



FACULTAD DE COMUNICACIONES

CARRERA DE **COMUNICACIÓN Y PERIODISMO**

“ANÁLISIS DE LAS FAKE NEWS EN LA RED SOCIAL  
FACEBOOK RESPECTO AL COVID-19 EN EL GRUPO ‘NO  
A LA VACUNACIÓN OBLIGATORIA-PERÚ’, 2022”

Tesis para optar al título profesional de:

**Licenciado en Comunicación y Periodismo**

**Autores:**

Tamara Geraldine Martinez Tarrillo

Kevin Raziel Valdez Bravo

**Asesor:**

Dr. Yulvitz Ramón Quiroz Pacheco

<https://orcid.org/0000-0001-5453-855X>

Lima - Perú

2024

## JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	<b>Guillermo Maura Lau</b>
	Nombre y Apellidos

Jurado 2	<b>Jorge Eder Clavijo Correa</b>
	Nombre y Apellidos

Jurado 3	<b>Yulvitz Ramon Quiroz Pacheco</b>
	Nombre y Apellidos

## INFORME DE SIMILITUD

### Tesis final - Martínez y Valdez

#### INFORME DE ORIGINALIDAD



#### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>4%</b>
<b>2</b>	<b>repositorio.upn.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>Submitted to Universidad Privada del Norte</b> Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>uvadoc.uva.es</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>Fraj Herranz, Elena Gabriela, Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat. "Políticas del fake: la ficción mediática como modo de resistencia y emancipación", [Barcelona] : Universitat Autònoma de Barcelona,, 2015</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>es.scribd.com</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>chop.bible.com</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>

## DEDICATORIA

A mis padres Luis e Yngrid por levantarme en cada caída, todos los logros de mi vida son gracias a su esfuerzo diario. A mi hermana Diana por ser mi confidente y motivarme a no rendirme cuando las cosas se ponen difíciles. También quiero dedicárselo a Pituca, mi perrita en el cielo, quien fue mi fiel compañera durante muchas amanecidas previas a la entrega de este trabajo. Finalmente, a Paola por enseñarme el significado de la lealtad y el amor sin condiciones.

-Tamara Martínez.

## AGRADECIMIENTO

A todas las personas que pasaron por mi vida para darme una lección, me llevo cada enseñanza, para bien o mal, que me brindaron. Al amor de todas mis vidas, a quien siempre mantengo en el corazón y la mente cuando no está presente y a Sofía, mi pequeña luz a la que algún día le leeré estas líneas y sabrá cuánto la he esperado.

-Tamara Martínez.

## Tabla de contenido

Jurado calificador.....	2
Informe de similitud.....	3
Dedicatoria.....	4
Agradecimiento.....	5
Tabla de contenido.....	6
Índice de tablas.....	7
Resumen.....	8
Capítulo I: Introducción.....	9
Capítulo II: Metodología.....	29
Capítulo III: Resultados.....	34
Capítulo IV: Discusión y conclusiones.....	56
Referencias.....	63

## Índice de tablas

<b>Tabla 1: Muestra de la investigación.....</b>	<b>30</b>
<b>Tabla 2: Instrumento de la investigación.....</b>	<b>32</b>
<b>Tabla 3. Famosos sufren efectos adversos y muerte tras las vacunas.....</b>	<b>35</b>
<b>Tabla 4. La sangre y espermatozoides de los no inyectados cuesta oro en usa y otros países.....</b>	<b>37</b>
<b>Tabla 5. Abajo la salvaje dictadura sanitaria.....</b>	<b>39</b>
<b>Tabla 6. Más de 75 deportistas "repentinamente fallecidos en 5 meses".....</b>	<b>41</b>
<b>Tabla 7. Coronavirus el salmos 91, no es para todo el mundo.....</b>	<b>43</b>
<b>Tabla 8. Dios eligió lo que el mundo considera ridículo para avergonzar a los que se creen sabios.....</b>	<b>45</b>
<b>Tabla 9. Expected viscosity after covid-19 vaccination hyperviscosity and previous covid-19.....</b>	<b>48</b>
<b>Tabla 10. Si no deseas vacunarte, te registramos en el sistema del minsa.....</b>	<b>50</b>
<b>Tabla 11. Mascarillas y geles llenos de tóxicos.....</b>	<b>52</b>
<b>Tabla 12. Ya hay más de 190 países que han firmado con la OMS cediendo en una próxima crisis sanitaria todos nuestros derechos.....</b>	<b>54</b>

## RESUMEN

El presente estudio titulado "Análisis de las *fake news* en la red social Facebook respecto al COVID-19 en el grupo 'No a la Vacunación Obligatoria-Perú', 2022" tuvo como objetivo principal analizar como se presentan las denominadas 'fake news' dentro del grupo 'No a la Vacunación Obligatoria-Perú' en la red social Facebook. Estas noticias fueron examinadas para descifrar su contenido y como este favorece su difusión en el grupo.

La metodología de enfoque cualitativo examinó diez noticias falsas relacionadas con la pandemia de COVID-19 que fueron difundidas en el año 2022, el diseño fue no experimental descriptivo, como instrumento se seleccionó la ficha documental.

