

PERCEPCIÓN LA VEROSIMILITUD DE LAS NOTICIAS POLÍTICAS DEL CANAL

CARACOL EN 2021

SANTIAGO CHAVEZ GUTIERREZ

1005980930

VALENTINA MUNERA MENDEZ

1007753415



UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI

FACULTAD DE HUMANIDADES Y ARTE

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

SANTIAGO DE CALI

2023

**PERCEPCIÓN LA VEROSIMILITUD DE LAS NOTICIAS POLÍTICAS DEL CANAL
CARACOL EN 2021**

SANTIAGO CHAVEZ GUTIERREZ

1005980930

VALENTINA MUNERA MENDEZ

1007753415

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE
COMUNICADOR SOCIAL**

PEDRO PABLO AGUILERA

ASESOR

UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI

FACULTAD DE HUMANIDADES Y ARTES

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

SANTIAGO DE CALI

2023

CONTENIDO

CONTENIDO.....	3
Resumen.....	5
Abstract.....	7
Introducción.....	8
1. Planteamiento del problema	11
2. Justificación	16
3. Objetivos.....	19
3.1 Objetivo general	19
3.2 Objetivos específicos	19
4. Antecedentes.....	20
4.1 Locales.....	20
4.2 Nacionales.....	23
4.3 Internacionales	27
5. Marco referencial	30
5.1 Marco contextual.....	30
5.2 Marco teórico	33
6. Metodología.....	35

6.1	Enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo).....	35
6.2	Tipo de Investigación	36
6.3	Instrumentos	37
6.3.1	Encuesta	37
6.3.2	Entrevista	42
6.4	Muestra	44
6.5	Fases	45
7.	Hallazgos de la Investigación.....	47
8.	Conclusiones y recomendaciones.....	56
8.1	Conclusión.	56
8.2	Recomendación	58
9.	Cronograma.....	59
10.	Anexos.....	63
11.	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICA	64

Resumen

La presente investigación se realizó en la Universidad Santiago de Cali, ubicada en la Ciudad de Cali- Colombia, se realizó a los universitarios del programa de Comunicación Social. Por medio de esta investigación se buscó resaltar especialmente las opiniones de los universitarios de dicha carrera para identificar la verosimilitud de una noticia en un medio tradicional.

De manera muy general, se exalto la opinión y comportamiento de los futuros Comunicadores Sociales enfocándose en una generación en especial, ya que al poder identificar técnicas y/o herramientas para conocer las noticias falsas se fortalece más la profesión y así mismo los diferentes programas.

Por lo tanto, en la investigación realizada se infiere que los universitarios de Comunicación Social muchas veces prefieren quedarse con lo que inyectan los medios sin buscar fuentes de tercero, aun así, teniendo más facilidad de tecnología, se prefiere utilizar el internet de manera negativa solamente para redes sociales, muchas veces por desconocimiento, por no saber cómo buscar, por desconfianza de fuentes o simplemente por falta de interés. Este análisis favorecerá para que en primer lugar los universitarios de Comunicación Social puedan preguntarse que tantas fuentes están siendo consultadas, si están ejerciendo bien su profesión, si se conocen las técnicas o las herramientas para identificar falsas noticias. Así mismo, apoyara de manera investigativa a que el programa de Comunicación Social se fortalezca y puedan ver cómo están los universitarios en conocimiento. Por último, de manera nacional apoyara a que cada vez sea, más las personas informadas y así poder tomar decisiones o dar opiniones de manera racional y con argumentos, fortaleciendo la comunicación en todas sus vertientes.

Palabras clave: comunicación, verosimilitud, noticias falsas, generación.

Abstract

The present investigation was carried out at the Santiago de Cali University, located in the City of Cali-Colombia, it was carried out with the university students of the Social Communication program. Through this research, we sought to especially highlight the opinions of the university students of said career to identify the credibility of a news item in a traditional medium.

In a very general way, the opinion and behavior of future Social Communicators was exalted, focusing on a particular generation, since by being able to identify techniques and/or tools to discover fake news, the profession and the different programs are further strengthened.

Therefore, in the research carried out, it is inferred that Social Communication university students often prefer to keep what the media injects without looking for third-party sources, even so, having more ease of technology, they prefer to use the internet in a negative way only. for social networks, often due to ignorance, not knowing how to search, due to distrust of sources or simply due to lack of interest. This analysis will favor first of all the Social Communication university students to ask themselves how many sources are being consulted, if they are exercising their profession well, if the techniques or tools to identify false news are known. Likewise, it will support in an investigative way that the Social Communication program be strengthened and they can see how the university students are in knowledge. Finally, nationally, it will support more and more informed people and thus be able to make decisions or give opinions rationally and with arguments, strengthening communication in all its aspects.

Keywords: communication, plausibility, fake news, generation.

Introducción

Actualmente en Colombia las noticias tienden a llegar mucho más fácil al espectador no solo como se hacía anteriormente por radio, si no también por televisor, por las redes sociales entre otros, el problema radica en el filtro que debe pasar la noticia, puede que en ese viaje entre el emisor y el receptor se dañe el canal y llegue la información distorsionada o falsa que pueden llegar a tener consecuencias graves, esto se vuelve más preocupante cuando las noticias vienen de medios de comunicación tan conocidos como lo es RCN y CARACOL ya que son los primeros canales donde la mayoría de personas verifican la información recibida por otros medios.

El interés de la investigación nace de la necesidad de que las personas vuelvan a los medios tradicionales o busquen más fuentes para verificar una noticia falsa y que cada vez sea mejor aún la comunicación. Que la comunicación sea transparente es casi imposible cuando siempre hay tachos en profesionales que no realizan bien las investigaciones a la hora de remitir una, pero si se puede que las personas busquen más fuentes o reporten las noticias falsas para que los canales brinden contenido más real.

La investigación tiene un enfoque mixto ya que se encarga de conocer la opinión de los Millennials desde varios puntos de vista del canal caracol y del por qué es tan difícil descubrir si una noticia es falsa.

Esta investigación aporta al campo de conocimiento, ya que la comunicación es importante en todos los aspectos de la vida, desde que nacemos aprendemos a comunicarnos desde un gesto, emoción hasta un sonido emitido, y es evidente que en muchas oportunidades hay falencias en la manera de hacerlo o de interpretarlo, como seres humanos siempre buscamos la manera de que si tenemos un problema buscar la solución lo mismo se debería

hacer a la hora de recibir un mensaje, consultarlo en varias fuentes de comunicación para así creer en lo que se está diciendo. La comunicación social es fundamental en el proceso investigativo a realizar, ya que esta disciplina centra su propósito en analizar todos los medios de comunicación que se dan en la sociedad, en este caso de una población desde los medios de comunicación hasta las personas que ven las noticias.

Así mismo, el trabajo aporta a que la Facultad de Comunicación Social en la Universidad Santiago de Cali, realice propuestas para investigar la verosimilitud de las noticias de los canales principales de comunicación e incluir en algunas de sus clases ejercicios para que los futuros comunicadores conozcan como identificar una noticia falsa y se aprenda hacer contenido de calidad, así como se encuentra en este momento acreditada la carrera.

El trabajo se estructura de la siguiente manera: Título, resumen que cuenta el proceso de la investigación, el planteamiento del problema con su justificación, con lo cual se estableció un objetivo general y tres objetivos específicos. A partir de ello se parte de tres antecedentes locales, tres nacionales y tres internacionales. Se aborda el marco referencial compuesto por el marco contextual donde se conocen detalles sobre la organización y el marco teórico en donde se encontrará de manera específica los conceptos y cada uno de los elementos que componen la investigación mencionada. Para el desarrollo de la investigación se comprende la metodología con los instrumentos, enfoque, las fases, la muestra y el tipo de investigación que se realizó. Para finalizar el trabajo de grado, y en la última etapa, se abordó el análisis de los resultados, las conclusiones y bibliografía.

El trabajo investigativo realizado fue un aporte valioso ya que se destaca la importancia de los medios de comunicación tradicionales y actuales, reconociendo las noticias falsas que puede haber en los medios principales y las herramientas que se pueden utilizar para identificarlas como receptores de información o como creadores de las mismas.

1. Planteamiento del problema

La comunicación ha ido evolucionando a través de los tiempos, atravesando grandes cambios de paradigmas, ya no se basa en una comunicación unidireccional que solo funcione como inyección y observación de información, sino que, en la actualidad (2021), está orientada a un modelo abierto es decir de participación, permitiendo establecer una comunicación bidireccional o sea de alta interacción. Hoy los procesos comunicativos centrados en las redes sociales son una comunicación plural y democrática con amplia participación de los públicos y audiencias de cada red social (Villaverde, 2019)

La transición de los medios tradicionales a las plataformas digitales ha hecho de ellos un ecosistema híbrido en donde los públicos interactúan con los medios tradicionales desde las diversas redes sociales para crear una nueva dinámica de comunicación que antes no existía. (Pulido, 2021)

En un contexto Latinoamericano existe una concepción esencialmente de que la información que aparece en los medios de comunicación al ser los primeros que la emiten es totalmente cierta, cuyas prácticas comunicativas tienden a influenciar mediante contenido audiovisual, textos escritos, redes sociales, etc. En unos casos como estrategias para lograr un objetivo ya sea informar, entretener o persuadir, y en otros, para darle seguimiento e informar solución de noticias antiguas ya presentadas (normalmente las noticias con más proceso de investigación o sea más duraderas son las relacionadas con la política)

Lo anterior mencionado sobre la veracidad de las noticias se pone en duda a nivel Latinoamericano, ya que además de que hay noticias falsas. Aquellas informaciones que no corresponden con la realidad y que no son auténticas respecto a la verdad, que copian o

falsifican conduciendo al engaño al hacer pasar algo como real y, por consiguiente, configuran un caso de desinformación. (Burgos, 2019)

Existen noticias que son reales pero se sacan para encubrir otras, pero para observar y entender mejor la gravedad del asunto es importante saber que el estudio de Iceberg Digital, realizado por Kaspersky en conjunto con la consultora de estudios de mercado CORPA, afirma que el 70% de los latinoamericanos no saben detectar o no están seguros de reconocer en Internet una noticia falsa de una verdadera, cabe destacar que, un total de 2.291 personas entre 18 y 50 años fueron encuestadas. La muestra fue distribuida en proporciones similares entre hombres y mujeres, y por edad (de 18 a 24 años, de 25 a 34 años, y de 35 a 50 años), muchos de estos hacen parte de una generación llamada Millennials, conocidos también como 'ninis', es una generación estigmatizada que ha sido descrita como perezosa, individualista, aburguesada, pero también son estos jóvenes los que impulsaron la vida sana, la alimentación saludable o el ecologismo.

