde los tecno cultural gracias a que nuestro contexto nos lleva a una re significación de nuestra comunicación o lenguaje, lo menciona Montagu, Pimentel & Groisman, que esto ya dejó de ser unidireccional y de masas, porque cambió hacia una comunicación "multidireccional, fragmentada e hipertextual". (2004, p.56-58).

En esta pandemia, fue fuertemente acrecentando un tipo de comunicación que gracias al a la evidencia fotográfica y audiovisual, fuimos testigos de la desesperación compulsiva y masivamente, se sembraba el pánico.

Poco a poco las plazas comerciales anunciaban carencias de su mercancía y el rumor<sup>3</sup> inició por mencionar que ya no había productos de primera necesidad para todas las personas.

La comida y diversos productos de primera necesidad se terminaban, y no era por la razón de aprovecharlo, sino solo por el hecho de entrar en pánico, consumir lo que estaba a nuestro paso y el rumor de que los negocios de servicios cerrarían.

El papel de las herramientas tecnológicas fue fielmente utilizar las redes sociales para desinformar y subinformar en esta era digital<sup>4</sup>.

Los medios que consideramos no tuvieron tanta relevancia durante la pandemia fue el medio radiofónico. Debido a que las televisoras utilizaron coberturas completas y lanzaron diversas entrevistas de especialistas en materia para resolver dudas e informar

como previamente habíamos mencionado, no obstante utilizaron un recurso mal ubicado.

Como comunicadores nos encontramos en una lucha constante por conseguir la noticia antes que cualquier otro medio, esto a expensas del beneficio de los medios de comunicación, o incluso de la seguridad del investigador, una de ellas fue la práctica periodística de entrevistar a enfermos por Covid 19, en donde reporteros, camarógrafos, microfonistas e incluso sets enteros de grabación resultaron contagiados por esta enfermedad.

La audiencia fue testigo de cómo los periodistas asistían a los hogares de los contagiados infringiendo las medidas, el distanciamiento, incluso sin la protección de sus herramientas de trabajo, con tal de conseguir información que aporta a los televidentes agotamiento, incertidumbre y miedo. Aunque por otro lado hacía dudar que el virus no fuera tan agresivo puesto que un periodista estaba en contacto con alguno, se generaron ideas como que eran montajes, como que eran formas de controlar a la población y de mantenernos en nuestras casas por motivos que sólo le beneficiaban al gobierno.

Con la difusión de noticias falseadas, en un principio, reinó el caos pese a que el gobierno tuvo medidas respectivas para controlar, resguardarnos, cuidarnos y tener el correcto y adecuado uso de medidas sanitarias.

Consideramos que la comunicación política digital en el marco de la pandemia en México no está en pleno proceso de transformación, esto significaría que ya está comenzando y esta es una realidad de como que los mexicanos podemos organizarnos, manejar dispositivos tecnológicos y crear contenidos digitales.

El papel que el gobierno sostuvo fue sin duda acciones con una planeación corta, pero no tuvo dificultades mayores con comunicar el contexto y las soluciones en campañas sanitarias, lo que sí está en constante cambio es la falta es la cobertura, y el alcance de la digitalización a cada sector poblacional.

Nuestra digitalización funciona, y creemos que el mundo funciona digitalmente, implica darle peso e importancia al uso que se da, desde y entre los mismos medios de comunicación, y la propia audiencia. Vivimos en la evolución cualitativa y cuantitativa que ya es parte de nuestra cultura.

No es una casualidad que la información llegue a un público, los algoritmos hacen que la nota falseada llegue al usuario indicado, de acuerdo a los gustos digitales que

consume. Por lo tanto, si éste carece de conocimientos provenientes de otras fuentes de información que lo confirmen o lo rechacen, será complicado identificar estas *fake news*.

Hoy en día existen diversas propuestas para contrarrestar las noticias falseadas y evitar caer en fraudes, rumores y miedos colectivos; entre las más destacables están: Checar la fuente y el medio de comunicación, dudar en las notas de odio o que alteren nuestros sentimientos, leer fuentes adicionales, informarse en otros medios de comunicación y verificar quien es el autor de dicha noticia.