Los resultados del estudio mostraron patrones interesantes acerca de la difusión de *fake news* en el grupo de Facebook elegido pues se pudo observar minuciosamente la estructura de cada noticia falsa (contenido, tipografía y fuentes). Además, se identificaron los temas más comunes que son tocados en las noticias falsas y la forma en que son presentadas al público.

Como conclusión se obtuvo que las noticias falsas compartidas en el grupo seleccionado buscan tener la mayor similitud con una noticia real, imitando los titulares y hasta la tipografía que utilizaría un medio de comunicación convencional.

**PALABRAS CLAVES:** Fake news, Facebook, COVID-19, pandemia.

## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

La investigación 'Influencia de las noticias falsas en la opinión pública' realizada por Servimedia (2018) en España, concluyó que el 94,1% de los participantes accedió a la información facilitada por los medios de comunicación utilizando las redes. Para el 75,3%, consultar la información de las páginas webs oficiales de los medios es otra razón por la que usa la red. Mientras que un 61,8% alegó que la usa para revisar sus redes sociales, foros o chats privados. La misma investigación demostró, mediante entrevistas online y presenciales a estudiantes y profesionales del periodismo, que los principales motivos por el cual se crean noticias falsas (*fake news*) es perjudicar la imagen y/o la reputación de un individuo o compañía ya que quien las genera cree obtener un beneficio personal o para el grupo en el que se encuentra.

Por otro lado, la mayoría de estadounidenses recibe sus noticias a través de las redes sociales, exponiéndose diariamente a contenido falso o engañoso. El tráfico de páginas webs que contengan noticias falsas son sencillas de monetizar gracias a los anuncios, pero los motivos políticos son igual o hasta más poderosos. La población de Estados Unidos ha sido testigo de daños ligados a la desinformación que se difunde en las redes sociales, desde temas ligados a la salud erróneamente abordados, hasta la manipulación del mercado de valores (Zhou y Zafarani, 2020).

De igual manera, Parreira (2019) indica que las *fake news* en Brasil ponen en riesgo la credibilidad del periodismo y estos se hacen masivos ya que el público asume que son

verdaderas y las comparten a través de sus redes sociales o plataformas virtuales; de esa forma los algoritmos las masifican creando desorden en la información.

Debido a la crisis sanitaria iniciada con la llegada del COVID-19, nuevas expresiones están apareciendo para referirse a la desinformación que pueden causar las redes. Por un lado, el término 'infodemia' fue presentado por la Organización Mundial de la Salud (2020), haciendo referencia a la saturación excesiva de información sobre un tema, pudiendo ser real y rigurosa o falsa y confusa, dificultando a la población a encontrar fuentes de confianza.

Del mismo modo, Moure (2018) comenta que muchos medios hacen eco de información distorsionada que circula sin restricciones por internet. La causa de este fenómeno es el mal uso de las redes sociales, pues estas dan voz a cualquier individuo, que con solo recibir 'me gusta' difunde noticias falsas, apoyado de los algoritmos de las redes que retroalimentan más lo popular que lo veraz. A este problema se le denomina 'infoxicación sanitaria'. Dicho inconveniente se acrecienta debido a que, según el Observatorio Nacional de Telecomunicaciones (2018) más de la mitad de la población española se informa sobre temas de salud en Internet y el 22% en redes sociales, mientras que el 40% confía ciegamente en la información repartida en Google ya que aquella es presentada de manera atractiva haciendo uso de imágenes y colores llamativos.

Por tanto, se puede concluir que, debido a su alta influencia en la percepción de la realidad de los consumidores y su veloz tasa de refresco, las redes sociales funcionan una especie de medio de comunicación e información para los usuarios. Lo que puede volverse contraproducente si no es usada con responsabilidad, puesto que al permitir que cualquier

individuo pueda añadir sus propias publicaciones, da paso a una serie de desinformación en masa cuando no se puede comprobar si es o no verídica dicha data compartida.

## **1.2. Justificación de la investigación**

La presente investigación tiene por objetivo analizar las *fake news* o noticias falsas que se emitieron en Facebook acerca de la pandemia del COVID-19 en el grupo público 'No a la vacunación obligatoria-Perú'.

La razón para realizar esta indagación tiene que ver con la implementación de la red social Facebook como medio de información a raíz de la proliferación de noticias falsas o *fake news* durante la pandemia del COVID-19.

La plataforma a estudiar es Facebook ya que, según un estudio de la organización de investigación de mercados y consultoría – IPSOS (2023), es la red social más utilizada por los limeños. Asimismo, cabe resaltar que desde que la pandemia llegó a Perú en marzo del 2020 han surgido *fake news* sobre temas como las antenas 5G (mayo), el nuevo orden mundial producido por Bill Gates (abril- junio) o remedios caseros (abril).

## **1.3. Antecedentes**

Según Arias (2012), se refiere a los estudios previos: trabajos y tesis de grado, trabajos de ascenso, artículos e informes científicos relacionados con el problema planteado, es decir, investigaciones realizadas anteriormente y que guardan alguna vinculación con el presente proyecto, por lo que no deben confundirse con la historia del objeto en cuestión. Los antecedentes reflejan los avances y el estado actual del conocimiento en un área determinada y sirven de modelo o ejemplo para futuras investigaciones.