Según Iceberg Digital (2020) en el caso de Colombia el porcentaje de usuarios que desconocen que existan noticias falsas llega al 73%. Incluso, un 14% de las personas consultadas en el país desconocen por completo este término, por lo que 7 de cada 10 colombianos no identifican cual es una noticia falsa. Esto es bastante preocupante ya que hablamos de cifras virtuales, siendo el internet una fuente tan grande de búsqueda, pues como será este factor en los medios de comunicación tradicionales. (TV)

Frente a ello, la tendencia actual en el ámbito comunicativo, es dar mayor énfasis en la opinión, aunque esta generación ha crecido con los inicios de la digitalización, con las cifras anteriores vemos que digitalmente falta mucho interés por consultar más allá de lo que inyectan las primeras fuentes. Conocer e investigar sobre estos temas en un medio tradicional es parte fundamental de la evolución comunicativa. Se presenta, por ejemplo, otro medio como el tiempo que tiene su propia sesión de fake news tanto nacionales como internacionales.

En este mismo orden de ideas, se considera que las noticias falsas es el primer paso para invitar a las personas a consultar antes de y con varias fuentes confiables. Uno de los sectores que más abarca los noticieros es la política y esto es de suma importancia ya que teniendo en cuenta datos anteriores, no saber sobre la verosimilitud de estos temas en un noticiero y creer todo lo que muestran los medios tradicionales, puede permitir como sociedad tomar malas decisiones, por ejemplo, elegir un mandatario. Según la página Naciones Unidas (2020) en este 2020-21 es donde más se evidenciaron fake news y desinformación con el COVID no solo como enfermedad, si no con soluciones tanto económicas como políticas.

Así mismo, se quiere investigar en una ciudad como Cali Valle, en donde cada vez tiene más relevancia la información de los medios, que la información de programas como Caracol y RCN es apoyada por canales locales por ejemplo Tele pacífico. Y que temas políticos de esta ciudad son tocados directamente en Caracol y cuales tienen mayor impacto en la generación Millennials. Esta sería la explicación del aumento de desinformación que hay en la ciudad ya que se quedan con la información recibida casi en los mismos medios tradicionales, “como considerar que las noticias falsas, no solo pueden dañar a una persona o institución, destruir confianza e incluso generar caos” (Martinez, 2020)

Esta frase hace referencia que como colombianos, caleños y universitarios se debe informar de manera interesada por varios temas para no hacer parte del mismo circulo de personas que siguen en una comunicación antigua. Es relevante comprender también que las mencionadas, son utilizadas por los ciberdelincuentes para atraer a usuarios despistados a hacer clic en enlaces maliciosos y concretar así el robo de identidad o de dinero e incluso generar pánico”, todo esto puede pasar solo por el nivel de desinformación de los consumidores de noticias.

Ante esta situación, es necesario evidenciar como expresan su preocupación, los estudiante de comunicación social sobre un tema tan cercano a su carrera como lo es la

veracidad de una noticia, teniendo en cuenta que muchos de los universitarios de esta carrera pertenecen a los Millennials, no obstante, también como ellos, desde su carrera tienden a influenciar o compartir información sobre las noticias falsas con otras profesiones como con los abogados, sin involucrarse mucho en su campo de estudio pero si adentrándolos a conocer un campo tan abierto y que compete a todos.

Por lo antes expuesto, en este contexto, es que es necesario analizar en qué medida la participación de los estudiantes de comunicación hace la transformación a los canales tradicionales y a identificar las noticias falsas, buscando fuentes confiables en la facultad y siendo ayuda para otros programas, que pueden complementar información sobre donde más se encuentren las falsas noticias. En las actividades de identificación de noticias realizadas en ámbito investigativo y comunicativo se evidencia el nivel de inconformidad de muchas personas al querer desmentir una noticia que para ellos es real, para esto es necesario conocer los nuevos enfoques, tendencias y objetivos de la comunicación y el valor que se le debe dar como facultad de comunicación social y periodismo a los medios tradicionales y a las emisiones donde más gente comparta. Se tiene el reto de mejorar la calidad de lectura, de información y así mismo de cultura especialmente a los universitarios.

Esto puede darse a través de conocer la opinión de los comunicadores de la facultad sobre la verosimilitud de una noticia en un medio tradicional, pero con énfasis en política que es ahí donde más se ha evidenciado este tema. La comunicación por ende tiene un lugar preponderante en los aspectos de noticias falsas, de tal forma que se puede comprender el uso de las herramientas comunicativas para la disminución de creyentes en noticias de último minuto y en que se queden con una sola entrada de información presentadas en las noticias del medio día de Caracol Tv, por lo tanto, la pregunta de investigación será:

¿Cuál es la Opinión de un grupo de millennials estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Santiago de Cali, sobre la verosimilitud de las noticias políticas del Canal Caracol, 2021 A.?

2. Justificación

La investigación se realiza con el propósito de incentivar a las personas que son consumidoras de medios de comunicación a que logren identificar claramente las fake news políticas con el fin de que cada vez la desinformación sea menos y poder estar bien informados de fuentes reales y certeras y así tomar decisiones que beneficien, de esta manera motivar a los jóvenes de la comunidad santiaguina especialmente al programa de comunicación social para que no dejen los medios de comunicación tradicionales y que se envuelvan en temas políticos, ya que los jóvenes son el futuro de la sociedad. Esto encaja con la línea de investigación del GISOHA, *Ciencias Sociales y humanas, grupo de Investigación de la Facultad de Comunicación y Publicidad, que se encarga de promover los estudios de las sociedades y colectivos (desde un enfoque no eurocéntrico y lineal) en sus diferentes contextos territoriales y temporales a partir de un enfoque metodológico inter o transdisciplinar, es decir, que desde los diferentes saberes se busca analizar, criticar y reflexionar en torno a las sociedades con miras a fortalecer y generar conocimientos de tipo científico, cultural y artístico.*

Este trabajo pretende hacer un aporte que fortalezca la información y análisis que hay con respecto a la verosimilitud de las noticias, se buscan precisiones acerca de la conceptualización de la desinformación y sus consecuencias. Así mismo, se hace énfasis en la importancia de que los jóvenes del programa de Comunicación Social, mediante conocimiento sistematizado, aprendan la relación entre desordenes informativos, como las fake news, y el quehacer en su carrera profesional. Por último, pretende que los jóvenes recuerden las estrategias comunicativas y del mismo modo utilizarlas de manera positiva como recurso para identificar noticias falsas con enfoque político.

Un beneficio que se evidenció en el proceso de iniciar la investigación en el programa de Comunicación Social y publicidad especialmente en la generación Millennials fue la visibilización y buen manejo de diferentes herramientas comunicativas con las que cuenta dicha universidad y que como tal el programa se encuentra acreditado en Alta Calidad lo que le hace reconocimiento a que un comunicador tiene las efectivas herramientas para llevar a cabo su labor, sin embargo muy pocas veces esas herramientas o beneficio son utilizadas en su vida personal y han sido intransferibles a otros programas de la Universidad.

Por este motivo, la investigación es importante ya que impulsa la importancia de conocer las fake news y expandir en un futuro a los demás programas universitarios la manera de cómo identificarlas y más en temas tan importantes como lo son la política que al fin y al cabo relaciona a todo el mundo y siempre son noticias que se ponen en duda y que son utilizadas como persuasión para decisiones a futuro.

También es importante porque pone de presente las dificultades de encontrar fuentes verdaderas y reales, donde se puede verificar la información de las noticias, ya que se ha incrementado en el uso de las redes sociales y se evidencia una clara evolución de la comunicación política a través de Internet por lo que se convierte en la primera fuente que como se menciona anteriormente la política lo hace para persuadir sobre algún partido político o algo similar. Esto se convierte en un gran problema ya que no sólo desinforma a quienes leen estas publicaciones, sino que pone en duda todas, incluso las verdaderas y es ahí donde la investigación pretende identificar los elementos periodísticos y comunicativos que le generan credibilidad, o no, a las noticias políticas del Canal Caracol, en un grupo de Millennials y por lo tanto establecer la verosimilitud que están generando.

Los beneficios que esta investigación aporta a la comunicación social como disciplina, por qué consisten en poner sobre la mesa el comportamiento de la generación Millennials frente a la verosimilitud de las noticias y la responsabilidad que tienen los estudiantes como

comunicadores sociales de aportar no solo a sus carreras en el presente si no en un futuro la de todos los programas, de identificar los elementos periodístico y poner en práctica técnicas que faciliten el descubrimiento de noticias no reales. Como comunicadores se debe dar ejemplo de no quedarse solo con una solo fuente si no conocer varias y más aún cuando se trata de temas políticos que pueden llegar a un cambio social donde la información verdadera nos ayude a tomar decisiones y poder participar de debates políticos, también se debe tener en cuenta el poder que tienen los medios en este caso recordar los tradicionales y enfocarlos en el conocimiento que los comunicadores sociales tienen sobre este, especialmente sobre uno tan grande como lo es Caracol y que la mayoría de la población lo ve, para que así mismo se logren sensibilizar y concientizar de que toda la información no es cierta y poder generar un cambio positivo desde los adultos hasta los milenios.

Si se logra lo anterior es posible que exista un compromiso de responsabilidad social que está en cabeza de las disciplinas como la comunicación social a que los jóvenes que más adelante matriculen tengan herramientas o procedimientos donde logren llegar más fácil a conocer una noticia es verdadera más fácilmente, y a que todas las personas se involucren a consultar más sobre cada uno de los temas, que escuche, lea o le mencionen.

Así pues, la Universidad Santiago de Cali tiene la obligación como institución de educación superior, pensar a través de su programa académico de Comunicación Social que está acreditado de alta calidad, soluciones o ideas para que los estudiantes se motiven a crear herramientas que ayuden a todos los programas y a la sociedad a identificar fake news en todos los temas.

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

Identificar la opinión de un grupo de millennials estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Santiago de Cali, sobre la verosimilitud de las noticias políticas del Canal Caracol, 2021 A.

3.2 Objetivos específicos

- Determinar el consumo de noticias de Canal Caracol en un grupo de millennials.
- Identificar los elementos periodísticos y comunicativos que le generan credibilidad, o no, a las noticias políticas del Canal Caracol, en un grupo de millennials, 2021 A
- Establecer la verosimilitud que le genera al grupo de Millennials el manejo de las noticias políticas del Canal Caracol.

4. Antecedentes

Los siguientes antecedentes tanto locales, nacionales e internacionales encontrados desde el 2018 hasta el 2021, aportaran como herramienta de apoyo para la investigación a realizar sobre la Opinión de un grupo de millennials estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Santiago de Cali, sobre la verosimilitud de las noticias políticas del Canal Caracol, 2021 A., ayudando a ejemplificar la importancia de los conceptos y así mismo ver como un factor como identificar una noticia falsa es tan importante a la hora de tomar decisiones en un futuro o llegan a generar conflicto y pánico en un público específico.

4.1 Locales

a) A la Facultad de Comunicación y Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Occidente Cali, se presentó el trabajo de grado Usos Periodísticos de las Redes Sociales (Quintero, 2018) el objetivo de aquella investigación fue analizar efectos que ha traído el uso de las redes sociales, en el desarrollo de un periodismo responsable, en Santiago de Cali, teniendo en cuenta la exposición de las nuevas tendencias de periodismo en Redes Sociales a partir de la aparición de la Web 2.0, por consiguiente se estudia el periodismo responsable y también las estrategias periodísticas para evitar la reproducción de noticias falsas que proliferan en las Redes Sociales. Las técnicas metodológicas utilizadas están inscritas dentro de una investigación cualitativa del tipo descriptivo ya que analizo diferentes comportamientos de las personas principalmente de los profesionales en Comunicación Social.

En esta investigación logra identificar un gran impacto en los medios de comunicación, por parte de las plataformas tecnológicas, como un fenómeno que causara cambios constantemente y al cual los periodistas deben adaptarse de manera responsable, esto entorno a las redes sociales, puesto que son ellas las que tienen un mayor número de usuarios buscando información verídica.

Otro punto importante es que se identificó que los periodistas en su mayoría utilizan redes sociales para dar a conocer hechos recientes de interés de la comunidad y que la implementación de la Web 2.0, ha tenido una cierta parte negativa en lo relativo a la proliferación de noticias falsas, ya que no se investigaba por el nivel de desinformación de las personas.

Este trabajo es pertinente con la investigación que se realiza, por que evidencia que los medios tradicionales especialmente la televisión cada vez ha ido disminuyendo de usuarios, así mismo ayuda a conocer la primera causa de las noticias no verídicas con base en una carrera relacionada estrictamente con la comunicación.

Al desarrollar proyectos de este tipo, se promueve la motivación por la verificación de la información, fuentes y versiones, en todo tipo de medios y no quedarse solo con los medios de moda o actuales.

b) El programa de economía de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Icesi de Santiago de Cali, se presentó el trabajo de grado titulado Natural Language Processing como herramienta para detectar Fake News: aplicado a las elecciones de

Alcaldía De Cali para el periodo 2020-2023 (Prado, 2019). El objetivo de esta investigación era crear un algoritmo que permita la clasificación de tweets escritos en español como falso o no.

En esta investigación se logró evidenciar que, aunque se implementen herramientas falta aún mucho para poder identificar las noticias falsas y diferenciarlas de las verdaderas y más en temas relacionados con la política donde el tomar decisiones se hace difícil porque solo se persiguen intereses particulares.

Este trabajo es pertinente con la investigación que se realiza, por que evidencia las Fake News políticas especialmente en elecciones muy recientes donde falta mucho por saber definir las.

C) A la Facultad de Comunicación y Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Occidente Cali, se presentó el trabajo de grado, Análisis de las formas de interacción entre los seguidores de la página de Facebook “Que pasa en Cali ve”, (Garcia, 2019) este proyecto tiene como objetivo analizar lo que pasa en esta página especialmente en un ambiente noticioso, lo más importante de esta investigación es que logra tener claridad de los usuarios conectados y la respuesta de ellos.

En este trabajo de grado se logró analizar las formas en que los seguidores interactúan con la información, determinando cuales de los contenidos son los preferidos por los usuarios y logra identificar la página que conflicto genera o discusiones a partir de los temas, para así saber cuáles son el tipo de contenido que más atrae.

Es por eso que esta investigación es pertinente por que estudia explícitamente el medio y cuáles son las noticias de interés y nos ayuda a identificar fácilmente como interactuar con los usuarios para ver quien conoce o desconoce una noticia falsa.

d) En un artículo llamado la infodemia se le suma al COVID -19 presentado por (Florez, 2020) nos demuestra que Para la sociedad la desinformación, la manipulación, las noticias falsas y las teorías de la conspiración, como las que afirman que la pandemia es una estrategia de control de la población mundial, se tornan un problema grave con respecto a antes de su llegada. Las fake news representan un riesgo debido a que están sujetas a múltiples interpretaciones, sin un posible control en la reacción y difusión de quiénes las leen y comparten.

Nos ayuda a comprender la realidad circundante y ser más críticos con la información que asimilamos y la que ayudamos a difundir a diario a través de las redes sociales. Debemos tener en cuenta que la desinformación provocada por las fake news representa un problema grave frente a la coyuntura actual de COVID-19 en nuestro país.

Es de mucho aporte ya que muestra la manipulación de los medios y el miedo a una noticia.

4.2 Nacionales

a) La investigación titulada La batalla contra las noticias falsas de la Pontifica Universidad Javeriana (Hernandez, 2019) pretende describir las fake news detalladamente alrededor de la historia, como cada vez más se ha ido incursionando en el mundo de la

comunicación, Este proyecto se desarrolló en el marco de una investigación cualitativa, con técnicas de observación y descripción. Esta investigación es importante ya que muestra un ejemplo como lo es la noticia “hidro Ituango seco el Rio Cauca” y muestra las características de esta y como son manejadas en Colombia por parte de los comunicadores.

Este trabajo es importante para la investigación que estamos desarrollando puesto que trata profundamente la veracidad de la información y la implementación de las fake news en noticias de Colombia, tan importantes y da paso a la investigación de por qué después de tanto tiempo se sigue implementando y cada vez más fuerte

b) Según Benítez, L. J., *et al.* (2019) en el trabajo de grado presentado en la Facultad de Comunicación y Artes Audiovisuales de la Universidad Autónoma de Bucaramanga titulado la influencia de las noticias falsas en la opinión pública: Un análisis desde Twitter y Vanguardia como objetivo analizar el circuito que recorren las noticias falsas a través de los medios analizados en este trabajo y el papel que juegan los actores intervinientes y su impacto el opinión publica esto ya que las Fake News imitan el formato de grandes medios de comunicación para aumentar su nivel de credibilidad, poniendo las emociones por encima de la razón.

Este trabajo es pertinente con la investigación porque engloba todos los temas a investigar desde un enfoque político y ayuda a verlos desde varias perspectivas.

c) El trabajo de investigación que realizó Salas, *et al.* (2019) de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, titulado el papel de las plataformas digitales y los verificadores de difusión de fake news se centró en dejar en evidencia el rol de las plataformas digitales en la masiva difusión de las fake news políticas, como estas han logrado desviar el debate público.

En esta investigación se hicieron hallazgos que dejaron en evidencia la influencia o persuasión de las fake news en ejemplo puntuales como las votaciones de proceso de paz, y muestra que Colombia debería seguir el camino de la investigación como trabajo real del comunicador para la verificación de las noticias.

Este trabajo mencionado anteriormente es pertinente puesto que es muy parecida, debido a que realizaron un estudio de caso abordando un enfoque cualitativo ligado a un proceso descriptivo; además que se tiene un espacio y población muy parecida al que venimos realizando desde la política y la persuasión en la misma desde la verosimilitud de una noticia.

d) Según el trabajo de grado realizado por García *et al.* (2019) titulado “fake news. La pedagogía como herramientas para evadir la trampa de los medios” del programa de Especialización en Pedagogía de la Facultad de Humanidades, Ciencias Sociales y Educación en la Universidad Agustiniana, se evidencia como las personas consumen contenido noticioso en el cual puede haber miles de fuentes falsas las cual requieren ser verificadas, este trabajo es muy importante porque establece herramientas de ayuda para identificar las fake news, aunque lo hace en un entorno más pedagógico.

En esta investigación se descubrió el efecto que fake news tiene en la sociedad para prevenir la divulgación de información falsa que puede perjudicar la vida y la reputación de las

personas, así como la estabilidad del sistema social dando la oportunidad de tener la capacidad de identificar cuando una información es verdadera o falsa.

Por consiguiente, es de aporte a nuestra investigación ya que se enfoca en los jóvenes universitarios determinando la importancia de la universidad en poder reconocer la noticia y su verosimilitud, desarrollando una lectura crítica.

e) Así mismo una investigación presentada a la Corporación Universitaria de la UNIMINUTO desde el programa de Comunicación Social y Periodismo de Bogotá por Buitrago (2020) titula el poder de la fake news, nos habla de las Fake News desde la persuasión y el poder que tienen en el mundo entero para la toma de decisiones.

En este trabajo se analizó que, aunque son miles los usuarios de internet, cuando ven una noticia pasa desapercibida si es falsa o no, ya que muchos prefieren ver contenido de entretenimiento y asimilan que toda la información por ser de un medio tan amplio como es el internet es totalmente cierta.

Por lo tanto, aporta mucho a la investigación ya que permite ser herramienta para conocer la desinformación y el poco interés de las personas al consultar una noticia.

4.3 Internacionales

a) La Tesis realizada por Pavía (2019) de la Universidad Oberta de Catalunya, titulada el problema: fake news, la solución: Blockchain, tenía como objetivo realizar un análisis del estado actual del periodismo subjetivo y el impacto provocado por las fake news proponiendo una técnica llamada Blockchain como solución.

La tesis nos ayuda a conocer que la opinión pública no es tan evidente, esto por la objetividad del periodismo no se interpreta desde un acuerdo de Ley sino desde la percepción de la verdad, que puede ser subjetiva y diferente. Tratando de que las noticias no sean de interacción si no solamente de información.

Este antecedente internacional es pertinente porque da cuenta como en otros ámbitos como los internacionales dan un trato a noticias falsas y tratan de buscar herramienta para solucionar esto tan negativo que así sea internacionalmente se ve mucho en relación a la política,

b) Otra investigación fue realizada Baidez (2018) en la Universidad Complutense en Madrid, titulada evolución y ámbitos de las fake news se desarrolló con la finalidad de conocer precisamente evolución y ámbitos de las fake news, por medio la repercusión en ciber medios nacionales, esto lo hace con ayuda de medios como el País, Confidencial, el Diario y Maldita ya que el futuro de un periodismo real, cierto y verificado depende de los futuros periodista y de la cultura de desinformación de los consumidores de los medios.

Esta investigación concierne porque afirma que muchas noticias son un método de persuasión y que donde más se evidencia es en la política.

c) En este antecedente encontramos trabajos de grado que aportan de manera muy similar a los ya mencionados pero que tienen una parte especial tenemos la investigación de Tapia (2020) de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos de Perú titulada las fake news y el impacto social y nuevos desafíos para el servicio de información tiene como objetivo determinar las propiedades de los desórdenes informativos, su influencia y credibilidad.

Esta investigación logro hacer un aporte teórico que fortalece la información y análisis que hay con respecto a las fake news y busca precisiones acerca de la desinformación y sus consecuencias y su influencia en los medios y en la ciudadanía.

Este aporte es muy importante en nuestra investigación, ya que una de las principales variables de las fake news es la desinformación y esta investigación ayuda a conocer la reacción y consecuencia que trae está a la ciudadanía.

d) Cómo fue dicho anteriormente las fake news demuestran el nivel de desinformación de las personas y el reto que se tiene como periodista esta investigación que tuvo enfoque cualitativo con técnicas de observación para evidenciar el comportamiento y la reacción de las personas al enterarse de una noticias falsa y eso da paso a un trabajo de grado de Minguez (2020) titulado las Fake news en tiempos de Covid-19 trabajo realizado por la Universidad Politécnica de Valencia en este trabajo de muestra el nivel de noticias falsas que se puede desprender de un solo tema y desde varias disciplina, aplicando miedo e inseguridad en lo usuarios.

En esta investigación se logra comprender y estudiar el concepto de las fake news y la desinformación, mostrando las repercusiones que pueden tener en las redes sociales especialmente en tiempos de pandemia.

Este trabajo es bastante acertado para nuestra investigación por que nos apoya desde la influencia de los medios y de los usuarios frente a noticias falsas.

e) Por último, está el trabajo de la Universidad de Sevilla es un trabajo de grado titulado Noticias falseadas desde la política y periodista y su objetivo es dar a conocer la historia de las fake news, (Galindo, 2018) con el fin de demostrar cómo se desarrollan en las disciplinas y como puede influir en decisiones políticas y en las personas que cada día se encuentran expuestos a la falsedad de las noticias, de tal manera que cada vez que se lean un texto se da la oportunidad de buscar más del tema para no quedarse con la duda y saber identificarlos

Es una investigación pertinente ya que ayuda mucho a nuestra investigación por que tiene como objetivo analizar las noticias falseadas como comunicadores y desde la política, plantando una evaluación a los periodistas su nivel de alfabetización mediática.

5. Marco referencial

5.1 Marco contextual

Esta investigación se hace con el fin de recolectar y analizar la opinión de un grupo de Millennials estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Santiago de Cali, sobre la verosimilitud de las noticias políticas del Canal Caracol, 2021 A. Esto por medio de determinar el consumo de noticias de Canal Caracol en un grupo de millennials, Identificando los elementos periodísticos y comunicativos que le generan credibilidad, o no, a las noticias políticas del Canal Caracol, en un grupo de Millennials, 2021 A y así establecer la verosimilitud que le genera al grupo de Millennials el manejo de las noticias políticas del Canal Caracol.

Para entrar más en contexto, se lleva mucho tiempo hablando que los medios de comunicación han perdido bastante credibilidad y se han convertido en noticias poco reales conociendo más el termino como “fake news”, esto se ve más cuando se hablan de temas políticos en todo el mundo. Las fake news políticas son en pocas palabras noticias que no tienen mucha veracidad en temas de políticas y que pueden ser muy perjudiciales al transmitirlos por cualquier medio de comunicación ya que según las posturas políticas estas pueden tener un efecto negativo en la sociedad, normalmente se hacen con ese objetivo de persuadir o engañar frente a una postura política. Al parecer las noticias que más se creen son las que tienen nombre y apellido. Estos temas políticos son los que ocupan mayor parte de un noticiero y es cada vez más difícil identificar la verosimilitud de un tema en particular por ejemplo donde más se observa es en épocas de elecciones y son muchos más influyentes es la generación de adultos mayores, ya que como se decía anteriormente son los que tiene una

postura más definida. Lo que se busca con las fake news políticas siempre va es un a favor de: un partido, un candidato, una decisión entre otras

Es por esto que esta investigación se enfoca más a los medios tradicionales porque si en internet que es un mundo tan abierto se hace difícil aprenderlas a diferencia en un medio tradicional como lo es el televisor se convierte aún más complicado ya que para mucho colombiano este y la radio se convierte en medios con información totalmente verdadera. Esto lo evidenciamos en una encuesta realizada por las TIC'S (2017) que muestra que pese a la era digital impacta significativamente los medios de comunicación, la encuesta revela que la TV y la Radio siguen siendo los líderes en cuanto a consumo, aunque estos resultados se ven reflejados en personas mayores, mientras que los Millennials prefieren Google.

Los Millennials son la generación con la mejor educación y la primera global de la historia, cuyo día a día está marcado por las nuevas tecnologías. Es por esto que la generación es única, y en la investigación queremos ver la opinión que tienen , sobre la verosimilitud de las noticias políticas del Canal Caracol, ya que son estos temas los más delicados en la actualidad y que según un contexto histórico el no confirmar la veracidad de estas, hace que se quede con fake news políticas que han obtenido tanta importancia y tanta influencia que ha llevado a tomar malas decisiones incluso en algo tan importante como votaciones de presidencia no solamente a nivel nacional sino también en el mundo, un claro ejemplo de eso es el mandato de Donald Trump.

Por consiguiente, la investigación se realizara en la Universidad Santiago de Cali, una universidad que surgió de la iniciativa de un grupo de profesionales, conocidos como Socios Fundadores, preocupados, entre otras cosas, por las dificultades por la cual atravesaba la juventud Vallecaucana, y una corporación de carácter civil, privada, de utilidad común, sin ánimo de lucro, fundada en el año de 1958, especialmente se quiere investigar en la facultad de Comunicación Social, una Facultad que desde 1995 forma profesionales íntegros que

contribuyen al desarrollo de la región y que cuenta con muchos programas en este caso nos enfocaremos en el programa de Comunicación social que está acreditado en alta calidad y el cual muestra la excelencia que se refleja en los egresados ilustres que continúan ocupando los primeros lugares en los premios más importantes del mundo de la comunicación y la publicidad, y que por ende nos permite identificar los elementos periodísticos y comunicativos que le generan credibilidad, o no, a las noticias políticas del Canal Caracol.

Esto con el fin de que establecer la verosimilitud que le genera al grupo de Millennials el manejo de las noticias políticas del Canal Caracol 2021 A, poniendo en práctica los elementos periodísticos y técnicas. Donde podamos ayudar en un futuro desde este programa a otras facultades y así mismo lograr ahora en el presente con los antecedentes mencionados anteriormente lograr juntar conocimientos para la concientización e importancia de saber reconocer la veracidad de las noticias.

5.2 Marco teórico

La verosimilitud de las noticias es un tema que, con cada emisión de un noticiero, siempre se cuestiona. Ya que, desde el principio de los medios, se han visto casos donde dicha verdad es destruida y contada a conveniencia. En nuestro tema de investigación será importante rescatar los conceptos más importantes, empezando por palabras claves, en este caso, son la siguiente: Noticias políticas, verosimilitud y generación millennials.

Noticias políticas: Las noticias con enfoque político, son aquellas que llevan un seguimiento sobre todo lo que abarca un tema tan extenso como la política, ya sean locales, nacionales o internacionales. El término usualmente se refiere específicamente a la cobertura de asuntos de gobiernos civiles y el poder político.

Noticia: La noticia es un hecho de índole periodística que obliga a recortar la realidad cuando algo merece ser difundido a raíz de su relevancia social. La noticia constituye un saber o un conocimiento nuevo.

Política: La política es el conjunto de relaciones derivadas de la interacción de los seres humanos como consecuencia de vivir en sociedad, Según Marín (2021) Política lo es todo, podemos decir que la unidad mínima para que exista la política es la de dos personas. Es decir, con que dos personas se relacionen ya hay política. Esta surgió con el fin de mediar entre los conflictos que experimentan los individuos de una comunidad.

Todo ello da lugar a una desigualdad en la riqueza y recursos que poseen los ciudadanos. En definitiva, se debe a que cada uno de los individuos que conforman una comunidad, tienen actitudes y aptitudes diferentes.

Verosimilitud: Es aquello que resulta verdadero. O sea, algo que se asemeje a lo real. Puede ser real o no, pero al menos tiene la apariencia de serlo. Llevando este concepto a un campo como lo es la comunicación, tiene aún más importancia, ya que es un factor importante para tener la certeza de estar siendo informados con toda la veracidad delo caso. Según la Agencia SIC (2018) La comunicación no es sólo transmisión de noticias, es disponibilidad, enriquecimiento recíproco, relación. Sólo con un corazón libre y capaz de escucha, atento y respetuoso, la comunicación puede construir puentes, ocasiones de paz sin fingimientos. Todo esto nos exhorta a no rendirnos en la búsqueda y en la propagación de la verdad, sobre todo en la educación de los jóvenes. Sobre todo, la tranquilidad de conocer los hechos reales.

Generación Millennials: La investigación se quiere enfocar precisamente en esta generación Millennials que Según una publicación de BBVA, s.f. son personas que nacieron entre los años 1985 a 2000. Son una generación digital, hiperconectada y con altos valores sociales y éticos. Todo esto y más les hace diferentes a generaciones pasadas por lo que ya casi no utilizan los medios tradicionales, pero es importante tener en cuenta que esto se va a manejar normalmente en jóvenes comunicadores que deberían tener acceso a todos los medios de comunicación y la clase de información que manejan conociendo más a fondo ideales políticos, apoyo a candidatos entre otros que permitan tomar decisiones y buscar otras fuentes que alimenten la información presentada.

6. Metodología

6.1 Enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo)

Esta investigación utilizará un enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo) y su método por lo tanto es inductivo desde lo cualitativo y deductivo desde lo cuantitativo. Investigación exploratoria

Relación del enfoque mixto con el trabajo de grado

De acuerdo con los objetivos de la investigación, desde el enfoque mixto se puede tener una investigación más completa, y permite que se encuentren varios caminos para la comprensión e interpretación del objeto de estudio. Con el enfoque cualitativo se puede recolectar los datos numéricos del primero objetivo que es la opinión de un grupo de estudiantes Millennials de la Universidad, este método nos permite tener resultados más precisos y el método inductivo nos permite completar la información de lo cuantitativo, y la mezcla de esta nos podrá establecer con mayor seguridad a establecer la verosimilitud que le genera al grupo de Millennials el manejo de las noticias políticas del Canal Caracol.

A través de Google Forms se realizaron dos encuestas a 33 estudiantes de la Universidad Santiago de Cali, la primera encuesta se hizo de manera informativa para saber en qué situación se encontraba los estudiantes y con qué prioridad veían los canales locales, en la segunda encuesta se abordaron temas desde las falsas noticias hasta el conocimiento de cómo manejarlas e identificarlas en otras fuentes. Adicionalmente se realizaron 5 entrevistas a

estudiantes de la carrera para identificar las falencias de los comunicadores para conocer las noticias falsas en medios tan tradicionales.

6.2 Tipo de Investigación

La investigación es de tipo exploratorio ya que se realizó para extraer datos de un problema que no está definido. No permita juntas opiniones de una generación de estudiantes de Comunicación Social para identificar la verosimilitud de noticias del canal Caracol. En el mundo de la comunicación se vuelve todo tan común y los errores pasan por alto que poco se encargan de estudiar el fenómeno de las falsas noticias con poca preocupación por que es el pan de cada día, alimentando así la desinformación.6.3

Llegados a este momento, se utilizarán dos instrumentos dentro de la investigación, de manera cuantitativa y cualitativa.

En un primer tiempo se realizará una encuesta que tendrá distintas preguntas, principalmente enfocada en temas que pueden dominar los estudiantes de comunicación social, esta tendrá preguntas más teóricas, que den respuesta a los elementos periodísticos y comunicativos que generen credibilidad en una noticia política o si bien, no la generen.

En segundo lugar, se realizará una entrevista estructurada y grabada, que ayudará a responder la pregunta de investigación y continuando con cada uno de los objetivos. Seguido a esto con las respuestas se logrará conocer la opinión de los estudiantes y el consumo de las noticias políticas.

El análisis que se realizará permitirá visualizar de mejor forma cuáles son los instrumentos que la universidad utiliza para establecer la veracidad de una noticia política desde el programa de comunicación social y como se puede aportar en un futuro a otras facultades, rescatando así lo enseñado como Comunicadores Sociales.

6.3 Instrumentos

6.3.1 Encuesta

Este instrumento se utiliza desde la investigación cualitativa con un enfoque deductivo ya que permite desde ella (Solís, Investigalia, 2019) “Metodológicamente, el enfoque cuantitativo de **investigación** se caracteriza por privilegiar la lógica empírico-deductiva, a partir de procedimientos rigurosos, métodos experimentales y el uso de técnicas de recolección de datos estadísticos.”

Es por este motivo que se eligió la Encuesta como instrumento en nuestra investigación, porque gracias a preguntas cerradas y abiertas nos permitirá determinar el consumo de noticias de Canal Caracol en un grupo de Millennials y así mismo, identificar los elementos periodísticos y comunicativos que le generan credibilidad, o no, a las noticias políticas del Canal Caracol, en un grupo de Millennials, 2021 A, por medio de preguntas que expresen las herramientas o técnicas que los estudiantes de Comunicación Social debieran conocer, y la frecuencia de usos de ellas.

Estructura de la Encuesta 1.

El motivo de la encuesta es conocer el consumo de noticias del canal Caracol de la generación Millennials, la encuesta se hará por Google Forms (formularios de Google) y constará de preguntas en su mayoría cerradas y algunas mixtas para complementar.

1. Nombre Completo
2. Correo Institucional
3. Año de nacimiento
4. Edad
5. Medio de comunicación con mayor uso:
 - Televisión
 - Radio
 - Periódico
 - Redes sociales
 - Otro _____
6. ¿Con que fin usa los medios de comunicación?
 - Entretenimiento
 - Información
 - Trabajo
 - Descubrimiento
7. ¿Consume noticias en televisión?
 - Si

- No ¿Por qué?

8. ¿En qué horario prefiere ver las noticias?

- 5:30 a.m.
- 12:30 p.m.
- 7:00 p.m.
- 11:00 p.m.

9. ¿Cuál de estos programas prefiere para ver sección de noticias?

- Caracol
- RCN
- Otro _____

10. ¿Qué sección prefieres del canal caracol?

- Entretenimiento
- Política
- Deporte
- Otro _____

11. ¿Qué tan verídicas crees que son las noticias políticas en el canal caracol?

- Mucho
- Poco

ENCUESTA 2

Esta encuesta es especialmente para identificar los elementos periodísticos y/o comunicativos que se pueden implementar como comunicadores sociales para identificar una noticia y así mismo para generar una noticia verídica.

1. Nombre
2. Correo
3. Edad
4. Año de nacimiento
5. Programa
 - Comunicación Social
 - Producción Transmedia
 - Trabajo Social
 - Publicidad
6. ¿Qué tipo de medio de comunicación consume?
 - Televisión
 - Radio
 - Periódico
 - Redes sociales

7. ¿Cuáles de las secciones es de su preferencia?

- Política
- Entretenimiento
- Deporte
- Educación
- Otro_____

8. ¿Te queda fácil identificar cuando una noticia no es verídica?

- Si
- No

9. ¿Qué técnicas utilizas para identificar si una noticia es real o no?

- Consultar fuentes escritas
- Consultar fuentes digitales
- No consultar
- Preguntar a más personas

10. ¿Para identificar si una noticia es verídica que elemento periodístico conoce y/o utiliza?

- Titulares
- Imágenes
- Cuerpo o desarrollo

- Entrada o Lead
11. Cuando ves una noticia de enfoque político ¿la confirmas o no?
- Artículos de opinión
 - Otros medios (periódicos, radio)
 - Noticias virales en redes sociales
12. ¿Cuántas noticias falsas ha descubierto en las noticias del canal caracol?
- Más de 5
 - Más de 20
 - Más de 30
 - Ninguna
13. ¿Cómo se entera que una noticia es falsa?

6.3.2 Entrevista

(Solís, Investigalia, 2020) “la entrevista en la investigación cualitativa es una técnica para la recolección de información y datos, la cual es realizada a partir de una conversación cuyas orientaciones responden a propósitos concretos del estudio.”

En nuestra investigación sirve para además de la encuesta completar los resultados de los dos objetivos específicos para responder la pregunta de investigación como lo son identificar los elementos periodísticos y comunicativos que le generan credibilidad, o no, a las noticias políticas del Canal Caracol, en un grupo de Millennials, 2021 A y establecer la verosimilitud que le genera al grupo de Millennials el manejo de las noticias políticas del Canal Caracol. Por medio del instrumento bien estructurado se pueden hacer preguntas donde se pueda analizar de acuerdo a las respuestas de los Millennials las herramientas comunicativas que tienen para identificar si una noticia es real o no y complementar lo contestado en las encuestas.

Estructura de entrevista estructurada

Se reúnen un grupo de Millennials para hacer preguntas relacionadas con la carrera de Comunicación social.

Con esta entrevista se quiere complementar la información sobre el consumo de noticias del canal caracol y como los Millennials de la facultad identifican elementos periodísticos y comunicativos para verificar si una noticia es real o no.

1. Nombre
2. Semestre
3. ¿Conoce que es una Fake News?
4. ¿Qué noticiero ve constantemente?
5. ¿Qué sección le gusta ver más?
6. ¿Qué piensa de los temas políticos mencionados en los noticieros?

7. ¿Desde su rol de comunicador que elementos periodísticos y/o comunicativos utiliza para verificar una noticia?
8. ¿Qué fuentes utiliza normalmente para verificar una noticia del canal caracol?
9. ¿Qué tan creíble es para usted el noticiero del canal caracol?
10. ¿Desde su rol como estudiante de comunicación social que elementos periodísticos puede analizar que utilizan para que la noticia sea creíble en el noticiero del canal caracol?

6.4 Muestra

Se tienen tres grupos poblacionales del Colegio: Estudiantes de la Facultad de Comunicación social y publicidad de la universidad Santiago de Cali, estudiantes del programa Comunicación Social, estudiantes de la Generación Millennials, con el propósito de seleccionar solo una muestra de estudio se tuvieron en cuenta dos criterios que aparecen a continuación, 33 Estudiantes de la Universidad Santiago de Cali entre los cuales se encuentran la generación Millennials, y 5 Entrevistas a estudiantes de la Universidad Santiago de Cali de la facultad de Comunicación Social y periodismo; De esta manera se logró evidenciar el manejo y las opiniones de estudiantes de la generación Millennials en el ámbito de las noticias falsas de canales como Caracol y así mismo revisar las herramientas que se están enseñando para la identificación de noticias falsas en el programa de Comunicación Social.

6.5 Fases

Fase 1: Para conocer el consumo de las noticias políticas, en estudiantes de la facultad de comunicación, en el programa comunicación social de la universidad Santiago de Cali, se emplearán las siguientes actividades:

- Se realizará un trabajo de campo, que será una encuesta que proporcione dicha información, sobre si consume noticias políticas, con que regularidad lo hace y si consulta en varias fuentes.

Fase 2: Para identificar los elementos periodísticos y comunicativos que generen credibilidad en las noticias políticas, se hará lo siguiente:

- Se realizará una entrevista a los estudiantes seleccionados, para preguntar sobre los elementos de credibilidad y se explicaran.
- Seguido, se les hará una encuesta a las personas seleccionadas, en donde dicha encuesta estarán algunas preguntas en relación a la entrevista anterior y de esta manera evaluar el proceso en esta área.

Fase 3: Para establecer la verosimilitud que le genera al grupo de Millennials el manejo de las noticias políticas en el canal caracol se realizara el siguiente procedimiento

- Conocer la estructura del canal caracol a la hora de presentar dichas noticias, resaltando la importancia de cada una de ellas.
- Posteriormente, se hará una entrevista a los seleccionados, donde se le preguntara si creen que el orden de cada noticia tiene un peso importante sobre los consumidores de noticias políticas.

7. Hallazgos de la Investigación

En esta investigación se tuvieron en cuenta varios aspectos entre ellos las tres fases y la metodología, a continuación, se presenta el análisis de los resultados obtenidos en cada uno de los objetivos específicos.

La investigación se realizó en principio para identificar la opinión de un grupo de millennials estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Santiago de Cali, sobre la verosimilitud de las noticias políticas del Canal Caracol y poder así en un futuro formar Comunicadores Sociales íntegros que pueda ver una noticia y evidenciar si son falsas o verdaderas y también brindar contenido de calidad.

Es evidente que para los estudiante de la Universidad Santiago de Cali es de vital importancia conocer herramientas para identificar una noticia falsa, hablando de todas las carreras universitarias por ejemplo en el área de salud les gusta estar bastante informados sobre noticias de salud, los abogados de política, entre otras profesiones, pero es bastante la frustración cuando las noticias no son de calidad o generan pánico en las personas, como se mencionaba anteriormente una gran evidencia de esto fueron las miles de noticias sobre el COVID 19 que salieron y que creaban pánico e incertidumbre a los ciudadanos.

Las encuestas y entrevistas se realizaron de forma individual, algunas fueron de manera anónima pero igual con respuestas muy objetivas, para poder realizar las encuestas cada uno de los universitarios firmaron el consentimiento donde nos autoriza el manejo de la información.

Un dato importante para la investigación era el rango de edad que fue entre los 17 a los 35 años; un 65% de las personas que respondieron son de género femenino y un 35% son hombres, de los cuales estudian Comunicación Social el 82% y apenas dos son de trabajo

social, por lo que hace más efectiva la investigación ya que se acerca más al área de estudio de los encuestados.

Otro de los puntos importantes de la investigación es que el 65% de los encuestados estudian de noche o en ambas jornadas por lo tanto tienes disponibilidad de conocer las noticias del medio día del canal caracol tv.

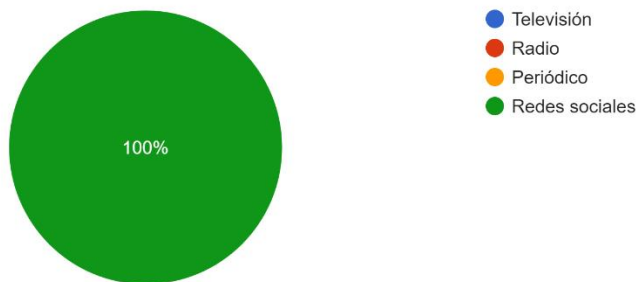
Para el objetivo 1 se realizaron las siguientes preguntas y se analizaron los siguientes resultados:

a. Determinar el consumo de noticias de Canal Caracol en un grupo de Millennials; los hallazgos fueron:

De la encuesta 1.

- Medio de comunicación con mayor uso

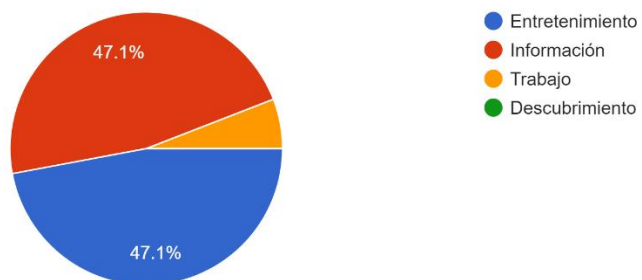
Medio de comunicación con mayor uso:
17 respuestas



- ¿Con qué fin usa los medios de comunicación?

¿Con qué fin usa los medios de comunicación?

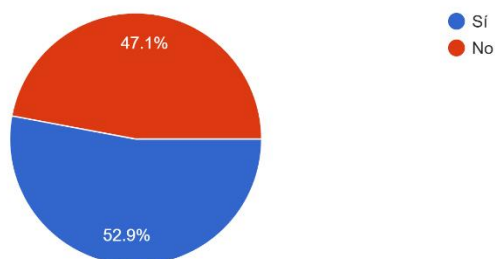
17 respuestas



- ¿Consume noticias en televisión?

¿Consume noticias en televisión?

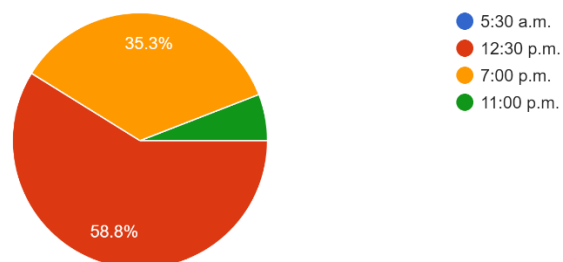
17 respuestas



- ¿En qué horario consume noticias en televisión?

¿En que horario consume noticias en televisión?

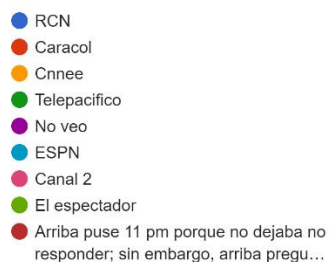
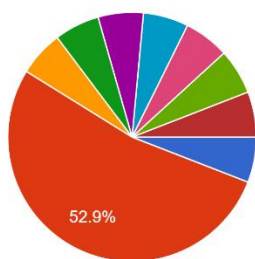
17 respuestas



- ¿Cuál de estos programas prefiere para ver sección de noticias?

¿Cuál de estos programa prefiere para ver sección de noticias?

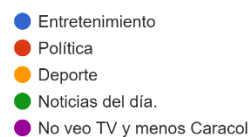
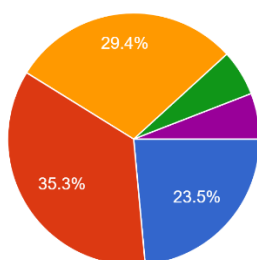
17 respuestas



- ¿Qué sección prefieres del noticiero de Canal Caracol?

¿Qué sección prefieres del noticiero de Canal Caracol?

17 respuestas

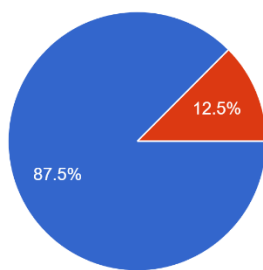


De la entrevista 2.

- ¿Se te es fácil identificar cuando una noticia no es verídica?

¿Se te es fácil identificar cuando una noticia no es verídica?

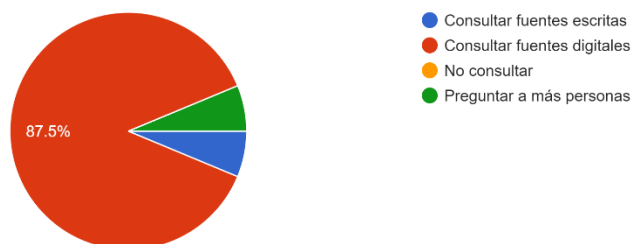
16 respuestas



- ¿Como sueles identificar una noticia es verídica?

¿Como sueles identificar una noticia es verídica?

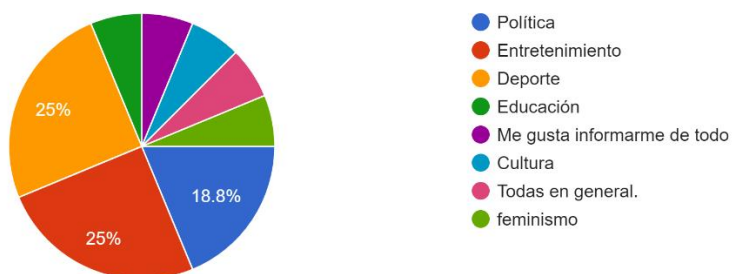
16 respuestas



- ¿Qué sección le gusta ver más?

¿Cuáles de las secciones son de su preferencia?

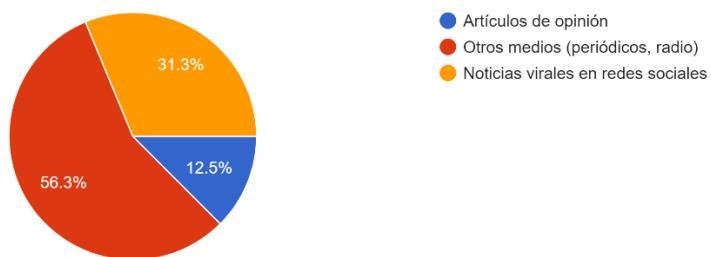
16 respuestas



- Cuando ves una noticia de enfoque político ¿La confirmas? ¿Dónde las confirmas?

Cuando ves una noticia de enfoque político ¿La confirmas? ¿Donde las confirmas?

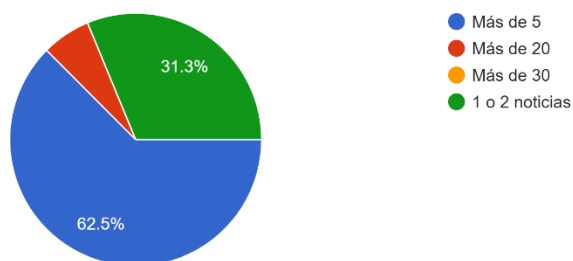
16 respuestas



- ¿Cuántas noticias falsas ha descubierto en las noticias del Canal Caracol?

¿Cuántas noticias falsas ha descubierto en las noticias del Canal Caracol?

16 respuestas



De acuerdo a lo anterior, este objetivo se analiza desde que los estudiantes por ser universitario del programa de Comunicación social, conocen términos como fake news o noticias falsas y así mismo conocen los medios de comunicación donde se puede presentar muchas noticias falsas y entendiendo que como comunicadores se debe de estar actualizados en temas y que una manera de actualizarse es ver noticieros.

Es por esto que a la pregunta de dónde ven las noticias y que consumen, el 100% de los estudiantes responde que en Redes Sociales, por lo tanto, se evidencia que ya no consumen los medios tradicionales como radio, televisor, libros si no que la fuente principal son

las redes sociales , sin embargo a la pregunta que canal ven más a la hora de enterarse de una noticia la respuesta del 59% de los encuestados es el canal caracol y el 30% consume noticias de política.

Seguido a esto, realizando un análisis detallado y en conclusión de cada una de las preguntas para el objetivo No1, tanto de los entrevistado y encuestados podemos evidenciar que los estudiantes de comunicación Social no consumen medios tradicionales, medios que son fuente de información y que como comunicadores deberíamos analizar más de seguido para saber el contenido de calidad que nos brindan. Los universitarios prefieren redes sociales que pueden ser manipuladas por muchas personas antes de llegar a un receptor.

b. Identificar los elementos periodísticos y comunicativos que le generan credibilidad, o no, a las noticias políticas del Canal Caracol, en un grupo de millennials, 2021 A:

Muchas de las preguntas anteriormente mencionadas sirvieron también para este objetivo adicional a las preguntas como:

Encuesta 2:

- ¿Cuáles de las secciones son de su preferencia?
- ¿Se te es fácil identificar cuando una noticia no es verídica?
- ¿Como sueles identificar una noticia es verídica?
- ¿Para identificar si una noticia es verídica que elemento periodístico conoce utiliza?
- ¿Cómo se entera que una noticia es falsa?

ENTREVISTA

- ¿Desde su rol de comunicador que elementos periodísticos y/o comunicativos utiliza para verificar una noticia?

- ¿Qué fuentes utiliza normalmente para verificar una noticia del canal caracol?
- ¿Desde su rol como estudiante de comunicación social que elementos

periodísticos puede analizar que utilizan para que la noticia sea creíble en el noticiero del canal caracol?

Después de analizar el consumo de noticias especialmente en el canal caracol de la generación Millennials especialmente de estudiantes de la Universidad Santiago de Cali y teniendo en cuenta que el programa de Comunicación Social es acreditado en alta calidad, y que la mayoría de los encuestados pertenecen a este programa es importante que herramientas utilizan para identificar noticias falsas.

El mayor porcentaje del por qué consumen redes sociales y televisión es entretenimiento, deporte y noticias este último teniendo un porcentaje de 18.8%, lo positivo es que dicho lo anterior verificamos que el 87.5% se le es fácil identificar noticias falsas, teniendo un poco de lógica a la anterior pregunta que ayudo con el objetivo 1, de que medio utilizaban más que la respuesta fue redes sociales, pues los encuestados confirman que para identificar si una noticias es verídica utilizan fuentes digitales, solo un 6.3% consulta fuentes escritas o preguntan a más personas

De acuerdo a lo anterior uno de los elementos que el 81.3% de los encuestados utiliza es leer el cuerpo y desarrollo para así profundizar en el tema, el otro 12.3% se informa por medio de entrada o lead y un pequeño porcentaje por titulares, o que hace que se tenga mayor profundidad sobre temas y menos preocupación por noticias falsas.

A pesar de que muchos utilizan fuentes digitales, cuando se habla de noticias políticas el 56.3% de los encuestados prefieren consultas una segunda fuente en medio tradicionales,

aunque hay un 31.3% que prefiere artículos de opinión por un acercamiento más personal con las historias.

En conclusión cada vez más son los comunicadores que ese esfuerzan por brindar contenido de calidad pero aún hay noticias mal redactas o con poca información o con diferencias en datos que permiten facilitar que los estudiantes de la universidad puedan utilizar sus herramientas periodísticas (fuentes, contenido, imágenes, datos citación de autores, entre otras) para identificar las noticias falsas, y aunque la comunicación se ve en medios tradicionales, la mayoría de los estudiantes prefieren las redes sociales ya que un celular es algo que se tiene a la mano y puede tomar noticias de primera hora, pueden ser gravadas en el momento sin edición alguna, por lives, o por audios.

c. Establecer la verosimilitud que le genera al grupo de Millennials el manejo de las noticias políticas del Canal Caracol.

Para este objetivo final lo que se hizo fue preguntas de la segunda encuesta y de la entrevista.

Encuesta 1.

- ¿Qué tan verídicas crees que son las noticias políticas en el canal caracol?
- ¿Cuál de estos programas prefiere para ver sección de noticias?

Encuesta 2

- ¿Cuántas noticias falsas ha descubierto en las noticias del Canal Caracol?
- Cuando ves una noticia de enfoque político ¿La confirmas? ¿Dónde las confirmas?

Entrevista

- ¿Qué tan creíble es para usted el noticiero del canal caracol?

Para finalizar con este objetivo se llegó a la conclusión que los estudiantes no creen en las noticias como tal del medio, han perdido mucha credibilidad tanto en temas políticos como en otros temas, sin embargo, como lo mencionaba anteriormente, en sesión de noticias según los encuestados el 52.9% prefieren Caracol, aunque el 76.5% creen que las noticias políticas del canal caracol son poco verídicas. (los resultados se pueden ver en los anexos del 1 al 5)

Esto se da gracias a que en la pregunta de cuantas noticias falsa ha logrado encontrar en el canal caracol el 62.5% contestan que más de 5 noticias por lo tanto son muchas las noticias que no han podido ser verificadas o que son falsas de este medio.

8. Conclusiones y recomendaciones

8.1 Conclusión.

En conclusión la investigación se realiza con el propósito de incentivar a las personas que son consumidores de medios de comunicación a que logren identificar claramente las políticas de fake news con el fin de que cada vez la desinformación sea menos y poder estar bien informados de fuentes reales y certeras y así tomar decisiones que beneficien, de esta manera motivar a los jóvenes de la comunidad santiaguina especialmente al programa de comunicación social para que no dejen los medios de comunicación tradicionales y que se envuelvan en temas políticos, ya que los jóvenes son el futuro de la sociedad.

Es evidente que para los estudiantes de la Universidad Santiago de Cali es de vital importancia conocer herramientas para identificar una noticia falsa, hablando de todas las

carreras universitarias por ejemplo en el área de salud les gusta estar bastante informados sobre noticias de salud, los abogados de política, entre otras profesiones, pero es bastante la frustración cuando las noticias no son de calidad o generan pánico en las personas, como se mencionaba anteriormente una gran evidencia de esto fueron las millas de noticias sobre el COVID 19 que salieron y que crearon pánico e incertidumbre a los ciudadanos. Es por esto que a la pregunta de dónde ven las noticias y que consumen, el 100% de los estudiantes responde que en Redes Sociales, por lo tanto, se evidencia que ya no consumen los medios tradicionales como radio, televisor, libros si no que la fuente principal son las redes sociales , sin embargo a la pregunta que canal ven más a la hora de enterarse de una noticia la respuesta del 59% de los encuestados es el canal caracol y el 30% consume noticias de política. En conclusión cada vez más son los comunicadores que ese esfuerzan por brindar contenido de calidad pero aún hay noticias mal redactadas o con poca información o con diferencias en datos que permiten facilitar que los estudiantes de la universidad puedan utilizar sus herramientas periodísticas (fuentes, contenido, imágenes, datos citación de autores, entre otras) para identificar las noticias falsas, y aunque la comunicación se ve en medios tradicionales, la mayoría de los estudiantes prefieren las redes sociales ya que un celular es algo que se tiene a la mano y puede tomar noticias de primera fuente.

8.2 Recomendación

Se recomienda para conocer mejor las opinión de los estudiantes de la generación Millennials sobre la verosimilitud de las noticias de canales como caracol, poner más actividades que requieren volver a los medios tradicionales y así poder con las herramientas aprendidas en la universidad evidenciar las noticias falsas y hacer más contenido de calidad cuando ya estén ejerciendo, así mismo lograr que otras facultades puedan llegar a estas herramientas comunicativas con el fin de conocer mejor la veracidad de las noticias y poder utilizar al momento de crear una noticias otras facultades como fuente de información.

Aunque las redes sociales y los celulares brinden una información más rápida se debe pensar también como comunicadores de entregar información de calidad con contenido que sea digno de un comunicador sin necesidad de ser amarillistas, si con fuentes de información, con estadísticas, con cifras reales, y con datos verificables.

9. Cronograma

10. Anexos

- **ANEXO No. 1:** Gráficas con respuestas de las 17 encuestas. (Chavez, Google forms, 2022)
- **ANEXO No. 2:** Link de los audios de las 5 entrevistas. (Chavez, Google Forms, 2022)
- **ANEXO No. 3:** Tabla en Excel con las respuestas de las 16 encuestas de forma detallada. (Chavez, Drive, 2022)
- **ANEXO NO. 4:** Tabla en Excel con las respuestas de las 17 encuestas de forma detallada. (Chavez, Drive, 2022)
- **ANEXO NO. 5:** Gráficas con respuestas de las 16 encuestas. (Chavez.Munera, 2022)

11. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICA

Suarez, J. A. (2019). Fake News: desmontando la objetividad. 9.

Unidas, N. (19 de abril de 2020). *NOTICIAS FALSAS Y DESINFORMACIÓN, OTRA PANDEMIA DEL CORONAVIRUS*. Obtenido de NOTICIAS FALSAS Y DESINFORMACIÓN, OTRA PANDEMIA DEL CORONAVIRUS: <https://nacionesunidas.org.co/onu-internacional/noticias-falsas-y-desinformacion-otra-pandemia-del-coronavirus/>

Martinez, R. (2020). *¿Creémos en todo? Iceberg Digital*.

Florez. (2020). *La infodemia se le suma al COVID-19* .

Quintero. (2018). *Usos Periodísticos de las Redes Sociales*. Universidad Autonoma de Occidente Cali.

Prado. (2019). *Natural Language Processing*. Universidad Santiago de Cali.

Garcia. (2019). *Análisis de las formas de interacción entre los seguidores de la página de Facebook "Que pasa en Cali Ve"*. Facultad de Comunicacion y Ciencias Sociales de la Universidad Autonoma de Occidente de Cali.

Hernandez, S. R. (2019). *La batalla contra las noticias falsas*. Universidad Javeriana .

Benítez, L. J., et al. (2019). *La influencia de las noticias falsas en la opinión pública: un análisis desde Twitter y Vanguardia*. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.12749/7000>.

Salas, R. M., et al. (2019). *El papel de las plataformas digitales y los verificadores de información en la difusión de fake news*. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.12010/7895>.

García Ardila, G. B. (2018). *"Fakenews.La pedagogia como herramientas para evadir la trampa de los medios"*.

Buitrago, J. D. (2020). *El poder de la fake news*. Cooperacion Universitaria Uniminuto.

Pavía, A. (2019). *El problema: "fake newss, la solucion: blockchain*. Universidad Oberta de Catalunya.

Baidez, J. E. (2018). *Evolucion y ambitos de las fakenews*. Universidad Complutense en Madrid.

Tapia. (2020). *Las fakenews y el impacto social y nuevos desafios para el servicio de informacion*. Peru: Universidad Nacional Mayor de San Marcos .

Minguez, V. (2020). *Las fakenews en tiempos de COVID-19* . Universidad Politecnica de Valencia .

Galindo, E. C. (2018). *Noticias Falseadas desde la politica y periodista*. Sevilla: Universidad Sevilla.

Gutierrez. (2018). *Definicion Fake News*.

Torres, R. y. (2018). *Caracterisiticas de Fake News*.

BBVA. (s.f.). *Generacio Millennials*. Obtenido de <https://www.bbva.com/es/quienes-millennials-generacion-unica/>

Jimenez. (2012). *Estudio del caso*.

Stake. (2005). *Concepto estudio del caso*.

Solís, L. D. (21 de mayo de 2019). *Investigalia*. Obtenido de Investigalia: <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-cuantitativo-de-investigacion/>

Solís, L. D. (4 de Febrero de 2020). *Investigalia*. Obtenido de Investigalia: <https://investigaliacr.com/investigacion/la-entrevista-en-la-investigacion-cualitativa/#:~:text=La%20entrevista%20en%20la%20investigaci%C3%B3n%20cualitativa%20e>

s%20una%20t%C3%A9cnica%20para,a%20prop%C3%B3sitos%20concretos%20del%20estudio.&text=La%20entrev

Chavez, M. (Septiembre de 2022). *Google Forms*. Obtenido de Google Forms:
<https://drive.google.com/drive/folders/1cNEcPhYnxJ4kzpFTtN7DBQAdkQVPyHAB>

Chavez, M. (agosto de 2022). *Google forms*. (U. S. Cali, Productor) Obtenido de Google forms:
<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScnyPhaWBY8vQJPRStvWHkevVgRK8LRkrYmU4-SQor13nUTA/viewform?usp=sharing>.

Chavez.Munera. (Octubre de 2022). *Google Forms*. Obtenido de Google Forms:
<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScussVRETVq0cYpyopkv66Jdlu9OmKgex0b1NeCUibYAFwHdQ/viewform?usp=sharing>.

Chavez, M. (2022). *Drive*. Obtenido de Drive:
<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1KS5zmyG0bmhC7D0zbzoDKW2S8cYq4wIFMvLLuHoDua0/edit?resourcekey#gid=738812814>

Chavez, M. (2022). *Drive*. Obtenido de Drive:
https://docs.google.com/spreadsheets/d/11FlvE17bYBF2RtM41_vjMayVXXrJso-3yrVCY2UlnBc/edit?resourcekey#gid=1492362381

Pulido, M. S. (2021). *Redes sociales y relaciones digitales, una comunicación que supera el cara a cara*,. Revista internacional de pedagogía e innovación educativa.

Villaverde, C. (2019). Comunicación bidireccional. *INBOUND CYCLE*,
<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/comunicacion-bidireccional-que-es-y-como-conseguirla-en-redes-sociales>.