En este lapso de confinamiento, las *fake news* se encargaron de generar miedo, preocupación entre la sociedad a una velocidad y facilidad impresionante, esta inmediatez de comunicación en las redes, pone en riesgo a la información veraz, pues la falta de una normativa legal promueve la difusión de rumores, datos e información falsa que busca beneficiar a quien la difunde. Y nosotros como profesionales en la comunicación y como audiencia que somos, tendremos que idear maneras de identificación y contrarrestar a estas noticias que irán en sincronía con el avance de la tecnología.

## Referencias

Recomiendan informarse y no caer en pánico frente a pandemia (12 de marzo 2020).

*Aristegui Noticias*. Recuperado de

<https://aristequinoticias.com/1203/mexico/recomiendan-informarse-y-no-caer-en-panico-frente-a-pandemia/>

Montagu; A., Pimentel, D; Groisman, M; (2004). *Cultura digital: comunicación y sociedad*. 1º ed. Buenos Aires: Paidós, 216.

J. Lucotti, Comunicación personal, 28 de agosto de 2019.

## Notas

---

<sup>1</sup> Gracias al acceso de las TICs, tenemos nuevas formas de contar historias, ya que la información va interactuando con el diseño multimedia como son gráficos, audio, video. Así se formó lo transmediático, esto se puede entender como la diversificación en las plataformas digitales para transformar un mensaje en diferentes formas de comunicación, desde lo visual, hasta lo interactivo y el espacio donde se visibilizan con mayor intensidad son las redes sociales, aquí se configuran los nuevos discursos.

---

El impacto del nuevo lenguaje multimedia e hipertextual, construye la hipermedia que desemboca en la transmediático.

<sup>2</sup> El 29 de abril de 2009 se reportó la noticia de la Organización Mundial de la Salud (OMS) sobre la llegada del virus de la influenza AH1N1, se hizo el nombramiento de emergencia por pandemia. Ante esta situación se implementaron medidas de confinamiento en México, ya que se tenía el nivel 5 de 6 declaradas por la misma organización, más tarde se difundió información sanitaria para contrarrestarla y por supuesto en las campañas de vacunación.

Pese a las acciones que controlaban la propagación conocida como gripe porcina, llamada así porque es un virus que se encuentra principalmente en dichos animales pero se desarrolló en la población humana debido a que el virus mutó y con el tiempo se transformó en una cepa de dicha familia, no obstante esta mutación provoca infecciones respiratorias. Esto fue debido a quejas hacia el Fondo para la Agricultura y la Alimentación de Naciones Unidas (FAO) porque mencionaban que los cerdos estaban siendo sacrificados por miedo a contagio.

Esto trajo una paranoia por no consumir carne de cerdo porque la noticia era que si comías, te contagiarías del virus, otros hablaban de bombas biológicas para exterminio y reducción de la población, otro que era un plan para atacar al gobierno en curso de México.

La población desesperada compró todo lo que pudo en alimentos y artículos de limpieza por declaraciones en los medios que exageraban y movilizaban al consumismo sin previa información. Ante esto, las redes sociales de 2009, los usuarios se despedían de sus seres queridos por que aseguraban que el fin del mundo estaba llegando, porque se acercaban las profecías del año 2012.

<sup>3</sup> En cuanto a la psicología del rumor, los autores Postman y Allport plantearon una fórmula para definir lo que es un rumor de manera matemática. Ellos lo mencionan como una producción de la importancia que le otorgamos por la ambigüedad del mismo. Matemáticamente sería:  $R = (I)(A)$

Bajo esta fórmula, lo mantienen como una multiplicación ya que si en los elementos de la Importancia o la Ambigüedad tiende a cero, no existiría el rumor. Es necesario que exista incertidumbre por conocer la certeza de una posible verdad.

<sup>4</sup> La Era Digital también es conocida como la Era de la Informática y va relacionada a los cambios tecnológicos iniciados en la última década del siglo XX, gracias a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs).