

**ANÁLISIS DEL EFECTO PERSUASIVO Y COMUNICATIVO DE LA  
INFORMACIÓN DIVULGADA Y REPLICADA SOBRE LA VACUNACIÓN  
CONTRA EL COVID 19 EN LA RED SOCIAL FACEBOOK, SOBRE 3 NICHOS  
DIFERENCIADOS CON RANGO ETARIO EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE  
CALI. CASO: BARRIO ANDRÉS SANÍN DE SANTIAGO DE CALI, PERIODO  
2022-1**

**JOHAN STEVEN DÍAZ SOLÍS**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LÚMEN GENTIUM  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS  
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL- PERIODISMO  
SANTIAGO DE CALI  
2022**

**ANÁLISIS DEL EFECTO PERSUASIVO Y COMUNICATIVO DE LA  
INFORMACIÓN DIVULGADA Y REPLICADA SOBRE LA VACUNACIÓN  
CONTRA EL COVID 19 EN LA RED SOCIAL FACEBOOK, SOBRE 3 NICHOS  
DIFERENCIADOS CON RANGO ETARIO EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE  
CALI. CASO: BARRIO ANDRÉS SANÍN DE SANTIAGO DE CALI, PERIODO  
2022-1**

**JOHAN STEVEN DÍAZ SOLÍS**

**Proyecto de grado para optar al título de  
Comunicador Social-Periodista**

**Director  
JOHANA ISABEL ESQUIVEL JÁCOME**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LÚMEN GENTIUM  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS  
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL- PERIODISMO  
SANTIAGO DE CALI  
2022**

**Nota de aceptación:**

**Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Fundación universitaria católica Lumen Gentium para optar al título de Comunicador Social-Periodista**

---

**Jurado**

---

**Jurado**

**Santiago de Cali, Julio de 2022**

## CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN	8
ABSTRACT	11
INTRODUCCIÓN	12
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	14
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.2. FORMULACIÓN DE PREGUNTA PROBLEMA	17
1.3. SISTEMATIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	17
2. JUSTIFICACIÓN	18
3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	20
3.1. OBJETIVO GENERAL	20
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	20
4. MARCO DE REFERENCIA	21
4.1. ANTECEDENTES	21
4.2. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	23
4.2.1.Comunicación	23
4.2.2.Medios masivos	25
4.2.3.Opinión pública	26
4.2.4.Información	27
4.2.5.Redes sociales	28
4.3. MARCO CONTEXTUAL	30
5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	33
5.1. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN	33

<b>5.2. DISEÑO DEL ESTUDIO</b>	<b>34</b>
5.2.1.Trabajo de campo}	34
5.2.2.Organización de datos	34
5.2.2.1Sistematización	34
5.2.2.2.Categorización	35
5.2.3.Conclusiones	35
5.2.3.1Hallazgos	35
5.2.3.2.Interpretación y conclusión	35
<b>5.3.SUJETOS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN</b>	<b>35</b>
<b>5.4. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN</b>	<b>36</b>
<b>5.5. CATEGORÍAS DE ANÁLISIS</b>	<b>36</b>
<b>6. RECURSOS</b>	<b>37</b>
6.1. TALENTO HUMANO	35
6.2. RECURSOS MATERIALES	37
6.3. PRESUPUESTOS	37
<b>7. CRONOGRAMA DE TRABAJO</b>	<b>38</b>
<b>8. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>39</b>
<b>8.1. CAPÍTULO 1 ACEPTACIÓN Y LEGITIMACIÓN DE INFORMACIÓN DIVULGADA Y REPLICADA EN FACEBOOK</b>	<b>39</b>
8.1.1.Rango de edad: joven (18-25 años de edad)	40
8.1.2.Rango de edad: Adulto (26-40 años de edad)	42
8.1.3.Rango de edad: adulto mayor (60 años en adelante)	43
<b>8.2. CAPITULO 2: ELEMENTOS DIFERENCIALES DENTRO DE LOS PROCESOS DE LEGITIMACIÓN DE LA INFORMACIÓN</b>	<b>48</b>

<b>8.3. CAPÍTULO 3: EFECTO PERSUASIVO Y COMUNICATIVO QUE SE GENERA DESDE LOS PROCESOS DE DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN</b>	<b>53</b>
<b>9. HALLAZGOS</b>	<b>59</b>
<b>10. CONCLUSIONES</b>	<b>60</b>
<b>11. RECOMENDACIONES</b>	<b>62</b>
<b>REFERENCIAS</b>	<b>63</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>66</b>

## LISTA DE FIGURAS

	Pág.
<b>Figura 1. Mensaje alarmante, tomado del grupo No a la vacuna de Facebook</b>	<b>39</b>
<b>Figura 2. Información sobre la variante Delta</b>	<b>49</b>
<b>Figura 3. Invitación a no vacunar a los niños</b>	<b>52</b>
<b>Figura 4. Representación aristotélica adaptada a redes (creación propia)</b>	<b>54</b>
<b>Figura 5. Niveles de influencia</b>	<b>56</b>

## LISTA DE TABLAS

	Pág.
<b>Tabla 1. Presupuestos del proyecto.</b>	<b>37</b>
<b>Tabla 2. Cronograma de actividades</b>	<b>38</b>

## LISTA DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
<b>Anexo A. Formato para llevar a cabo las entrevistas</b>	<b>66</b>
<b>Anexo B. Fotos entrevistados</b>	<b>69</b>

## RESUMEN

La situación sanitaria que actualmente se vive alrededor de todo el mundo ha llevado a que por medio de las redes sociales se comparta contenido concerniente a las opiniones sobre el virus Covid-19 y sus respectivas vacunas, cambiando las posturas y la conducta de las personas que en parte podrían poner en riesgo su salud al creer en todo lo que ven en las redes, específicamente la red social Facebook, así que, Por medio de una investigación cualitativa guiada mediante la observación de contenido en redes y entrevistas a profesionales en el área de la comunicación, la salud y las tecnologías de la información se pretendió dar explicaciones a las entrevistas realizadas a algunas personas de la población del barrio Andrés Sanín, para encontrar el efecto persuasivo y comunicativo que genera la información divulgada y replicada en la plataforma Facebook.

**Palabras clave:** Comunicación, Covid-19, redes sociales, información, opinión pública y medios.

## ABSTRACT

The health situation that is currently being experienced around the world has led to content being uploaded through social networks regarding opinions about the Covid-19 virus and its respective vaccines, changing the postures and behavior of the people who in part, they could put their health at risk by believing what they see on social networks, specifically the social network Facebook. Through a qualitative research guided by the observation of content on networks and interviews with professionals in the area of communication, health and information technology, it was intended to explain the interviews carried out with some people of the population of the Andrés Sanín neighborhood, to find the persuasive and communicative effect generated by the information disclosed and replicated on the Facebook platform.

**Keywords:** Communication, Covid-19, social networks, information, public opinion and the media.

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad la tecnología es parte esencial de los hogares, es difícil imaginar un mundo sin la tecnología que se tiene hoy en día, pues la facilidad de hacer todo ahora está en la palma de la mano o a solo un clic de distancia.

En segundo lugar, con la aparición de las redes sociales se ha facilitado la comunicación y la reproducción de información a nivel global, haciendo que las personas se enteren fácilmente de lo que pasa al otro lado del globo en cuestión de segundos de ser publicado algo.

Asimismo, a partir del 2019 la vida de toda la humanidad cambió radicalmente a causa de una pandemia llamada Covid-19 que llevó a las personas a poner su atención en los medios digitales y redes sociales.

Por lo tanto, este proyecto buscó analizar desde el campo de la comunicación social, la cualidad de la red social Facebook en la responsabilidad que ha tenido la plataforma en el cambio de la percepción sobre la pandemia, y cómo a través de la información que se comparte aquí ha contribuido de manera positiva o negativa en el plan de vacunación contra el Covid de la comunidad de Andrés Sanín Cali.

Por otra parte, la manera de compartir información ha cambiado a lo largo de la historia y ha circulado por diferentes medios, pasando del periódico a la radio, luego a la tv y por último con la llegada del internet se ha propiciado que cualquiera pueda tener acceso a la información, además, que cualquiera pueda generarla.

Actualmente, la información se ha convertido en un derecho ligado a la libertad de expresión que posee cualquier colombiano, derecho respaldado por la constitución colombiana en su artículo 20, este proyecto buscó tratar temas ligados a dicha libertad, y determinar en qué momento se pasa de informar a (des)informar, y cómo esta (des)información es difícil de erradicar ya que puede ir ligado a la censura, término que chocaría con el derecho antes mencionado.

Como se afirmará luego, las redes sociales no son sólo el escenario, sino un nuevo agente y un nuevo medio para tener en cuenta en el mapa de la comunicación que despunta con gran fuerza generadora de opinión y tendencias. Este tema se decide abordar debido al exceso de información circulante en las redes sociales donde gran parte de lo que se comparte pueden ser los famosos “fake news” (noticias falsas) que se han convertido en un gran problema actual debido a la cualidad viral que

tienen estos en el medio, lo que podría marcar un gran desinterés en los usuarios de verificar la información que comparten, esto ha llevado a usuarios más conscientes a la creación de check news con el fin de combatir este fenómeno.

No obstante, se pretendió investigar la información compartida a través de los grupos sociales de Facebook dedicados a: compartir información sobre la pandemia y la vacunación; canales que se encargan de verificar o desmentir la información compartida como por ejemplo Colombia check. Lo anterior con el fin de determinar cuál es la intención con que se comparte esta información, qué público suele creer más en este tipo de información, y qué consecuencias a nivel social puede llegar a tener. Por lo anteriormente mencionado la metodología que se llevará a cabo será totalmente cualitativa, ya que se centrará en conocer cómo es el comportamiento en redes sociales y como aquello que se ve constantemente, podría modificar la forma de ver la realidad de la actualidad.

# 1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

## 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las nociones de verdad y mentira como valores del Periodismo se están viendo afectadas a consecuencia del impacto de las nuevas tecnologías, ya que establecen la instantaneidad como ritmo normal de la información y cualifican el rumor y las noticias no verificadas como un valor lógico de la misma (Gonzales, 2019).

En la actualidad, el acceso masivo a la internet ha representado un gran avance a niveles informáticos pues su carácter de inmediatez ha permitido conectar al mundo y todo lo que sucede en él con solo un click de distancia. Si bien esta herramienta ha significado para la humanidad un gran avance tecnológico, para el periodismo puede representar un gran riesgo pues la información puede ser distribuida sin tener en cuenta sus cualidades éticas (presunción de inocencia, sutileza y tacto de la información, crítica, objetivo, etc.), que combinadas con la confianza de las masas en los medios de comunicación podría generar en los receptores diversos factores como desconfianza, miedo, credulidad irracional, etc. (Hernández, 2019). ¿a qué puede deberse todo esto?

Si bien hasta antes de la imprenta no se puede hablar de un periodismo como tal, pues no existía la manera de masificar información (esto sin contar con el gran porcentaje de analfabetismo antes, durante y gran tiempo después de la invención de la imprenta), la comunicación y la información siempre han estado presentes de distintas maneras, y quien controlara la información tendría ventaja sobre los demás (Hernández, 2019).

Antes de la gran invención de Gutenberg (140), se utilizaban medios para la escritura como piedras, arcilla o papiros, pero debido a la dificultad para verificar información de aquellas épocas, era complicado saber qué era cierto y qué no (Hernández, 2019).

Gutenberg (140) inventó la prensa de imprenta, herramienta que daría un giro trascendental a la historia, pues ya se podía tener una serie de transcripciones en relativamente poco tiempo, actividad que solía llevarse a mano por un escriba hasta ese momento, dicho artilugio daría el surgimiento de los primeros periódicos años más tarde, y con estos, los primeros intentos de noticias falsas registrados como lo es el caso de Pietro Aretino, quien “escribió sonetos perversos, panfletos y obras con el fin de chantajear a sus amigos y a sus jefes, diciendo que si estas personas no le daban lo que deseaba haría públicos sus textos” (Hernández, 2019).

Muchos se debaten la creación de la radio entre Tesla y Marconi (1987), pero quién lo patentó y se llevó un novel por el invento fue el segundo mencionado, dicho invento marcó una trascendencia tecnológica en el mundo, pues ahora se podía escuchar mensajes de voz a kilómetros de distancia y fue de suma importancia en las guerras por su cualidad inalámbrica de transmitir mensajes. Tiempo después en 1926 a través de la cadena británica BBC se transmitió una historia que generó pánico en quienes no sintonizaron el programa desde el principio, pues esta alegaba que Londres estaba siendo atacada por comunistas, posteriormente en 1938 ocurrió un incidente igual con una historia contada a través de radio llamada “la guerra de los mundos” contada por Orson Welles que relataba una invasión extraterrestre, generó pánico en la población estadounidense (Hernández, 2019). Estas 2 historias dan a entender la credibilidad que pueden llegar a tener las masas en los medios de comunicación.

A mediados del siglo XX, la televisión ya estaba empezando a hacerse presencia alrededor del mundo, mejorando su tecnología año tras año empezaron a surgir estaciones de emisión en cada uno de los países del globo, y poco a poco fue ganando popularidad entre las masas, llegando a convertirse en el medio favorito para información, educación y entretenimiento, en la actualidad es difícil imaginar un hogar que no tenga por lo menos un televisor en él. Este invento y su popularidad hizo que grandes compañías fijaran su atención en el medio y pautaran con los canales locales para hacerse publicidad, herramienta que fue aprovechada por los políticos que, hasta la llegada del internet, lo utilizaban como su mayor fuente de propaganda.

En la actualidad existe la creencia popular de que los medios televisivos responden a un interés político que manipula la información que se comparte a través de este medio que ha perdido parte de su función inicial (informar entretener, educar). (Ramonet, 2013).

Con la llegada del internet, la humanidad se abrió paso hacia un mundo de información ilimitada, lo que inició como un proyecto de uso militar para conectar varias computadoras y pasar información de una manera más rápida, sirvió para conectar al mundo en todas las formas de comunicación posibles, lo que abrió paso a la creación de páginas web, dio vida a los creadores de contenido llamados influencers, amplió la gama de posibilidades periodísticas y el alcance de sus receptores, etc.

La población actual cuenta con un bajo nivel de analfabetismo, a diferencia de muchos años atrás no se necesitan voceros para enterarse de cuáles son las noticias que ocurren a nuestro alrededor, pero eso no significa que todos aquellos

que acceden a la información estén bien informados, se teoriza que varios medios de comunicación comparten información dependiendo de sus intereses.

Según la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH), del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), la tasa de analfabetismo registrada el año pasado es de 5,24% lo que equivale a 1.857.000 colombianos; según el Censo Nacional Agropecuario de 2014, el 12,6% de la población de la zona rural es analfabeta. (Educación, 2018)

Por otra parte, a partir del 2019 en Wuhan-China, apareció un virus que se esparció a lo largo de todo el globo terráqueo, catalogado por la Organización Mundial de la Salud como “pandemia” que hasta la fecha del 22 de agosto del 2021 ha cobrado la vida de alrededor de 4,4 millones de personas a nivel mundial (Statista, 2021). Debido a lo inesperada que fue esta tragedia, y lo poco preparado que estaba cada país, la mayoría de gobiernos, incluido el colombiano decidió poner a la población bajo cuarentena obligatoria, logrando como resultado que plataformas digitales de información y redes sociales como Facebook tuvieran un incremento de actividad a lo largo de los últimos 2 años (Juste, 2021).

De la misma forma, con el aumento de actividad en las redes sociales, el proyecto de vacunación contra el Covid y la flexibilización de medidas preventivas por parte del gobierno colombiano, surgieron teorías conspirativas acerca del origen y el fin de la pandemia, información compartida por redes sociales que tiene como fin la no vacunación de la población, para ello utilizaban memes, audios, imágenes, fotos, grabaciones fuera de contexto, cualquier herramienta que desprestigiará el esfuerzo por parte de la comunidad médica por inmunizar a la población, lo que generó miedo y desconfianza.

Hasta la fecha del 15 de septiembre de 2021 en Colombia, que cuenta con una población de 50.34 millones de habitantes aproximadamente, se ha logrado vacunar con un esquema completo de vacunación alrededor de 15.800.000 habitantes (Ministerio de Salud y protección social, 2021).

El barrio Andrés Sanín, ubicado en el nororiente de Cali, junto a uno de los accesos de la ciudad, diagonal al nombrado “Puente de Juanchito”, posee una estratificación social tipo 2 y cuenta con todos los servicios públicos básicos además de tener varios servicios de suscripción a internet. La elección de este barrio se da debido a la cercanía con el puesto de salud de Puerto Mallarino donde se están llevando a cabo jornadas de vacunación contra el Covid 19 y es indispensable saber cómo ha tomado la población de este sector estas medidas de salud pública.

Mencionado todo lo anterior sobre la información falsa, las redes sociales, la vacunación y la confianza de las personas en los medios, se llega a la creación de la siguiente pregunta problema: ¿Cómo la información divulgada y replicada en la plataforma Facebook, tiene un efecto persuasivo en los habitantes del barrio Andrés Sanín de la ciudad de Cali ante el plan de vacunación contra el covid19?

## **1.2. FORMULACIÓN DE PREGUNTA PROBLEMA**

¿De qué forma la información divulgada y replicada en la plataforma Facebook, puede tener un efecto persuasivo y comunicativo en los habitantes del barrio Andrés Sanín de la ciudad de Cali ante el plan de vacunación contra el Covid19?

## **1.3. SISTEMATIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

- ¿Cuáles son las posibles intenciones con que se comparte información en la red social Facebook en general, sobre la vacunación contra el Covid 19?
- ¿Cómo son las creencias de la población caleña del barrio Andrés Sanín con relación a la vacunación contra el Covid 19?
- ¿Cuáles son los métodos de verificación de información y canales para comprobar la veracidad que se tiene acerca de la vacunación basados en los relatos de profesionales de la comunicación y las TIC?

## 2. JUSTIFICACIÓN

Este trabajo de grado es relevante dentro del panorama de la comunicación en redes sociales ya que analizó la manera en que la información que se comparte por la plataforma Facebook, para saber si esta puede llegar a persuadir y afectar de forma positiva y negativa las decisiones tomadas por la comunidad de Andrés Sanín ante la campaña de vacunación contra el Covid 19.

Por lo reciente que es el tema de la pandemia y a pesar de que a la fecha se han realizado varios estudios médicos que han logrado hallar vacunas para esta enfermedad, los estudios a nivel comunicacional a la fecha actual son pocos, por lo tanto, requiere ser investigado y analizado en cuanto a la información que circula por redes sociales para saber si esta afecta o no la percepción que se tiene sobre la vacunación.

Debido a que las redes sociales son el escenario principal en esta investigación, se considera que este trabajo podría llegar a ser de interés general, pues el acceso a internet y las redes sociales como Facebook cada vez es más amplio y a pesar de que es una investigación centrada en un barrio específico de Cali con una población de estudio de una edad etaria , no significa que en otros barrios, en otras ciudades y en otra población de diferente edad, este proyecto de grado pierda vigencia e interés.

Uno de los factores a tener en cuenta a desarrollar esta investigación es la de los medios como fuente principal de información y de cómo el surgimiento del hoy llamado “periodismo ciudadano” permite a la población compartir datos en cualquier momento si estos tienen las herramientas necesarias para hacerlo, y esta práctica de inmediatez sin una preparación profesional anterior, puede generar que lo compartido no tenga o no disponga de valores éticos y morales que caracterizan una buena labor periodística y un buen manejo de la información suministrada en redes, pues la falta de una formación académica puede abrir paso a la (des)información, lo que podría generar en las personas un pensamiento que puede perjudicar la visión de cómo son las cosas.

El segundo factor a tener en cuenta es el de las personas que, gracias a una labor conjunta por encontrar la verdad, han creado grupos en redes con la finalidad de investigar a fondo la veracidad de lo que se comparte en las redes, dando como resultado la credibilidad o la reputación de las fuente o grupos donde nace la información que se llega a viralizar, y es de suma importancia para este trabajo destacar la labor de las check news para garantizar una democratización de la información verídica.

El tercer factor tiene relación con uno de los objetos de estudio que, al ser de una edad avanzada, es una población en riesgo ante el problema sanitario actual, y debido a la accesibilidad de los sujetos de estudio es favorable para ser investigado, además de que este trabajo puede aportar a una parte de la comunidad la posibilidad de ayudar a estas personas de edad avanzada en un proceso de alfabetización tecnológica y mediática.

Finalmente, es pertinente analizar el impacto de la información sobre la vacunación compartida en redes debido a la influencia que esta puede llegar a generar en los habitantes del sector de Andrés Sanín. Es esencial reconocer cual es la intención, la finalidad y la forma en la que se comparte cualquier hecho, noticia, o información para prevenir que las personas caigan en información falsa o manipulada con un fin no ético que tenga como fin (des)informar o de plano poner en riesgo la integridad física de la población.

Se espera así, haber expresado claramente la importancia de realizar este trabajo donde se puede reflejar el proceso de análisis de la información compartida en redes sobre la vacunación contra el Covid 19, en cuanto a que este trabajo permitió brindar una estrategia de verificación de la información o por lo menos un acercamiento a saber identificar las famosas fake news y así poder contribuir en el área de la comunicación, además de ayudar a la comunidad caleña a dar un paso más hacia la inmunización para lograr volver a una “normalidad”.

### **3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. OBJETIVO GENERAL**

Analizar el efecto persuasivo y comunicativo de la información divulgada y replicada sobre la vacunación contra el Covid 19 en la red social Facebook, en diferentes rangos de edad en personas (joven, adulto y adulto mayor) del barrio Andrés Sanín de Santiago de Cali

#### **3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Identificar aspectos de aceptación y legitimación de información divulgada y replicada en Facebook por parte de los sujetos de estudio enmarcados dentro de los grupos seleccionados (jóvenes, adultos, adultos mayores).
- Caracterizar los elementos diferenciales dentro de los procesos de legitimación de la información, a partir de los relatos de los sujetos de estudio enmarcados dentro de los grupos seleccionados.
- Reconocer el efecto persuasivo y comunicativo que se genera desde los procesos de divulgación de información legitimada por parte de los sujetos de estudio enmarcados dentro de los grupos seleccionados.

## 4. MARCO DE REFERENCIA

### 4.1. ANTECEDENTES

En la búsqueda de antecedentes para esta investigación, se realizó una revisión de entre 8 y 10 documentos entre los cuales se seleccionaron 5 que resultan pertinentes para la realización de este proyecto, desde su temática, realización y resultados. La información hallada en dichos documentos, se tomó en cuenta con el fin de identificar referentes teóricos y metodológicos que refuercen los objetivos de la presente investigación.

En primera instancia, se revisó el documento titulado “Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información” publicado el 01 de mayo de 2019 por Marián Alonso González perteneciente a la Universidad de Sevilla, Facultad de Comunicación. Se selecciona este documento debido a que se considera cercano al tema propuesto para esta investigación en su cualidad informativa y periodística.

Este artículo publicado en la revista internacional de comunicación “Ámbitos” realiza un análisis de contenido circulante en las redes sociales con respecto a la desinformación que está presente en algunas plataformas y que afectan de manera directa el periodismo actual, llevando a acciones por parte de los ciudadanos franceses para impedir la llegada de inmigrantes.

Si bien este artículo no tiene relación con el tema de pandemia, si tiene relevancia en el factor informativo, ya que nos sirve como guía y soporte técnico basados en el argumento de Alonso Gonzales que afirma que: “en el 2022 el público occidental consumirá más noticias falsas que verdaderas y que no habrá suficiente capacidad, ni material ni tecnológica, para eliminarlas” (Gonzales, 2019, p.9).

Por lo tanto, esta información, se considera pertinente en el proceso de investigación para el manejo de información y la verificación de lo que se comparte en las plataformas digitales.

De igual manera, en la investigación se encontró el documento “**La batalla contra las noticias falsas**” trabajo de grado para optar por el título de comunicador social por el estudiante Ramos Hernández (2019) de la Universidad Javeriana de Bogotá.

En dicho documento se plasman definiciones con respecto a las Fake News y a la desinformación y contiene la apreciación de la autora donde plasma que:

“La información no se puede comprender como un factor más del sistema capitalista en el que se juega entre la oferta y la demanda, la información es una herramienta que le sirve a la sociedad para tomar decisiones”. (Hernández, 2019).

Esta investigación es relevante para este proyecto ya que pone sobre la mesa la importancia de lo que es el chequeo de la información, proporcionando datos sobre algunos facts checkings que ayudan a reducir el fenómeno de la desinformación por medio de las redes sociales y como lo dice el autor “...evidencia entonces la necesidad de crear proyectos de chequeo dentro de los medios ya existentes”.

Uno de los pocos proyectos de grado con relación a la pandemia de coronavirus (Covid-19), (pues hay que recordar que este tema es reciente por lo tanto merece ser investigado) es el de la estudiante de la Universidad Javeriana de Bogotá, Jiménez Camargo (2021), para optar al título de antropóloga y comunicadora social. titulado **“Me gusta, me asombra, me encanta, me entristece. Un estudio sobre nuestra interacción con las noticias que nos afectan en tiempos de Coronavirus.”**

Dicha investigación tiene como particularidad el análisis del discurso de los medios en su papel protagónico de informar el proceso y avance de la enfermedad en el territorio nacional, pero, con una mirada más apocalíptica generada por medio del contenido compartido por varias empresas de comunicación como Semana, RCN, Caracol, creando alarmas en el público por medio de lo que la autora llama un “discurso de pánico”.

Este documento fue considerado de gran beneficio ya que ayudará a comprender que todo lo que se publica y la forma en que se publica, genera en el público un sentimiento.

Por otra parte, en cuanto al manejo de los medios digitales y de las nuevas tendencias que dan paso a la participación ciudadana para poder informar tenemos el proyecto de grado de Barbosa Peñaloza (2012), estudiante de la universidad javeriana de Bogotá, llamado **“Periodismo y medios digitales, nuevas maneras de informar”** permitirá tener en este proyecto de investigación, una mirada desde la funcionalidad de los medios digitales.

Este documento, permite tener una mejor comprensión sobre el factor dinámico de las redes sociales y como estas permiten la ubicuidad de la información, asegurando que lo que se comparta en un lado de mundo, pueda llegar al otro sin menor problema, en palabras del autor:

Las redes sociales se han convertido en una inmensa conversación de millones de voces que interactúan y se asocian, agrupados por afinidad ideológica y temática que comparten suficientes elementos como para formar una red continua. Se ha creado una gigantesca ágora de alcance mundial en el que millones de personas participan. (Peñaloza, 2012,p.10)

Por lo tanto, el principal aporte de este documento aportará metodológicamente al proyecto de grado pues plantea una base sobre el manejo de los medios.

## **4.2. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL**

Para la realización de esta investigación, resultó indispensable recopilar teorías y diferentes análisis desarrollados en torno al estudio de la comunicación, el actuar de los medios masivos y la influencia que ejerce ante el comportamiento colectivo, la opinión pública, la subjetividad y la cotidianidad, el manejo de la información, y las redes sociales como entorno digital, con el fin de tener unas bases amparadas en las diferentes nociones de varios autores que trabajan estas categorías.

### **4.2.1. Comunicación**

De esta manera, la comunicación es inherente de la vida del ser humano y en su vida social pues a través de esta se le da sentido a la cotidianidad del individuo y el colectivo, a partir de la comunicación se le genera sentido al universo, en un contexto general la comunicación es un proceso de interacción estructural que compone un emisor, un mensaje y un receptor, esta puede ser vertical en el sentido de que puede no haber una retroalimentación de la información, y horizontal cuando sí. Para Beltrán (2019), la comunicación tiene una conceptualización tradicional que critica pero que, de igual forma, marca las bases de esta investigación:

Los intentos para definir la comunicación se pueden remontar hasta Aristóteles, quien vio a la “retórica” compuesta de tres elementos: el locutor, el discurso y el oyente, y percibió su propósito como “la búsqueda de todos los medios posibles de persuasión”. Siglos más tarde, y habiendo muchas mentes más en trabajo sobre el asunto, esta definición clásica parece permanecer, sin embargo, en las raíces de casi todas las conceptualizaciones vigentes (p.5)

Y es a partir de este concepto tradicional que se puede analizar la información en las redes sociales, pues hay un emisor que crea un mensaje con un fin determinado para llegar a los lectores o receptores que sería el público que decide si creer en

esa información suministrada o no, dejando por medio de la retroalimentación en las redes sus opiniones y querellas.

Así mismo, la interacción es, según la Real Academia de la Lengua Española, la Acción que se ejerce recíprocamente entre dos o más objetos, personas, agentes, fuerzas, funciones, que, traído al contexto de este proyecto, hace parte de la participación que tiene el objeto de estudio con el medio, para Marc y Picard (1992) en su libro “la interacción social” definen la definen como:

La interacción tiene lugar cuando una unidad de acción producida por un sujeto A actúa como estímulo de una unidad de respuesta en otro sujeto B, y viceversa. La expresión viceversa remite a la noción de feedback, termino que viene de la cibernética y que designa un proceso circular donde la respuesta de B, se convierte a su vez en un estímulo para A. (Marc y Picard, 1992).

De este modo la interacción social nos plasma las bases que permite establecer cualquier tipo de comunicación, pues esta marca la estructura primordial de la transmisión de información como los discursos y los relatos.

Por su parte los relatos son una parte esencial en la producción de la comunicación pues a partir de estos se permite la trascendencia de los conocimientos, saberes, costumbres y cultura de una persona o de una población, a partir de estos, se puede plasmar una ideología, pensamiento o identidad que puede afectar la cosmovisión de un individuo, Martín Serrano (1986), define los relatos como “una interpretación de lo que sucede en el entorno, una interpretación del propio entorno que emerge en medio de muchas otras interpretaciones de la realidad”.(pp.46-57).

Gracias a estos relatos se puede establecer una creencia transmitida por generaciones ya sea agregando nuevos valores o dejándolos intactos, en el caso de los objetos de estudio, es necesario precisar estos relatos ya que sus creencias pueden transformar el entorno de los individuos que a su vez hacen parte de la comunicación pública.

Así mismo, la comunicación pública está entrelazada al cambio social, ya que esta determina la permanencia o la transformación de un sistema social en relación al entorno de los individuos, en palabras de Martín Serrano (1986)

La comunicación pública, a través de sus relatos, puede entonces, reproducir el sistema social o transformarlo, según reitere modelos axiológicos y

comportamientos o los altere, introduciendo nuevas pautas de valoración y acción frente a la realidad. Tales son las dos grandes funciones de la comunicación pública: reproducir el sistema social vigente o introducir los nuevos valores y comportamientos acordes con la evolución de la humanidad (p.59).

Dado lo anterior, en el marco de la pandemia, la comunicación pública es de suma importancia pues esta marca un precedente a través de los relatos que pueden modificar el pensamiento o la manera de ver el esquema de vacunación según lo que las personas oyen y ven.

#### **4.2.2. Medios masivos**

Por otra parte, es importante recalcar la importancia que han tenido los medios masivos en su papel como garantes de la información y en el desarrollo e introducción de pensamientos, ideas y estilos de vida a seguir, por lo que son un factor fundamental en el actuar de las masas, ya que alteran el comportamiento colectivo llevando a acciones colectivas como la creación de grupos que impulsan un sentir, es de suma importancia contar con un pensamiento crítico ante la información suministrada por los medios pues de lo contrario la ignorancia será el factor que impulsará las decisiones, Lasswell (1985), padre de la comunicación social centra su modelo sobre el poder de influencia de los medios sobre la gente y plantea que:

La ignorancia es un factor persistente cuyas consecuencias nunca han sido adecuadamente investigadas. Aquí, ignorancia significa ausencia, en un punto determinado del proceso de la comunicación, del conocimiento disponible en otro punto cualquiera de la sociedad. El personal destinado a reunir y diseminar la información, carente de una formación apropiada, tergiversa o descuida continuamente ciertos hechos, si definimos los hechos como lo que el observador objetivo y adiestrado podría hallar (Lasswell, 1985).

Por lo tanto, el hecho de compartir información sin una mirada crítica del asunto puede llegar a ser peligroso para el bienestar colectivo, pues el no tener una mirada crítica de lo que se comparte genera un desconocimiento sobre el tema, a este desconocimiento se le conoce como ignorancia, y esta a su vez, puede llevar a las masas a tomar comportamientos frente a lo compartido.

Por su parte, Lasswell (1985), explica que las masas son aquellos que poseen un símbolo de referencia común y dejan de ser parte de esta cuando su objetivo es influenciar la vida pública, en otras palabras, se es parte de las masas cuando se

es espectador y participante, y se deja de serlo cuando el objetivo del participante es cambiar algo de la sociedad por medio de la acción colectiva.

La acción colectiva conlleva a tomar acciones por parte de individuos que tienen una idea homogeneizada y su principal factor es la cooperación, en un esquema de pandemia, el cooperar podría marcar la diferencia entre el número de contagiados, ya que, al no acatar las recomendaciones, se pone en riesgo la salud pública, para Crozier y Friedberg (1990), la acción colectiva:

La acción colectiva no es un fenómeno natural que pudiera surgir espontáneamente ni el resultado automático del desarrollo de las interacciones humanas de una manera dinámica espontánea, ni la consecuencia lógica de los problemas que deberán resolverse (la suma de las determinaciones externas). No son más que soluciones específicas que han creado o instituido actores relativamente autónomos, con sus recursos y capacidades particulares (“constructos”), a los problemas que plantea la acción colectiva, en particular el de la cooperación con miras a cumplir objetivos comunes (p. 1).

#### **4.2.3. Opinión pública**

Dado que, la acción colectiva genera un accionar de la población en cuanto a un tema de interés homogeneizado, estas acciones generarán una opinión pública que bien puede facilitar o dificultar los objetivos de la población participante.

Se podría decir que la opinión pública es una forma homogénea de pensar correspondiente a la mayoría de un público en cuanto a un determinado tema, también se puede decir que es la opinión del pueblo, históricamente hablando, la opinión pública da la cualidad de ser la voz del vulgo adquiriendo caracteres negativos ya que normalmente se oponía al estado y sus decisiones. Es difícil tener una definición exacta sobre lo que es la opinión pública, pues hay varias vertientes en su definición, para Habermas (1999):

La opinión pública es un proceso enormemente complejo en constante renovación, del cual, por tanto, no es posible extraer datos parciales que puedan ser representativos para su catalogación (enmarcado en su crítica a los sondeos como base del estudio de la 319 opinión pública); la opinión pública se forma fundamentalmente en el espacio del “mundo de la vida” y tiene calidad, esto es, valor en términos de una democracia deliberativa, siempre y cuando parte de unos sólidos fundamentos éticos de carácter universal en tanto en cuanto son compartidos por todos. (Habermas 1999, citado por García, 2001).

Es importante entender que a partir de la opinión pública es que se generan las ideas buenas y malas respectivas sobre la vacunación, pues nace de la ignorancia y según las experiencias similares de los individuos se generan sus propios ideales o pensamientos ante el tema.

Si bien la acción colectiva impulsa a un grupo de personas a realizar una movilización generada por un ideal común, se puede decir que este ideal está sujeto a la manera subjetiva que el individuo tiene de ver el mundo desde su cotidianidad, ya que el individuo es permeado por todo lo que lo rodea, creando una imagen mental y coherente de su significado, Moreschi (2013), en su obra **“la subjetividad a debate” en su ejercicio de analizar el pensamiento de Michel Foucault**, propone:

Foucault transforma el proyecto colectivo y emancipatorio de la subjetivación en un proceso individualizante de sometimiento (assujettissement): el sujeto se convierte en un efecto del poder y en el resultado de un conjunto de técnicas, ciencias y otros tipos de dispositivos que permiten la fabricación del “individuo disciplinario” (Foucault, 1975). Desde esta perspectiva la subjetividad es resultado de los mecanismos de normalización en el individuo, es decir, de la forma en que los dispositivos disciplinarios se articulan entre sí y producen un tipo de mentalidad congruente con las condiciones culturales existentes. (Moreschi, 2013)

En otras palabras, la subjetividad depende primeramente del sujeto y de cómo este, desarrolla su cosmovisión dentro de su contexto. Una herramienta que ayuda a crear subjetividades es la información, ya que esta es creada a partir de otros sujetos que comparten su forma de ver el mundo.

#### **4.2.4. Información**

El manejo de la información es una problemática a tener en cuenta en la actualidad, pues al ser subjetiva y al no hacer uso correcto y ético en su propagación, se puede alterar las percepciones de los receptores, modificando su comportamiento y sus posturas ante un asunto o tema determinado.

El valor de la información ha cambiado a lo largo de la historia, pues no se puede comparar los medios que hoy se tiene para recolectarla y manipularla, en los tiempos de guerra mundial la información era prioritaria para tener una ventaja sobre los enemigos, pero para la población como tal, tenía poco valor, así como lo hace ver el teórico Roszak (1988):

Cuando era niño, poco antes de la Segunda Guerra Mundial, nadie mostraba un interés desmesurado por la información. Como categoría intelectual, ocupaba un lugar humilde y marginal. Pocas personas la hubieran concebido como objeto de una «teoría» o de una «ciencia»; nadie la asociaba con una tecnología avanzada que la hiciese atractiva, además de económicamente valiosísima. Es probable que la palabra se usara principalmente en público como parte de la frase «información, por favor». Era lo que le pedías a la telefonista cuando necesitabas un número de teléfono antes de que pudiéramos obtenerlo marcando el 411 (p.1).

Dado que, la información es un pilar en esta investigación, es indispensable nombrar en este apartado, uno de los conceptos que en la actualidad ha tomado fuerza, las fake news o noticias falsas, que se refiere a una parte de la información circulante en internet creada por alguna persona cuyo objetivo principal puede que en un principio no sea desinformar, sin embargo, debido a diversos factores lo termina haciendo. Marc Amorós García en su libro “fake news, la verdad de las noticias falsas” repudia la creación de estas:

Las fake news, hoy en día, se venden y se compran solas, no necesitan de niños voceros en la calle como cuando se vendían los primeros periódicos. De hecho, solo necesitan crear una información verosímil, que no veraz, y colocarse dentro de una red social que facilite su propagación a velocidad de vértigo. (García, 2018)

Con lo anterior se puede destacar en el contexto de la pandemia que aquella información que se postea en la internet puede tener la facilidad de ser rápidamente viralizada, alcanzando incautos que pueden creer que esa información es verídica.

Un ejemplo de lo anterior es el caso de la guerra de los mundos, un programa radial llevado a cabo por Orson Welles que desató un ataque de pánico colectivo en los habitantes de Nueva York, ya que muchos no sabían el contexto de lo que habían sintonizado, creyendo a modo de información que estaban siendo invadidos por un ejército de extraterrestres. Resultó ser que el hombre narraba un libro de ciencia ficción escrito por Wells (1895).

#### **4.2.5. Redes sociales**

Para finalizar este marco conceptual, debemos tener en cuenta el concepto que centra el desarrollo de la investigación pues es a partir de este medio que se da a conocer gran parte de la información sobre el coronavirus y el esquema de vacunación, y es que no se puede hablar actualmente de comunicación, de medios,

de opinión pública e información sin tener en cuenta las redes sociales, este regalo que nos trajo la web 2.0 ha cambiado la vida de la humanidad a tal grado de poder tener el mundo en un click.

En un principio teníamos herramientas de comunicación tradicionales que ejercían un esfuerzo humano por llevar la comunicación de un lado a otro (servicio postal), poco a poco la inventiva humana fue desarrollando maneras de facilitar la comunicación a tal punto de que en poco tiempo después de la época de la ilustración, se pudo escuchar la voz de y los mensajes (de una manera rudimentaria pero eficaz) de una persona desde distancias lejanas. Con la llegada del internet a la vida humana esa brecha de dificultad de comunicación se volvió casi que inexistente, todo gracias a la web 2.0 que:

es la transición que se ha dado de aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones que funcionan a través del web enfocadas al usuario final. Se trata de aplicaciones que generen colaboración y de servicios que reemplacen las aplicaciones de escritorio. Es una etapa que ha definido nuevos proyectos en Internet y está preocupándose por brindar mejores soluciones para el usuario final. Muchos aseguran que hemos reinventado lo que era el Internet, otros hablan de burbujas e inversiones, pero la realidad es que la evolución natural del medio realmente ha propuesto cosas más interesantes como lo analizamos diariamente en las notas de Actualidad y los enlaces que recolectamos en explorando. (Henst, 2005)

Así mismo, la web 2.0 lo que nos brinda es una mejor interacción de la web con el usuario, facilitando la navegación y permitiendo la aparición de comunidades virtuales con el fin de compartir información entre sí.

Las comunidades virtuales son aquellos grupos inmersos en la internet cuya característica principal es compartir información de interés para el mismo colectivo de personas, estas se crean para esparcir conocimientos, educación, intereses, ocio y un sinfín de herramientas que pueden ser útiles o bien pueden ser meramente de entretenimiento, de estas comunidades se puede decir que:

No puede entenderse la existencia de comunidades virtuales que agrupan personas para compartir e intercambiar sin hacer referencia a los aspectos de sociabilidad e interacción social en la red. Debemos tener presente que la existencia de dichas comunidades radica en las grandes posibilidades de socialización y de intercambio personal que proporcionan las redes. Por ello, el concepto de comunidad virtual está íntimamente ligado a la existencia de Internet, entendida no como una autopista sino como una comunidad, no como un camino que va hacia cualquier sitio, sino como un "lugar" (Salinas, 2003)

Por su parte, estas comunidades virtuales son un factor primario en la creación de contenido, pues es muy usual que, desde los grupos, se comparta información y que con la ayuda de esta comunidad sea rápida su difusión.

Para finalizar este marco teórico, es necesario remarcar que hay distintos teóricos pertenecientes a diferentes escuelas como Frankfurt, Chicago y las latinoamericanas, debido a la diversidad de los conceptos que bien se pueden abordar desde diferentes perspectivas a las que una escuela en general afronta.

### **4.3. MARCO CONTEXTUAL**

Santiago de Cali, es una ciudad del departamento del Valle del Cauca, ubicada al sureste de Bogotá, conocida mundialmente por su afinidad con la música salsa y la calidez de su población, cuenta con alrededor de 2,264,748 habitantes de los cuales 1,029,076 son hombres y 1,188,885 son mujeres, todo según la alcaldía de Santiago de Cali (2021), la ciudad posee alrededor de 22 comunas y 248 barrios entre ellos el barrio que se utilizará para este proyecto.

Ubicados en la Comuna 7, entre una población estimada de 71,049 personas, se encuentran los barrios Base Aérea, Alfonso López 1, 2 y 3 etapas, Siete de Agosto, Las Ceibas, Fepicol, Parque de la Caña, Urbanización el Ángel del Hogar, Andrés Sanín, Puerto Mallarino, Puerto Nuevo, Los Pinos y San Marino.

Para fines investigativos se priorizó la población del barrio Andrés Sanín, que corresponden al estrato 2, de donde se escogerán 3 personas con un rango de edad etario con el fin de priorizar la diversidad de información que pueden suministrar diferentes grupos de edades, lo que enriquecerá la investigación a fin de encontrar diferencias o similitudes en el efecto persuasivo que las redes sociales tienen ante estas personas. El barrio Andrés Sanín cuenta con una extensión de 20.43 ha y 1.874,1 metros, lo que corresponde a 3.94% del territorio de la comuna 7 que son 498.8 has. (Secretaría de Salud Pública Municipal, 2015) y cuenta con cobertura de acceso a internet por parte de compañías como Telsanet, Claro, Movistar, Tigo, entre otros que permiten que la población tenga total disposición del uso de la web 2.0.

Para tener claridad sobre la influencia que tiene la información circulante por las redes sociales y la importancia que ha tenido en el decidir individual de las personas sobre su esquema de vacunación, es importante conocer el contexto de las redes sociales y de la aparición del coronavirus y lo que se ha logrado hasta el momento.

Es importante señalar que este proyecto se da bajo las circunstancias que han llevado al mundo a replantear un nuevo estilo de vida, pues en el 2019 se presentó a nivel mundial un brote de coronavirus, originario de Wuhan-china, que alcanzó rápidamente el nivel de pandemia según la OMS, y hasta la fecha del 22 de agosto ha cobrado la vida de alrededor 4,4 millones de personas a nivel mundial, 126mil de estas muertes pertenecen a Colombia, 12 mil de ellas al departamento del valle del cauca.

Por fortuna, el trabajo mancomunado a lo largo del globo terráqueo, logró obtener varias vacunas, que contrarrestan o minimizan el efecto de esta enfermedad, evitando así el fatal desenlace. Las vacunas registradas hasta el momento son: Sinovac, Janssen, Moderna, AstraZeneca, Pfizer, Sputnik v.

Según el Ministerio de Salud de Colombia, la vacunación comenzó su primera etapa el 17 de febrero del 2021, la cual contó con unas primeras dosis con una cantidad de 1.453.432 vacunas, el 17 de julio de 2021 alcanzó su 5ta etapa, recolectando una cifra de 15.750.703 vacunas y hasta la fecha del 5 de octubre de 2021, 17.666.816 personas han alcanzado el esquema completo de vacunación.

Las redes sociales han sido una ayuda primordial para el manejo de la información sobre el tema de la vacunación, pues el ministerio de salud de Colombia ha destinado campañas con el fin de prevenir el contagio de la enfermedad y propugnar jornadas de vacunación para lograr su meta de alcanzar una inmunidad de rebaño que le permita a la población seguir con una vida normal a la que se llevaba antes de la pandemia.

Según el portal de estadística Statista, con una cantidad aproximada de casi 3mil millones de usuarios a nivel mundial en el año 2021, la plataforma creada por Mark Zuckerberg, Facebook, encabeza la lista de las plataformas sociales más usadas del mundo. Esta red social empezó en el 2004 siendo una plataforma social pensada en compartir las experiencias de los usuarios y desde su inicio ha evolucionado para ser un pilar para la comunicación mundial, lo que fue pensado principalmente para que las personas mostraran a sus compañeros sus vivencias, a día de hoy se ha convertido en una plataforma de usos diversos como, la venta de artículos y servicios, el uso de la plataforma como portal de noticias, la creación de grupos para compartir todo tipo de afinidades e intereses, como también se ha convertido en un sitio muy agradable para aquellas personas que buscan desinformar.

Cabe resaltar que la desinformación puede presentarse de diversas formas y no siempre el propósito del creador tiene ese fin como tal, ya que esta “información” puede tener distintos objetivos como el de parodiar o crear controversia ante el

público. Según la asociación española de codificación comercial, la información falsa se puede analizar dependiendo del grado de fraudulencia que esta posea y se puede nombrar como:

**Satírico o parodia:** No tiene intención de causar daños, pero tiene potencial engañoso. **Conexiones falsas:** Los títulos, imágenes y citas no son fieles al contenido de la noticia. **Contenido engañoso:** Uso de información distorsionada para comprometer una cuestión o un problema. **Contexto falso:** Información genuina enmarcada en un contexto falso. **Contenido impostor:** Suplantación de identidad de fuentes genuinas. **Contenido manipulado:** Información o imágenes manipuladas para acometer un engaño. **Contenido fabricado:** Contenido nuevo que es 100% falso, diseñado para engañar y generar daños. (asociación española de codificación comercial, s.f.)

## 5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

### 5.1. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo metodológico de la presente investigación, se adoptaron técnicas de recolección de información basadas en la metodología cualitativa, teniendo en cuenta que este derrotero metodológico, brinda las bases instrumentales para el levantamiento de la información que permitirá dar alcance a los objetivos planteados y respuesta a las preguntas que conforman la investigación como tal. por cual se habla de una investigación de enfoque cualitativo.

El tipo de investigación o enfoque de la investigación se basa en la metodología analítica descriptiva debido a la facilidad de analizar la información suministrada por las redes sociales hacia el objeto de estudio y así poder describir la forma en la que la información circulante en los medios afecta de manera directa o indirecta la percepción de la comunidad en cuanto a su esquema de vacunación.

Según Pérez Andrés (2002) la metodología cualitativa nos puede servir para:

El sentido y la significación de las representaciones sociales y los discursos, de lo cual se encarga la metodología cualitativa, esta última a través del análisis del contenido manifiesto de los mismos para, mediante la interpretación, obtener el oculto o latente. Dado que ninguna actividad humana escapa al lenguaje y al habla, podremos emplear la metodología cualitativa para investigar cualquier fenómeno relacionado con la realidad social, entre ellos la salud y la enfermedad (p.4 ).

Por lo tanto, en una realidad actual de pandemia, la investigación cualitativa puede darnos paso a conocer los significados de las creencias individuales y el proceder de estos.

Basándose en enfoque descriptivo se puede decir que puede servir de la siguiente manera:

En el ámbito de los estudios descriptivos se pueden mencionar: a) descriptivo típico (describe las características de una sola muestra); b) descriptivo comparativo (describe las diferencias de variables en dos o más grupos); c) estudio de caso (descripción intensa de una unidad de estudio). ( Müggenburg, Pérez Cabrera, y Rodriguez, 2007).

Basándose en el enfoque analítico se puede decir que puede servir de la siguiente manera:

Estudios explicativos o analíticos: explican, contestan por qué o la causa de presentación de determinado fenómeno o comportamiento, se trata de explicar la relación o asociación entre variables. ( Müggenburg, Pérez Cabrera, y Rodriguez, 2007)

## **5.2. DISEÑO DEL ESTUDIO**

### **5.2.1. Trabajo de campo**

- **Diseño de instrumentos (observación, entrevistas, etc. :** se realizó entrevistas a la población de Andrés Sanín y a expertos en el área de la comunicación y redes sociales con el fin de sacar la mayor información posible de los objetos de estudio, las entrevistas se realizarán con el objetivo de conocer todos los aspectos pertinentes a el uso de las redes que utiliza cada objeto de estudio además de conocer cuál es la información que suele frecuentar en cuanto al covid-19
- **Levantamiento de información:** estos instrumentos se realizan dependiendo de los objetivos específicos, contando con un público que se puede definir como joven, adulto y adulto mayor, para saber identificar el tipo de información que estos perciben en la internet.

### **5.2.2. Organización de datos**

#### **5.2.2.1. Sistematización**

La información se recolectó y se separó teniendo en cuenta, los hallazgos, similitudes y diferencias en la información suministrada por los objetos de estudio en el diseño de instrumentos, para tener un mejor panorama de lo que se quiere llegar a realizar dependiendo de los objetivos que se plantearon anteriormente en este proyecto de investigación.

### **5.2.2.2. Categorización**

Dependiendo de la información suministrada por los objetos de estudio se evaluó bajo los conceptos teóricos planteados para tener una claridad sobre el manejo de los relatos entregados al investigador, categorizando la información dependiendo de los objetivos para encontrar un orden específico y anclado a las teorías plasmadas en las categorías de análisis.

### **5.2.3. Conclusiones**

#### **5.2.3.1. Hallazgos**

Una parte importante de la investigación es la información nueva que puede llegar a surgir a partir de la información recolectada por las entrevistas y los acontecimientos que puedan surgir, se van a determinar partiendo del trabajo de campo involucrado y partiendo de cada uno de los objetivos planteados.

#### **5.2.3.2. Interpretación y conclusión**

Una vez desarrollada toda la investigación y los puntos anteriores, es de suma importancia explicar los hallazgos y las conclusiones sobre todo lo que se encontró en cuanto a los objetivos planteados en el principio de la investigación.

### **5.3. SUJETOS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN**

Para continuar con la metodología de la investigación se convocaron para desarrollar el diseño de instrumentos a algunos habitantes del barrio Andrés Sanín que poseen o no su esquema de vacunación completo y que tengan acceso a internet.

Además, se tuvo en cuenta para los grupos focales las diferencias de edades para así tener un rango de edad etario que nos permitirá conocer el tipo de influencia ejercido por las redes sociales en personas jóvenes, adultos y adultos mayores.

Dentro de esta dinámica se empleará la observación participante, que nos permitirá analizar de manera cercana y precisa de las características del público que acompañe la implementación de estos instrumentos.

#### **5.4. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

- Entrevista caminada
- Netnografía.
- Análisis.

#### **5.5. CATEGORÍAS DE ANÁLISIS**

- Comunicación
- Medios masivos
- Opinión pública
- Información
- Redes sociales

## 6. RECURSOS

### 6.1. TALENTO HUMANO

- 1 investigador
- 1 director de investigación

### 6.2. RECURSOS MATERIALES

- Papel para impresión
- Impresora
- Computador
- Teléfono
- Internet
- Documentación
- Transportes
- Bioseguridad
- Recursos de recopilación de datos (cámara, grabadora, celular)

### 6.3. PRESUPUESTOS

**Tabla 1. Presupuestos del proyecto.**

<b>Concepto</b>	<b>Costo total en el proyecto</b>
Papel para Impresión	\$ 10.000
Impresora	\$30.000
Teléfono	Se incluye en el plan de internet
Internet y cómputo por 10 meses	\$640.000
Transporte	\$100.000
Bioseguridad	\$20.000
Recursos de recopilación de datos	\$1.800.000
Imprevistos	\$100.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$2.700.000</b>

## 7. CRONOGRAMA DE TRABAJO

Responsable: Johan Steven Díaz

**Tabla 2. Cronograma de actividades**

<b>N°</b>	<b>Actividad</b>	<b>Fecha de Inicio</b>	<b>Duración</b>	<b>Fecha Final</b>
<b>1</b>	Recolección de información y aplicación de instrumentos. Responsable: <b>Johan Steven Díaz</b>	01 de marzo 2022	4 semanas	25 marzo 2022
<b>2</b>	Sistematización de información Responsable: <b>Johan Steven Díaz</b>	<b>28 de marzo 2022</b>	<b>2 semanas</b>	<b>3 abril 2022</b>
<b>3</b>	Análisis de la información recolectada, elaboración de capítulos Responsable: <b>Johan Steven Díaz</b>	<b>8 de abril 2022</b>	<b>3 semanas</b>	<b>29 abril 2022</b>
<b>4</b>	Conclusiones de investigación Responsable: <b>Johan Steven Díaz</b>	30 de abril 2022	2 semanas	10 mayo 2022

## **8. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **8.1. CAPÍTULO 1 ACEPTACIÓN Y LEGITIMACIÓN DE INFORMACIÓN DIVULGADA Y REPLICADA EN FACEBOOK**

En el presente capítulo, se evidencian los resultados obtenidos a través de la aplicación de las herramientas o técnicas de recolección de información de datos para el cumplimiento del primer objetivo de este proyecto de investigación: “identificar aspectos de aceptación y legitimación de información divulgada y replicada en Facebook por parte de los sujetos de estudio enmarcados dentro de los grupos seleccionados”. Para ello se tuvo en cuenta las entrevistas a los objetos de estudio: habitantes del barrio Andrés Sanín en un rango de edad etario.

Para reforzar los hallazgos encontrados en la investigación se partirá de los conceptos de teóricos que explican desde sus teorías, paradigmas y hallazgos, aquellos comportamientos, aptitudes o particularidades que se encontraron en el trabajo de campo. Es necesario recordar al lector la afinidad con las distintas escuelas de comunicación que tienen estos teóricos pues no se puede enmarcar en una sola escuela el desarrollo de este proyecto, entre las diferentes escuelas se tiene la de Frankfurt, Chicago y las latinoamericanas.

**Figura 1. Mensaje alarmante, tomado del grupo No a la vacuna de Facebook**



**Fuente:** Caracol radio (2022)

La imagen anterior es tomada de la red social Facebook de un grupo llamado *No a la vacuna* y se toma como punto de partida para este primer capítulo con el fin de evidenciar por medio de los relatos y entrevistas, los aspectos de legitimación por parte de los diferentes grupos sociales, entre ellos, jóvenes, adultos y adultos mayores, pertenecientes a la comunidad de Andrés Sanín.

Primeramente, la comunicación forma parte esencial de la vida del ser humano pues, como lo dice Watzlawick (1974) en uno de sus axiomas, “es imposible no comunicar,” teniendo esto claro, se hace uso de la estructura aristotélica que critica Luis Ramiro Beltrán, donde hay un emisor, un mensaje y un receptor, y es desde estos tres ejes, pero adaptados a las redes sociales como se verá más adelante, que se puede analizar la información que se logra percibir en las redes sociales, especialmente Facebook.

Para percibir el aspecto legitimador de las personas en cuanto a la información que ven en la red social, es indispensable recurrir a los relatos de la comunidad en cuanto lo que vivieron y vieron en las redes sociales, especialmente en Facebook durante el apogeo de la pandemia y de cómo ahora interpretan lo que ven sobre la pandemia y vacunación.

### **8.1.1. Rango de edad: joven (18-25 años de edad)**

Uno de los aspectos fundamentales de este rango de edad es la afinidad o facilidad que tienen en manejar las tecnologías digitales, pues forman parte de su diario vivir y han crecido junto con estas. Para mostrar los aspectos de legitimación que se presentan por parte de los sujetos de estudio, se traen algunos de los relatos de Víctor Alfonso Quintero quien es un recién egresado con 18 años, próximo a ingresar a la educación superior en una universidad pública, y María Camila Orobio, quien es estudiante de licenciatura en matemáticas.

Primeramente, la interacción que se gesta desde los procesos comunicativos en plataformas digitales se logró evidenciar la participación activa de los sujetos de estudio, pues estos tienen una especie de consciencia digital que les permite discriminar la información que ven en la internet para el posterior manejo de la misma, ambos afirman que pocas veces comparten información que ven en la internet pues saben de antemano, que lo que observan en las redes sociales no es 100% verídico, “primero la Leo. No me quedo solamente en el título. Y pues la verificó en otras fuentes confiables. Porque en Facebook hay demasiada desinformación acerca del tema, lo que fue todo esto de la pandemia, la vacunación” afirma María Camila Orobio, (comunicación personal, marzo 12 de 2022)

Por otra parte, los canales de información se pueden distinguir entre oficiales y no oficiales, también entre tradicionales y nuevas tendencias de información, en el caso de nuestros sujetos de estudio, afirman tener un descontento con los medios tradicionales ya que consideran que la información que por estos medios se transmite, siempre es negativa, no obstante, en las redes, las noticias no son muy diferentes, y hay más posibilidad de caer en una noticia falsa pues no hay una manera eficaz de verificar la información que allí se encuentra, “en Facebook hubo mucha desinformación. La gente decía que les iban a implantar chips y cosas por el estilo. Así como muchas cosas muy ajenas a ese tema o compartían información falsa” afirmó Víctor Alfonso Quintero. (comunicación personal, marzo 12 de 2022)

Se puede evidenciar la legitimidad de la información en el proceso de aceptación de la noticia que genera una alteración de postura ideológica y social en los sujetos de estudio, ambos compartieron el miedo que se generó a principios de la pandemia por el exceso de información que abundaba en la red social Facebook, que se transmitía al mismo tiempo por los canales tradicionales, ambos afirman haber quedado muy impactados (al igual que todos los sujetos de estudio) con las imágenes de gente que había muerto y era arrojada en las calles porque no había espacio en los centros fúnebres para la cantidad de gente que fallecía al mismo tiempo en las casas y los hospitales.

A pesar de la abundancia de información y desinformación que hay en Facebook, los jóvenes afirman estar vacunados ya que es la única forma de seguir con una

vida tranquila, y debido a el tipo de información que veían en las redes sociales, decidieron vacunarse con el biológico que ellos deseaban colocarse debido a que en las redes sociales aumentaban las creencias de que había unas vacunas mejores que otras

Para este tipo de población joven, los aspectos de aceptación varían dependiendo de la fuente de la información, pues afirman que no es lo mismo informarse desde páginas o grupos de Facebook como Cali es Cali o Caliweb que hacerlo desde las páginas o grupos oficiales de las instituciones de sanidad regional como lo son el Ministerio de Salud, la Alcaldía y la Secretaría de Salud Local (Cali).

Se puede afirmar que el nivel de escolaridad influye en el modo de ver las noticias y en cuanto a su legitimación, pues la afinidad informática y tecnológica desemboca en una conciencia digital que les ayuda a discriminar levemente la información que se quiere compartir con el público.

### **8.1.2. Rango de edad: Adulto (26-40 años de edad)**

Uno de los aspectos fundamentales de este rango de edad es que conocen la transformación o la evolución por la que ha pasado la tecnología, afianzándose más hacia los medios digitales, sin perder la visión de los medios tradicionales. Para presentar los aspectos de legitimación que se presentan por parte de los sujetos de estudio, se traen algunos de los relatos de Adrián Jaramillo, que cuenta con 32 años de edad y es trabajador en el área de la salud y Jennifer Balanta, quien es auxiliar de seguridad y salud en el trabajo de 28 años de edad.

Desde las comunidades que se gestan a través de la virtualidad, la participación social forma parte fundamental de la replicación de información, pues esta es la que termina dándole un carácter legítimo a una información de dudosa procedencia, en la figura 1 podemos observar una publicación reciente compartida en un grupo de Facebook, hasta el momento esta publicación casi alcanza las 300 compartidas y debido al mensaje de su contenido podría llegar a cambiar la conducta de algunas personas que no discriminan la información observada en las redes sociales, Adrián Jaramillo, quien forma parte del equipo de salud del hospital Carlos Holmes Trujillo, afirma: gran parte de la culpa lo tienen los medios oficiales, porque no se hacen notar o no hacen su contenido informativo muy atrayente, en cambio las páginas o grupos no oficiales, saben moverse mejor entre las personas y les dan lo que

quieren ver así no sea verdadero, a la gente le gusta el amarillismo. (comunicación personal, marzo 19 de 2022)

Por su parte, la interacción en las redes sociales se logran evidenciar, aspectos de legitimación de la información desde la positividad de la situación sanitaria al promover la aplicación de la vacuna desde su enseñanza a través de los componentes que esta tiene y de los efectos que llega a causar en las personas, tomando como contraste los efectos negativos y los positivos que pueden llegar a suceder en los dos casos, como parte fundamental de la replicación de información los sujetos de estudio tienen en cuenta 2 aspectos para verificar que lo que comparten no sea perjudicial para las personas, el primero es la fuente de donde viene este contenido que según ellos dice proceder de páginas oficiales como la OMS, y segundo compartiendo imágenes o contenido que no llegue a alterar la postura de una persona en cuanto a su decisión.

Además del aspecto interactivo que hace parte de la legitimación de una noticia o información, ya que al compartir algo se hace partícipe de estar promoviendo una postura, también entra en escena el aspecto de conducta de la aceptación de la información, que por lo general cambia hábitos y promueve acciones por parte de los actores:

“Al principio sí fue de terror, pues por todos los medios le mentían entera la gente, ¿no? Entonces era así como que el fin del mundo y que todos vamos a morir y que se murieron tantos, entonces uno nada más, Como que analiza en qué momento también se muere, llegó un momento en el que ni quería salir a la tienda por miedo”. Afirmó Jennifer Balanta. (comunicación personal, marzo 19 2022).

Debido a la situación laboral de ambos, pertenecientes al área de la salud en diferentes medidas, se vieron obligados a vacunarse, pero, ambos afirman que lo hubieran hecho aun si no fuera obligación, solo que no en el primer momento de la campaña de vacunación, pues al principio, por la abundancia de información y novedad de la vacuna, tuvieron una desconfianza en los biológicos, lo que nos vuelve a confirmar una legitimación en el tipo de publicaciones consumidas por ambos, igualmente la desconfianza a día de hoy ha desaparecido.

### **8.1.3. Rango de edad: adulto mayor (60 años en adelante)**

Uno de los aspectos fundamentales de este rango de edad es la falta de un buen manejo de las tecnologías, lo que los puede volver vulnerables ante la información que reciben, pero que de igual manera al no tener mucha experiencia en el ámbito

de las redes sociales solo se convierten en almacenadores de información. Para presentar los aspectos de legitimación que se presentan por parte de los sujetos de estudio, se traen algunos de los relatos de Flor Alba Gil, quien tiene 75 años de edad y Rosalba Ángel Velázquez, quien tiene 66 años de edad.

En cuanto a los medios o canales de comunicación que suelen utilizar los objetos de estudio en este rango de edad, se puede afirmar que poseen una mayor afinidad a los medios tradicionales, siendo estos su principal fuente de información, sin embargo, no restringe el uso de las redes sociales, ya que, aunque no pasan mucho tiempo dentro de ellas, no quiere decir que sean apáticas ante estas.

Asimismo, los canales oficiales institucionales como el Ministerio de Salud, Alcaldía, Secretaría de Salud Cali, tienen una falencia en cuanto a dar a conocer su contenido a las personas de una edad avanzada, por lo tanto, en el plan de vacunación se vieron obligados desde las EPS a formular las citas programadas para la vacunación de los adultos mayores.

Por otra parte, en temas de interactividad, los sujetos de estudio solo se limitan a ver la información que les comparten sus allegados siendo estos vínculos que los remiten a la red social Facebook, el contenido de estos mensajes o publicaciones puede ser diverso, pero ambas concuerdan en que lo que les enviaban por esta plataforma, normalmente era de carácter oscuro, lo cual les generó una incertidumbre y un miedo que se vio reflejado en el comportamiento al momento de estar fuera de casa.

Del mismo modo, la desconfianza en los medios digitales es un factor común en ambos sujetos de estudio, pues dicen que al haber tanta información no saben en qué creer, “confío más en las noticias por televisión, que en lo que mandan por las redes. Bueno, los noticieros en la radio. Es, como todo, de un granito de arena hacen una montaña. Entonces, claro, la gente se pone más azarosa” afirma Flor Alba Gil, (comunicación personal, marzo 19 de 2022) “decían las noticias que iban bajando los esquemas, que ya se está como controlando un poco, después ya que volvía y subía que volvía y bajaba, entonces uno se ponía que no sabía en qué creer sin subir o bajar” afirmó Rosalba Velázquez. (comunicación personal, marzo de 2022),

Estos relatos dan cuenta de cómo les era difícil legitimar la información, pues era muy difuso para ellas, ya que las noticias eran muy cambiantes.

Por otra parte, los sujetos de análisis de este rango de edad afirman estar vacunados, pero, no vieron esta vacunación con una buena aceptación, al contrario,

en un principio se abstenían de aplicarse la vacuna, debido al miedo que les generaban las constantes noticias que les llegaban por diferentes grupos de información, donde les informaban que las vacunas no eran de fiar como lo afirma la figura 1, con el tiempo, hasta que una gran parte de la población estaba vacunada, ellas decidieron aplicarse los biológicos, también afirman que uno de los factores que las motivó a aplicarse la vacuna fueron los beneficios que traía consigo el carnet de vacunación.

Cabe destacar que, uno de los efectos que genera la sobre información, no solamente es la influencia en el comportamiento que se obtiene o se cambia en la elección de recibir la vacuna, sino, que está el comportamiento habitual matutino de las personas, en cuanto al cómo se comportan ante un grupo o una multitud, incluso frente a otra persona (desconfianza, repudio, etc.).

Es importante aquí traer a colación la teoría expuesta en el marco teórico, citando a los diferentes autores para dar un poco más de comprensión a lo expuesto anteriormente.

Para comenzar con esta parte teórica tenemos los relatos, que es a partir de este instrumento que se puede construir todo este apartado cualitativo en el cual se explica a través de las vivencias de los sujetos de estudio, los aspectos de legitimación o aceptación de la información divulgada en Facebook, ante esto en las palabras de Martín Serrano, “los relatos, articulan los sucesos del entorno con las creencias de los sujetos y los comportamientos colectivos, de manera que el relato... es una mediación entre el acontecer, los valores y las actuaciones sociales” (Martín Serrano, 1986)

En esta cita se hace hincapié en que cada persona a pesar de que puede tener una realidad distinta, puede presentar signos que derivan en un fenómeno colectivo, como lo es que todos los sujetos de estudio están vacunados por distintas circunstancias.

Por su parte, este tipo de comportamientos que hacen que una persona tenga un actuar después de generar una postura ante el tema de la pandemia hace parte de lo que es la acción colectiva y en cómo una motivación común puede lograr un cambio significativo en gran parte de la sociedad, un ejemplo muy marcado es el caso de Rosalba Velázquez, que al sentir la presión social de ver que todos sus conocidos ya estaban vacunados, prefirió hacerlo también antes que quedarse por fuera de este grupo, según las palabras de Croizer y Friedberg (1990):

El actor rara vez tiene objetivos o proyectos claros, sino ambiguos y- a veces- contradictorios. Cambia sobre la marcha según las consecuencias... Sin embargo, su comportamiento es activo. Siendo que siempre se encuentra restringido o limitado, no está jamás directamente determinado; incluso, de alguna manera, la pasividad es el resultado de una elección (p.10).

Lo anterior define el comportamiento de los sujetos de estudio, al evidenciar que, aunque no se tenga una determinación voluntaria de realizar una acción, se puede terminar cediendo ante una presión social.

Cómo se mencionó anteriormente en el marco teórico, el manejo de la información es una problemática a tener en cuenta en la actualidad, ya que debido a la abundancia de esta en los medios digitales genera una confusión sobre los sujetos o actores por la dificultad de verificarla. Si un sujeto no tiene una conciencia de discriminación de la información es muy probable que caiga bajo los efectos persuasivos de las noticias falsas, alterando su postura y comportamiento hacia un determinado tema, aportando al tema de la desinformación Mariano Alonso Gonzales afirma: “La facilidad de producción que poseen las redes sociales provoca que el contenido...pueda ser manipulado para ensamblar, añadir o remover información, abriéndose paso... a procesos de re-encuadre, de reasignación de sentido, de re contextualización de información que pueden alterar significados”. (Gonzales, 2019).

En cuestiones de información falsa, se evidencia un riesgo de forma permanente sobre la ausencia de mecanismos de regulación y de políticas específicas sobre el tipo de información que circula por estas, pero intentar implementarlo sería complejo y contraproducente, ya que no todas las noticias que se consideran fake news tienen ese carácter, hay algunas que por el hecho de estar incompletas o fuera de contexto poseen la cualidad de desinformar, de igual modo, regularlas alteraría el derecho a la libre expresión de las personas que ahora pasan de ser consumidores a prosumidores.

Se debe recordar que este proyecto se gesta desde la información transmitida en las redes sociales, en especial Facebook y la información que se replica en esta plataforma, por lo tanto, es indispensable tener en cuenta que esta red y todas las redes sociales hacen parte de la llamada web 2.0 que hace posible la conectividad que hoy se configura en la cotidianidad de las personas, así como el pertenecer a comunidades virtuales donde nace la información que luego es compartida por los miembros de la comunidad, según Salinas (2003). Cuando nos referimos a comunidades virtuales

Nos movemos en un terreno ambiguo. Al... analizar la estructura de una comunidad virtual... encontraremos diferencias si abordamos el tema desde la evolución de las comunidades de usuarios y comunidades de práctica..., si lo abordamos desde la tendencia que incorpora mayor flexibilidad a las instituciones educativas mediante entornos virtuales de formación, proporcionando mayor autonomía y responsabilidad sobre el proceso de aprendizaje a la persona. (p.1)

Por consiguiente, si se habla de la información en redes es indispensable hablar de una alfabetización digital, ya que hay un entorno de libertad de acceso a internet y en este ciberespacio de enseñanza y aprendizaje se crean nuevas reglas y nuevos estilos de socializar diferentes a los tradicionales, ya que la información en gran parte es recíproca, es decir, está abierta a la crítica y a ser criticada por la audiencia, pero la información que por la internet se presenta, difícilmente será bien criticada si no hay una base desde la educación, Gutiérrez Martín (2003), en su libro Alfabetización en la era de la internet explica la alfabetización digital desde el sentido profesor-alumno:

Cuando el profesor o alumno entran en Internet a buscar información sobre algún tema, el objetivo no es establecer una relación comunicativa, sino que suele ser buscar datos o información para cubrir una demanda derivada de una tarea, normalmente preparar una clase o un tema escolar. Marqués (1998) ofrece una relación de los tipos de información útil para profesores y estudiantes que pueden obtenerse en Internet. (Martín, 2003)

En contraposición con el autor, actualmente es nula la existencia de un programa académico que tenga como objetivo la alfabetización digital de los estudiantes tanto de un nivel básico hasta un nivel superior, todo el conocimiento en cuanto a información en redes, recae sobre la manera empírica de verificar la información por parte del sujeto, pues el acceso a la educación es limitado, pero, el acceso a la información es relativamente fácil obtenerlo, lo que puede llevar a los sujetos a caer en una información incompleta o bien puede ser falsa.

También, El nivel de escolaridad puede influir en el modo de ver la información y en la forma que el sujeto la puede aceptar o legitimar a través sus redes sociales, dependiendo de cuál sea el nivel, una noticia se puede percibir por el sujeto de manera satírica, realista, verdad absoluta, dudosa, falsa.

Para finalizar este capítulo, es indispensable conocer las particularidades que se consideran relevantes para este proyecto de grado.

Primero, a través de los relatos obtenidos por medio de la entrevista como herramienta de recolección de información, se puede apreciar las distintas formas de pensar y la manera en que cada uno de estos legitima, acepta y replica la información que aprecia desde los medios digitales, se puede apreciar que en los rangos de edad más bajos, se intenta replicar la información que se legitima desde los conocimientos adquiridos de cada sujeto, y en los rangos de edad más altos, se aprecia que la información es poco replicada debido al posible desconocimiento de los entornos digitales.

Dado lo anterior, se puede apreciar que, la información se puede legitimar de 2 formas, una es aceptando la información, cambiando la postura que tiene una persona frente a un tema determinado y la otra es de comportamiento, donde una vez obtenida esta información, el sujeto se dispone a hacer algo con esta, por lo general, compartirla.

Por otra parte, a través de las redes sociales se puede apreciar un fenómeno informativo, ya que, al haber abundancia de información, es difícil que esta pueda ser discriminada, mucho más cuando esta información replicada no cuenta con un medio de verificación o validación, por lo que, al ser tantas veces compartida, muchas personas la toman como una verdad absoluta, pues siguen la creencia de la mayoría, es por esto que la mayoría de los sujetos de estudio, coincidieron en tener miedo durante algún momento de la pandemia al igual que desconfianza ante las vacunas.

En cuanto a los canales de información, se puede apreciar un apego más notorio en los medios tradicionales por parte de los rangos más altos de edad, pues en los rangos de edad más joven, se tiende a visualizar solo información digital. Los canales oficiales o institucionales generan confianza, pero poseen un problema cuando la información que transmiten por sus redes sociales no alcanza a todas las poblaciones necesarias, como lo es el caso de los adultos mayores, se deben plantear otras formas de que esta información llegue a estas personas.

## **8.2. CAPITULO 2: ELEMENTOS DIFERENCIALES DENTRO DE LOS PROCESOS DE LEGITIMACIÓN DE LA INFORMACIÓN**

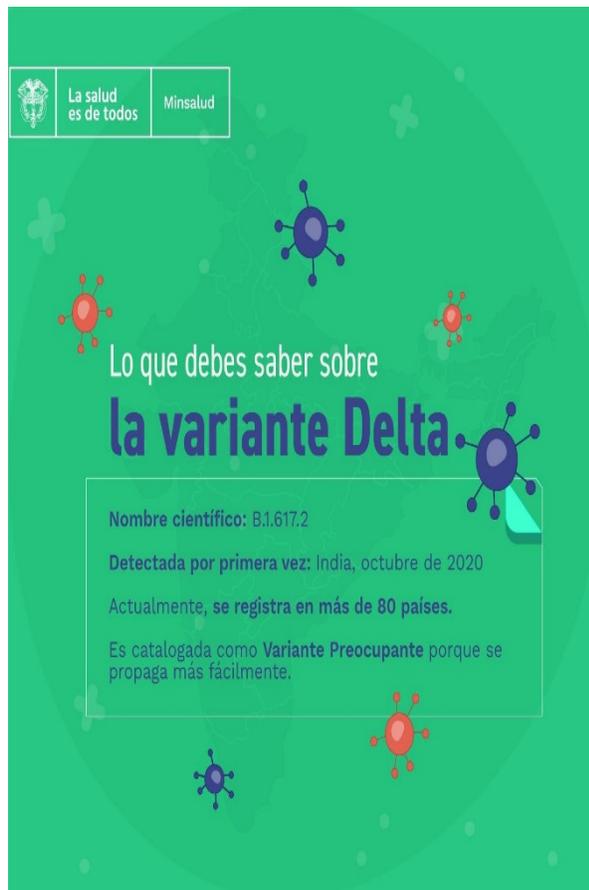
En este segundo capítulo, se pretende abordar las características de la información divulgada en la red social Facebook, específicamente imágenes de un grupo llamado no a la vacuna, y las páginas oficiales de salud (Ministerio de salud, 2021) para dar cumplimiento al segundo objetivo de investigación: “Caracterizar los elementos diferenciales dentro de los procesos de legitimación de la información, a partir de los relatos de los sujetos de estudio enmarcados dentro de los grupos

seleccionados”. La herramienta que se utilizó para este capítulo es la observación en medios, y se pretende responder a las siguientes preguntas: ¿Qué características posee la información oficial y la no oficial? ¿Qué características poseen los comentarios de las publicaciones oficiales y no oficiales? ¿Cómo son los elementos visuales y textuales de las publicaciones de grupos oficiales y no oficiales?

A continuación, se mostrarán algunas imágenes recolectadas de los grupos mencionados anteriormente:

Ver figura 2

**Figura 2. Información sobre la variante Delta**



**Fuente: Facebook del Ministerio de salud y protección social (2021)**

En la anterior imagen, tomada de la red social Facebook del grupo del ministerio de salud, que cuenta con 1.973.071 seguidores, publicada el 3 de julio de 2021, se puede apreciar información escueta sobre la variante Delta, datos como el nombre, donde fue descubierta, en donde se ha registrado su aparición, pero de forma superficial, y se hace mención en que es peligrosa debido a su rápido contagio. Esta publicación alcanzó a tener una replicación de 1800 veces compartida, es decir, de todos los seguidores que tiene la página solo un 0,09% decidió compartirla en sus redes. En cuanto a reacciones, la publicación posee alrededor de 2300, entre me gusta, me entristece y me divierte.

La publicación cuenta con alrededor de 600 comentarios donde los más relevantes tienen un tono de inconformidad, ira y desacuerdo:

“Para que dan esa información si igual no le importa obligarnos a mandar los niños al colegio. Es una bobada que nos tengan informados del peligro y de igual manera nos obliguen a mandar a nuestros hijos a los colegios” “No sé porque que, en Colombia con tantos contagios, las ucis a reventar y quitan restricciones por todo lado, ni para entrar a Colombia ni en fronteras hay ninguna clase de restricciones, por favor ministro de salud, haga algo los médicos y trabajadores de la salud está pidiendo restricciones, pero nada hasta cuándo seguiremos así” afirmaron seguidores de la página. (comunicación personal, marzo 12 de 2022).

Hay que tener en cuenta de que esta publicación hace parte de un momento en el cual se estaban levantando las restricciones para combatir el coronavirus, y es por esto que sus colores son a manera visual relajantes a la vista, para no saturar ni alarmar al receptor del mensaje, pero suficientemente llamativas para captar su atención.

Por otro lado, el valor de la información compartida en estas redes puede ser subjetivo según las experiencias vividas de los espectadores, pues no es lo mismo tener una opinión de un tema determinado de algo que se cree conocer a tener una opinión basado en la experiencia de vida de una persona, tal como lo sugiere Alejandra Aquino Moreschi (2013) “la experiencia se revela como un proceso de significación e interpretación de nuestras vivencias personales y colectivas. También como espacio discursivo donde se inscriben, o repudian subjetividades y posiciones... Se busca resaltar la noción de experiencia como práctica de sentido”

Si bien se acaba de observar las características de una publicación del Ministerio de Salud (2021), catalogada como una fuente oficial de noticias o de información, se procede a observar su contra parte, una publicación de una fuente no oficial llamado “No a la vacuna”, página creada recientemente a consecuencia de la creencia de varias personas que no confían en los procesos de vacunación, además, no se limita un país en específico, este grupo cuenta con alrededor de 900 miembros y su actividad se genera desde dentro de la página como también desde las publicaciones externas.

Ver figura 3

**Figura 3. Invitación a no vacunar a los niños**



**Fuente: Facebook: grupo No a la vacuna (2021)**

En la anterior imagen publicada el 23 de noviembre de 2021, se puede apreciar un mensaje claro de llamado a la acción, la invitación a la no vacunación de los niños afirmando que se desconoce el contenido de las vacunas. A diferencia de la figura 2, esta imagen no tiene un alcance particularmente importante, alcanzando solo una replicación de 7 compartidas lo que responde a un 0,78% de todos los seguidores que posee la página. En cuanto a reacciones, la publicación posee 9 entre me gusta y me enoja.

Se puede incluir que, una de las características visuales más importantes es cómo se posiciona la información para que sea más llamativa, si se observa la imagen perteneciente al grupo del Ministerio de Salud se puede inferir que la imagen se limita a ser simple, sin mucha saturación de elementos, mientras que en la imagen del grupo *No a la vacuna*, se puede observar demasiados elementos textuales, pero bien acomodados en la imagen, de tal manera que ambos logran captar la atención del público.

Por otra parte, la publicación no cuenta con comentarios, lo que puede significar 2 cosas sobre los seguidores, la primera es una recepción pasiva de la información que se transmite por este grupo es decir que el público solo se limita a ver y no reaccionar, comentar ni compartir, y segundo, que la información que se comparte en este grupo no es muy visible.

En cuando su aspecto visual, se puede notar que utiliza imágenes impactantes como lo son el niño y una jeringa, lo que puede causar cierto malestar o lástima en las personas que lo ven, además posee un mensaje claro que invita a la acción de no vacunar.

Para concluir, las diferencias más notorias que se pueden observar en los 2 grupos, oficial y no oficial, sin duda lo más impactante en cuanto a replicación de contenido, es el número de seguidores con los que cuenta cada página, que genera una importancia notoria en cuanto al alcance de la información.

Por otra parte, el hecho de que un grupo tenga más seguidores que el otro no quiere decir que todos sean sus simpatizantes, pues en el grupo oficial a pesar de tener más público, los comentarios de su contenido suelen ser negativos, al menos en lo que se puede observar.

Para finalizar este capítulo, se debe tener en cuenta los diferentes medios de divulgación de la información, páginas oficiales y no oficiales que crean importancia, más no aceptación en la divulgación de contenidos, para poder llegar a la conclusión de cada una según sus características, que, a diferencia de los medios tradicionales, los cuales no cuentan con un sistema de comunicación bidireccional que permite conocer, opinar y divulgar información, las redes tienen mucha más variedad de información por lo que las opiniones pueden ser diversas aún si se encuentran en el mismo grupo.

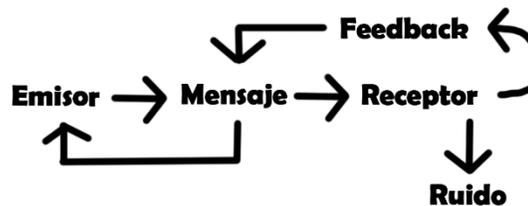
### **8.3. CAPÍTULO 3: EFECTO PERSUASIVO Y COMUNICATIVO QUE SE GENERA DESDE LOS PROCESOS DE DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN**

Este último capítulo pretende abordar la principal razón de ser de este proyecto de grado, sin desmeritar los capítulos anteriores, es demostrar, por medio de los relatos y entrevistas a Ingrid Liseth Cuervo, experta en el área de la salud, Sergio Díaz, experto en informática y Miguel Velásquez López, experto en comunicación, la manera en que un contenido digital puede motivar a una persona a tomar una decisión, sea esta el vacunarse, o no. En ambas está en juego la salud personal y comunitaria, es importante resaltar que este proyecto no pretende hacer peso en

algún lado de la balanza, sino, el de demostrar que, por medio de una foto, imagen, material digital, se puede persuadir a las masas a realizar una acción.( comunicación personal 19 de marzo de 2022).

La herramienta que se utilizó para elaborar este punto fue la entrevista y se pretende responder a las preguntas ¿qué lleva a una persona a creer que una publicación puede ser cierta? ¿cómo la información puede desencadenar una polarización de posturas sobre un tema determinado? ¿qué tan peligrosa puede ser la información? ¿cómo es el proceso para que una publicación, genere una acción masiva? Todo esto para dar respuesta al tercer objetivo “reconocer el efecto persuasivo y comunicativo que se genera desde los procesos de divulgación de información legitimada por parte de los sujetos de estudio enmarcados dentro de los grupos seleccionados”.

**Figura 4. Representación aristotélica adaptada a redes (creación propia)**



Se entiende por persuadir, al efecto que se da cuando se convence a una persona de realizar una acción o que esta cambie una postura ideológica sobre un tema determinado, desde la estructura aristotélica que nos plantea Luis Ramiro Beltrán, en el cual se ejecuta la comunicación desde un emisor-mensaje-receptor- feedback, tenemos a los grupos de Facebook como principal emisor de mensajes(contenido) y la audiencia como receptor de estos, siendo el feedback la manera en la que el público puede mantener una comunicación bidireccional por medio de los comentarios. (Beltrán, 2011)

Así mismo, al entender que toda la información se gesta desde los grupos de Facebook se puede apreciar un poco mejor la comprensión de estos contenidos y el por qué algunas personas se ven atraídas hacia estas, y es que se puede deber, según las palabras de Sergio Díaz, licenciado en sistemas computacionales con doctorado en aplicaciones tecnológicas, a que:

“Nadie nos enseña a navegar en Internet, Prácticamente todo el mundo entra a Internet, abre el navegador, y por azares del destino siempre terminamos en las redes sociales, entonces, una vez que entramos es muy intuitivo, y aparte, nadie nos enseña a discriminar todo lo que vemos” (Comunicación personal, marzo 19 de 2022).

Sin duda alguna, se puede reconocer que, desde el modelo aristotélico de la comunicación adaptado a las redes sociales, como lo muestra la figura 4, se crean las bases para entender cómo se gestan las publicaciones, bajo qué intereses y cómo es la retroalimentación del contenido publicado en los diferentes grupos que atraen a distintos seguidores que bien pueden ser simpatizantes u opositores de la información.

Dado lo anterior, y de acuerdo con los relatos de algunos de los entrevistados, se puede decir que hay una falta de alfabetización digital en la población y esta puede ser producto de un sistema de educación carente de espacios digitales y discriminación digital, que se necesita abordar desde las escuelas como parte de la democratización del conocimiento.

Por otra parte, en la internet hay un exceso de información, y al haber una abundancia de información sobre un tema determinado se termina generando miedo o desconfianza ante el tema y esto se puede demostrar en los relatos cuando todos afirman reconocer haber tenido miedo desde el momento en que empezaron a circular las noticias sobre el Covid-19 por las redes sociales. Al no haber una educación informática, las personas no confirmaban la información en los medios oficiales, o, debido a la gran cantidad de publicaciones que circulaban, se terminaba incluso desconfiando de los medios oficiales como la OMS. En las palabras de Miguel Velázquez, master en comunicación e investigador:

“Se habla de la legitimación social. de un tema, cuando se empieza a obtener o evidenciar una aceptación del mismo como una realidad desde la creencia social y esto es parte de los efectos de esos mensajes que se construyen desde los medios de comunicación y desde aquello que lo empieza a reproducir. como lugares comunes” (Comunicación personal, marzo 19 de 2022)

De forma semejante, la abundancia de información puede generar una polaridad de posturas en las masas, ya que unas personas creen tener una verdad absoluta y al mismo tiempo, creen que el otro extremo está errado. Ante el problema de la vacunación hay quienes fueron partidarios de la vacuna y quienes hasta ahora han decidido no vacunarse, Harold Laswell explica este fenómeno desde los medios mediante la ignorancia como ausencia del conocimiento disponible en el personal

destinado a reunir y diseminar información, tergiversando y descuidando ciertos hechos. (Laswell, 1985)

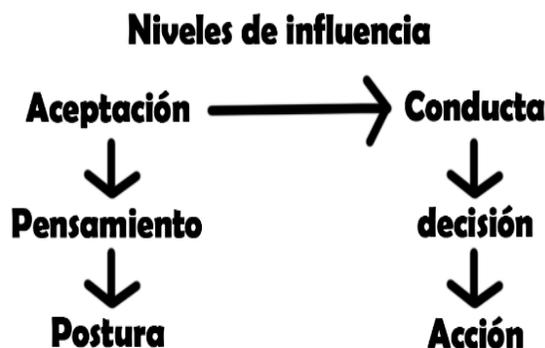
Se puede señalar que, las personas que generan los contenidos desde estas páginas tienen diferentes intereses, ya sea políticos, económicos, satíricos o de aceptación social, según Sergio Díaz:

“Yo creo que muchos lo que hacen, es conseguir más seguidores, más me gusta, más aceptación social, Pero una vez que se comprueba que la información es falsa, es negativa, pues en vez de ser una persona de fiar, se vuelve todo lo contrario, entonces la gente se aleja” (comunicación personal, marzo 19 de 2022)

Asumiendo que, desde las redes sociales se gestan los contenidos que atraen a las masas, independiente del interés de la persona que los creó, el camino a seguir de los receptores se deriva en 2 factores, según Miguel Velázquez:

“Hay unos niveles de influencia muy fuertes, yo pensaría que el primer nivel de influencia es el de pensamiento, el de postura frente a la situación, te dejas permear por la situación o por la información que te está llegando, El nivel de conducta ya es cuando vos asumís que vas a hacer algo porque lo que te dijeron, lo asumiste como una verdad absoluta” (comunicación personal, marzo 19 de 2022)

**Figura 5. Niveles de influencia**



Y es a través de estos 2 niveles que se puede medir este objetivo, por medio de la aceptación y la conducta, desde qué tan dispuesta está una persona en aceptar la

ideología que le propone una publicación y dependiendo de esto, si se atreve a realizar una acción para cambiar algún aspecto de su vida o la de los demás y esto se puede ver reflejado en temas sociales como la aceptación y aplicación de la vacuna.

Puesto que, una vez se pasa el nivel de la aceptación, es decir, ya se asimila lo que se observa como una verdad, en el actuar de las masas puede influir también el hecho de que varias personas estén realizando una misma acción, pues esto genera más confianza en una persona lo que lo motiva a participar también, “hay una tendencia humana de repetir lo que la masa hace, entonces a mí no me pregunten que creo, sino en qué piensa la gente y en eso creeré yo”, afirmó Miguel Velázquez (comunicación personal, marzo 19 de 2022).

De nuevo, desde la aceptación y el actuar de la gente, se puede considerar que una información o publicación toma fuerza en el momento en el que intervienen estos 2 factores y se combina con el poder que trae consigo la acción colectiva, es decir, si se crea una noticia falsa y varias personas la comienzan a reproducir, llegará el momento en el que esta información se convierta en una verdad para una multitud, esto, según las ideas de Miguel Velázquez y Sergio Díaz, se debe a la falta de educación digital que tiene la población ya que “una información falsa toma fuerza porque varios la legitiman, al ser multitud crean masas, y con estas, comportamientos de reproducción de información que terminan convirtiendo una noticia falsa en una poderosa desinformación” (comunicación personal, marzo 12 de 2022), que para muchos termina siendo una verdad absoluta. Algo similar explica Harold Lasswell al afirmar que lo que conlleva a las masas a realizar una acción, es una motivación en común (Lasswell, 1985).

Si bien Welles (1898), en su programa radial **la guerra de los mundos**, causó un estallido social de pánico debido al poco contexto que tuvieron las personas que entraron tarde a su transmisión, la pandemia de Covid -19 en sus inicios tampoco se quedó atrás; A pesar de que las personas esta vez tenían mucho más acceso a la información, fue esta misma la que generó problemas en el imaginario de la gente, asociando la vacuna a todo lo malo que en las redes veían.

Todo lo anterior se evidencia al momento de tomar los relatos de la enfermera en jefe, Ingrid Liseth Cuervo Jaras, quien formó y sigue formando parte del Plan Nacional de Vacunación desde el inicio de sus etapas hasta la actualidad.

2La información afecta mucho si es errada, pues en un principio, lo que se solía ver eran las afectaciones que causaba la vacuna según las publicaciones... la gente creía que se les implantaba un chip o que se iban a convertir en zombis, y eso afectó

el proceso de vacunación ya que muchos usuarios temían morir a causa de la vacuna<sup>2</sup> (comunicación personal, marzo 19 de 2022).

Visto que, todas las personas que Ingrid atendió, iban con el objetivo de vacunarse, no implica el hecho de que tuvieran una consciencia plena de lo que realmente significaba la vacuna, pues según sus propias palabras, “al ser una vacuna sacada en poco tiempo, tocaba darles muchas explicaciones a los usuarios de lo que les iba a causar la vacuna en un principio, y lo que iban a reforzar en un futuro”. (comunicación personal, marzo 19 de 2022)

Dado lo anterior, es importante en materia de opinión pública, conocer cuáles son las perspectivas de las personas frente al tema de vacunación, y esto se puede lograr tanto de voz a voz, siendo el caso de la enfermera en jefe que tiene la oportunidad de preguntar cuáles son las inquietudes de las personas, o también desde las mismas redes sociales, a través de los comentarios en las publicaciones, todo esto con el fin de conocer las subjetividades que según Foucault (1999), hacen parte de lo que los individuos normalizan del contexto para así tener un indicio de cuáles son las dudas o creencias generales de las personas y así poder implementar estrategias para poder atacar la desinformación sobre el tema.

Además, el efecto persuasivo y comunicativo que se genera desde los procesos de divulgación de información se observó a través de los relatos tanto de los expertos como de la población del barrio Andrés Sanín mencionada en capítulos anteriores y se reconoce por factores como el miedo, la ignorancia, la decisión personal ante la vacunación contra el Covid-19.

finalmente, se sienta la base de que un modelo de educación con énfasis en la información digital debería ser indispensable en la actualidad ya que la falta de discriminación de información puede ocasionar una aceptación y un cambio de comportamiento o conducta que puede llevar a una acción colectiva.

## 9. HALLAZGOS

A continuación, los hallazgos más relevantes que se encontraron por medio de los instrumentos de investigación propuestos y llevados a cabo en la comunidad del barrio Andrés Sanín, redes y profesionales.

Primeramente, el nivel de escolaridad puede influir en el modo de ver la información y en la forma que el sujeto la puede aceptar o legitimar a través sus redes sociales, dependiendo de cuál sea el nivel, una noticia se puede percibir por el sujeto de manera satírica, realista, verdad absoluta, dudosa o falsa.

Así mismo, se puede apreciar que, en los rangos de edad más bajos, se intenta replicar la información que se legitima desde los conocimientos adquiridos de cada sujeto, y en los rangos de edad más altos, se aprecia que la información es poco replicada debido al posible desconocimiento de los entornos digitales.

En adelante, la información se puede legitimar de 2 formas, una es aceptando la información, cambiando la postura que tiene una persona frente a un tema determinado y la otra es de comportamiento, donde una vez obtenida esta información, el sujeto se dispone a hacer algo con esta, por lo general, compartirla.

En cuanto a la información visual y compartida por redes, se puede incluir que, una de las características visuales más importantes es cómo se posiciona la información para que sea más llamativa, si se observa la imagen perteneciente al grupo del Ministerio de Salud se puede inferir que la imagen se limita a ser simple, sin mucha saturación de elementos, mientras que en la imagen del grupo *No a la vacuna*, se puede observar demasiados elementos textuales, pero bien acomodados en la imagen, de tal manera que ambos logran captar la atención del público.

Para finalizar, Se puede reconocer que, desde el modelo aristotélico de la comunicación adaptado a las redes sociales, como lo muestra la figura 4, se crean las bases para entender cómo se gestan las publicaciones, bajo qué intereses y cómo es la retroalimentación del contenido publicado en los diferentes grupos que atraen a distintos seguidores que bien pueden ser simpatizantes u opositores de la información.

## 10. CONCLUSIONES

La realización de este proyecto de grado permitió conocer más de cerca el proceso comunicativo y persuasivo que se gesta desde las redes sociales a partir de los relatos de las personas del barrio Andrés Sanín, además de entender desde fuentes profesionales las causas y los resultados del actuar de las personas; esta experiencia deja a su cierre ciertas conclusiones que serán expuestas en este apartado final.

En el proceso se conocieron los relatos de algunos habitantes de Andrés Sanín en cuanto a sus experiencias en redes sociales como Facebook, durante la pandemia y el comienzo de la implementación de la vacuna contra el Covid-19, dando a entender cuáles eran sus miedos y desconfianzas y por qué se generaban estas, además de sus carencias informáticas.

A partir de lo anterior, se da a entender que todo se debía a una comprensión de las publicaciones vistas en las redes sociales que avivan la incertidumbre, la desconfianza y el miedo en algunas personas que en un momento determinado cambiaron su forma de ver el mundo, adaptándose a la nueva realidad que suponían era la verdad absoluta transmitida a través de unas publicaciones.

Como resultado, dados los relatos de las personas del barrio, se concluyó, que los aspectos de aceptación y legitimación de información se pueden dar a través de la discriminación de la información, en su mayoría marcada por el nivel de escolaridad y una falta de enseñanza pedagógica institucional básica para el buen uso de la internet, la afinidad ideológica y la presión que ejercen las masas sobre un sujeto.

Por otra parte, el ejercicio de investigación permitió en materia teórica resaltar y poner a prueba las bases de los autores que permitieron fundamentar los conceptos de comunicación, redes, acción colectiva, que fueron relevantes para la realización de este proyecto.

De la misma manera, a través de la observación en redes, se lograron identificar aspectos visuales que incentivan a un actuar por parte de los espectadores, esto se da gracias a la estructura del contenido, el tono y las gráficas o imágenes alusivas a crear un sentimiento en el espectador que lo motive a ejercer una acción.

En relación con lo antes expuesto, se concluye que el hecho de que un grupo en redes sociales o en Facebook tenga muchos seguidores, no quiere decir que todos

estén de acuerdo con el contenido que en ese grupo se publica, esto se evidencia, a través de los comentarios de dichas publicaciones, donde se aprecian simpatizantes y detractores de la información publicada.

Asimismo, se precisa la internet como elemento diferencial dentro de los procesos de legitimación de información, se trae a colación el medio por el cual esta se hace visible, ya que, a diferencia de otros medios como la televisión, la radio, o la prensa, esta tiene la característica fundamental intrínseca de la bidireccionalidad al permitir conocer los mensajes de los receptores de forma inmediata, lo que genera una comunicación profunda y horizontal.

Sobre la base de la comunicación aristotélica criticada por Ramiro Beltrán (s.f), se realizan algunas modificaciones basadas en la adaptación a redes sociales, de la cual se concluye una manera de entender mucho mejor la acción recíproca de la comunicación en las redes sociales, ya que se permite interactuar no solo con el creador del contenido, sino, que permite interactuar con las personas que han dejado su opinión plasmada, permitiendo disminuir el ruido que se generaba anteriormente en canales como radio, televisión y prensa.

De acuerdo con los profesionales en el área de la comunicación y las nuevas tecnologías se reconoce el efecto persuasivo y comunicativo desde los procesos de divulgación de la información a través de dos niveles de influencia: el de aceptación y el de conducta, dichos niveles afectan primero desde el pensamiento de la persona y por último impulsa un comportamiento ante una decisión, para explicarlo mejor en una simple frase: primero se acepta lo que se ve y segundo, se hace algo con esta información.

Sin embargo, uno de los problemas del primer nivel de influencia, es que es un generador de polaridades, por lo tanto, el aceptar una información como verdad absoluta, puede causar conflicto ante toda la información que intente desacreditar dicho pensamiento ya arraigado.

Por último, se concluye que la información divulgada por las redes sociales, especialmente en la plataforma Facebook, puede poseer una manipulación sobre el público, según el grupo por el que se publiquen la piezas visuales o audiovisuales ya que de esto depende el alcance que pueda tener una publicación. Además, la información que por este medio se promueve, altera la decisión de la aplicación de la vacuna contra el Covid-19, y esto se puede evidenciar a través de los relatos de la experta en el área de la salud.

## **11.RECOMENDACIONES**

A partir del ejercicio teórico y metodológico que se desarrolló en el transcurso de este proyecto de grado, se pueden enunciar algunas recomendaciones que pueden servir a futuras investigaciones con similitudes a este.

En cuanto al planteamiento del problema, se recomienda delimitar teniendo en cuenta la accesibilidad a la población objetiva, ya que va a ser indispensable en su momento, requerir de ellos en el menor tiempo posible y con toda la disposición con la que se pueda contar; si es posible no contar con personas conocidas, ya que puede haber un conflicto de intereses que afecte la veracidad de la investigación.

En relación con la metodología, se recomienda estructurar un plan o maquetación de acciones a realizar, todo dependiendo del tipo de investigación al que se sujete, es decir, si es cualitativa o cuantitativa, una vez terminada esta maqueta y obtenidos los resultados con las herramientas de investigación planteadas, realizar una matriz con observaciones, hallazgos y declaraciones importantes por parte de los sujetos de estudio y la opinión como investigador.

Por último, se recomienda tener tiempo para realizar la investigación de la mejor manera posible, evitar realizar actividades de tiempo completo que puedan interrumpir o postergar el proceso de investigación ya que puede interferir mucho en la realización de la escritura y del trabajo de campo.

## REFERENCIAS

- Andrés, C. P. (2002). Sobre la metodología cualitativa. *esp salud pública*. 5 (76), 373-380.  
[https://www.scielosp.org/article/ssm/content/raw/?resource\\_ssm\\_path=/media/assets/resp/v76n5/editorial.pdf](https://www.scielosp.org/article/ssm/content/raw/?resource_ssm_path=/media/assets/resp/v76n5/editorial.pdf)
- Asociación española de codificación comercial. (s.f.). Facebook lucha contra las "Fake News" <https://www.aecoc.es/innovation-hub-noticias/facebook-lucha-contra-las-fake-news/>
- Beltrán, L. R. (2011). Adiós a aristóteles: la comunicación "horizontal". *Punto cero*, 12 (15), 15-20. <http://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/viewFile/42/41>
- Croizer, M., y Friedberg, E. (1990). *El actor y el sistema: Las restricciones de la acción*. croizer, & e. friedberg. <http://blogs-fcpolit.unr.edu.ar/sociologiapolitica/files/2013/09/el-actor-y-el-sistema.pdf>
- Departamento Administrativo de Planeación. (2020). *Cali en cifras*. G. E. Morales, Ed.
- Educación, M.D. (2018). *Tasa de analfabetismo en Colombia a la baja*. Ministerio de Educación Nacional.  
<https://www.mineducacion.gov.co/portal/salaprensa/Noticias/376377:Tasa-de-analfabetismo-en-Colombia-a-la-baja#:~:text=Bogot%C3%A1%2C%20septiembre%20%20de%202018,puntos%20porcentuales%20en%20ese%20lapso.>
- García, G. I. (2001). *Comunicación electoral y formación de la opinión pública*. valencia: Universitat de valència. <https://core.ac.uk/download/pdf/71058236.pdf>
- García, M. A. (2018). Fake news, la verdad de las noticias falsas. *Plataforma Editoria*ll. (28) 1-2. [https://www.tse.go.cr/revista/art/28/fake\\_news.pdf](https://www.tse.go.cr/revista/art/28/fake_news.pdf)
- Gonzales, M. A. (2019). *Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información*. Ámbitos. (45) 1-24.  
[https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/88071/Fake\\_News-\\_desinformacion\\_en\\_la\\_era\\_de\\_la\\_sociedad\\_de\\_la\\_informacion\\_.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/88071/Fake_News-_desinformacion_en_la_era_de_la_sociedad_de_la_informacion_.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Henst, C. V. (2005). *Qué es la web 2.0*.  
<https://www.academia.edu/download/33054442/Queeslaweb2.0.pdf>

- Hernández, S. R. (2019). *La batalla contra las noticias falsas.* [Tesis de pregrado Pontificia universidad javeriana]  
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/46763/TG-RAMOS%2c%20SEBASTI%c3%81N..pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lasswell, H (1985). Estructura y función de la comunicación en la sociedad.H. lasswell, *Sociología de la comunicación de masas*. Gustavo Gilli, <http://periodismo.uchile.cl/talleres/teoriacomunicacion/archivos/lasswell.pdf>
- Minsalud..(2021). Plan de Vacunacion contra el covid 19. <https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/Vacunacion/Paginas/Vacunacion-covid-19.aspx>
- Economía Digital (2021). *La pandemia dispara el uso de las redes sociales, un 27% más que hace un año.* <https://www.expansion.com/economia-digital/innovacion/2021/02/10/6022c89de5fdea59448b459b.html>
- Marc, E., y Picard, D. (1992). la interacción social, cultura instituciones y comunicación. *la interacción social, cultura instituciones y comunicación*. ediciones paidós.
- Martín, A. G. (2003). *La alfabetización en la era de internet*. Gedisa.
- Moreschi, A. A. (2013). *La subjetividad a debate*. mexico : sociológica (mexico).
- Müggenburg, M. C., Pérez Cabrera, I., & Rodriguez. (2007). *Tipos de estudio en el enfoque de investigación cuantitativa*. Enfermería Universitaria.
- Peñaloza, A. J. (2012). *Periodismo y medios digitales, nuevas maneras de informar*[Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Javeriana]. <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/5745/tesis826.pdf?sequence=3&isAllowed=yComo>
- Rodríguez, E. (02 de 03 de 2018). *Como es la historia de Facebook*. <https://www.lainformacion.com/tecnologia/como-es-la-historia-de-facebook/6343339/>
- Roszak, t. (1988). *el culto a la información*. barcelona: Gedisa. [https://www.academia.edu/download/56544329/edoc.site\\_roszak-theodore-el-culto-a-la-ion2.pdf](https://www.academia.edu/download/56544329/edoc.site_roszak-theodore-el-culto-a-la-ion2.pdf)

- Salinas, J. (2003). *Comunidades Virtuales y Aprendizaje Digital*. <https://campus.fundec.org.ar/admin/archivos/3%20conferenciasalinas.pdf>
- Secretaria de Salud Pública Municipal. (2015). *Análisis de Situación Integrada de Salud*. Secretaria de salud Pública Municipal.
- Serrano, M. M. (1986). La producción social de la comunicación. *signo y pensamiento*. 5 (9), 40-62
- Statista. (2021). *Redes sociales con mayor número de usuarios activos a nivel mundial a enero 2022*. <https://es.statista.com/estadisticas/600712/ranking-mundial-de-redes-sociales-por-numero-de-usuarios/>
- Statista. (2021). *Número de personas fallecidas a consecuencia del coronavirus a nivel mundial a fecha de 12 de junio de 2022, por continente* <https://es.statista.com/estadisticas/1107719/covid19-numero-de-muertes-a-nivel-mundial-por-region/>

## ANEXOS

### Anexo A. Formato para llevar a cabo las entrevistas

#### PENSAMIENTO ESTRATÉGICO DE TRABAJO INVESTIGATIVO

Objetivo	Método	Instrumento	Sujetos	Categorías	preguntas
<p><b>1</b> Identificar aspectos de aceptación y legitimación de información divulgada y replicada en Facebook por parte de los sujetos de estudio enmarcados dentro de los grupos seleccionados</p>	<p><b>Cualitativo</b></p>	<p>- <b>Entrevistas</b></p>	<p>(jóvenes, adultos, adultos mayores).</p>	<p>-<b>discursos y Relatos</b> - <b>Comunicación</b> -<b>redes</b> - <b>cotidianidad</b></p>	<p>1.información demográfica 2. ¿qué veía en los medios antes de empezar la pandemia? 3. ¿por dónde se informaba cuando inició la pandemia? 4. ¿cómo era su percepción del coronavirus antes, durante y actualmente? 5. ¿cómo veía la información que circulaba en las redes sociales acerca del virus (humor, miedo, curiosidad, etc)? 6. ¿qué ha visto acerca de la vacunación contra el Covid? 7. ¿cómo cree usted que las vacunas han intervenido en la vida de las personas? 8.en los grupos de Facebook que has visto, ¿qué tantas importancias le daban al tema del Covid, y la vacunación? 9. ¿cómo cree usted que actúa la vacuna?</p>

					<p>10. ¿qué es lo más descabellado que has escuchado o visto en redes acerca de la situación sanitaria y vacunación?</p> <p>11. ¿cómo sabe usted qué noticias acerca del Covid y la vacunación son verídicas o son falsas?</p> <p>12. ¿en qué grupos de facebook es más recurrente ver noticias falsas sobre este tema?</p> <p>13. ¿qué medios sigue?</p> <p>- ¿los sigue en redes sociales?</p> <p>-qué otro medio tradicional sigue?</p> <p>-sigues medios extranjeros?</p> <p>14. ¿qué tipo de formatos consume?</p> <p>15.¿qué tanta interacción tienes a través de las noticias (solo veo el copy, interactúo en los comentarios, leo todo el contenido)</p> <p>16.¿se vacunó conscientemente?( con miedo, porque le tocó, verdaderamente confía en la vacuna)</p>
<p><b>2</b></p> <p>Caracterizar los elementos diferenciales dentro de los procesos de legitimación de la</p>	<p><b>cualitativo</b></p>	<p><b>Observación en redes</b></p>	<p><b>Grupos de Facebook</b></p> <p>Como</p> <p>-min salud</p> <p>-no a la</p> <p>vacuna</p> <p>-¿?</p>	<p><b>-Medios masivos</b></p> <p>-opinión pública</p> <p>- subjetividad</p> <p>- información</p>	<p>1. ¿qué características posee la información oficial y la no oficial?</p> <p>2. ¿qué características poseen los comentarios de las</p>

información, a partir de los relatos de los sujetos de estudio enmarcados dentro de los grupos seleccionados.				- comunidades virtuales	publicaciones oficiales y no oficiales? 3. ¿cómo son los elementos visuales y textuales de las publicaciones de grupos oficiales y no oficiales?
<b>3</b> Reconocer el efecto persuasivo y comunicativo que se genera desde los procesos de divulgación de información legitimada por parte de los sujetos de estudio enmarcados dentro de los grupos seleccionados.	<b>cualitativo</b>	- entrevistas	<b>Profesionales</b>  - psicólogos - comunicadores - personal de salud (Puerto Mallarino)	- fake news - manejo de la información - opinión pública - acción colectiva	1. ¿qué lleva a una persona a creer que algo puede ser cierto y que no? 2. ¿cómo la información puede desencadenar una avalancha de posturas, sobre un tema determinado? 3. ¿Qué tan peligrosa puede ser una información falsa? 4. ¿cómo se puede detener esta llamarada de información, que aviva el voraz miedo de las personas?

**Anexo B. Fotos entrevistados**