### 1.3.1. Antecedentes Nacionales

Honores (2016) en su investigación "Libertad de expresión Internet: Informaciones falsas que generan polémica en redes sociales" de la Universidad Jaime Bausate y Meza, se centra en identificar el modo de circulación que tienen las informaciones en falsas en redes sociales como Twitter y Facebook, además de brindar al usuario herramientas para ser capaces de discriminar la información falsa de la verdadera. Como objetivo principal, busca responder a la pregunta ¿cuál es el propósito de enviar información falsa?, tratando de buscar una explicación y solución al fenómeno mencionado.

El estudio cualitativo utiliza el método exploratorio descriptivo, mediante revisión de entrevistas pasadas a profundidad. Como resultado, determina que los consumidores peruanos carecen de conocimiento suficiente para reconocer una *fake news*, favoreciendo que una vez el usuario sea anónimo puede crear y compartir la información falsa que desee sin miedo a que los destinatarios sepan quién envió la noticia.

De igual manera, Flores (2016) en su tesis "Desarrollo de posverdad a través de Twitter: Fujimorismo y anti fujimorismo durante las elecciones presidenciales del Perú en el 2016" de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), se enfoca en analizar como se desarrolló dicho fenómeno en el ámbito político durante las elecciones presidenciales peruanas en 2016 con el objetivo de describir las publicaciones y su contexto,, explicar el impacto de estas en el consumidor y las consecuencias que tiene sobre ellos la postverdad.

La investigación es de enfoque mixto, pues analiza los enunciados y variables que encuentra y mide la cantidad de mensajes compartidos en Twitter. Por consiguiente, obtuvo

como resultado que las publicaciones falsas realizadas durante dicho periodo sirvieron para manipular con fines políticos a la población, tomando como ejemplo a Héctor Becerril, quien calificó negativamente a sus adversarios, creando falsas relaciones con personas altamente criticadas en ese entonces.

Asimismo, Herrera (2020), en su investigación "La verdad informativa y los temas de salud pública. Distorsión de la verdad informativa en el tratamiento impreso sobre la gripe AH1N1" de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, analiza el comportamiento y tratamiento periodístico de los medios impresos frente a la gripe AH1N1 y tiene como objetivo demostrar que la prensa al ejercer un rol sensacionalista distorsiona la realidad.

La investigación de enfoque cualitativo se basó en analizar los medios impresos del año 2009, tales como: *El Comercio*, *El Peruano*, *Perú 21*, *La República*, *Correo*, *Trome*, *Ojo*, entre otros. Como resultado, concluyó que los medios de comunicación abordaron las noticias acerca de la enfermedad usando el color rojo como signo de advertencia, un cerdo como símbolo y enfatizaron el uso de mascarillas por precaución; adaptando su contenido para crear alarma en la población.

Por su parte, Aznarán (2017) en su tesis "Análisis sobre el uso de Twitter como fuente de información para la pauta informativa del equipo periodístico del canal *Willax TV* desde la perspectiva de expertos en Independencia, 2017" de la Universidad César Vallejo, se basa en la "Teoría de la Agenda Setting" para demostrar que las personas asumen que algunos temas son más relevantes que otros debido a lo que es mostrado por los medios de comunicación.

En la investigación de tipo cualitativa se realizó entrevistas a cinco especialistas en producción periodística para identificar Twitter como recurso de información al momento de creación de las pautas informativas en *Willax Tv*. Como resultado, concluye que las redes sociales son un importante medio para la recopilación de información, sobre todo Twitter, que es la más utilizada por directores y productores de dicho canal televisivo.

### **1.3.2. Antecedentes Internacionales**

Fraj (2015) con su título de investigación "Políticas del fake: la ficción mediática como modo de resistencia y emancipación" de la Universidad Autónoma de Barcelona, España se formula la pregunta: ¿Cómo se da el concepto de representación a través del encuentro entre realidad y ficción a partir de los mecanismos de la retórica, de la metáfora y la simulación?

La investigación de enfoque cualitativo utiliza conceptos interdisciplinarios, no teorías. El principal objetivo fue identificar el problema de la verdad que emerge a partir de las cuestiones de la conexión entre la realidad y representación que se hallan en estos procesos, obteniendo como resultado que los *fakes* no están hechos para diferir entre lo cierto y lo falso, sino para auto posicionarse como verdaderos mediante la reconstrucción de signos dominantes.

Por otro lado, Muñoz (2017) en su investigación "Medios de comunicación y posverdad: Análisis de las noticias falsas en elecciones presidenciales de EE. UU. de 2016" de la Universidad Autónoma de Barcelona, España, indaga sobre el concepto de la posverdad

brindado por el diccionario Oxford y contrasta qué tanto se asemejan las noticias falsas a una verídica.

El estudio de enfoque cualitativo analiza el contenido de catorce fake news con mayor difusión en Facebook y las compara con una noticia construida tomando en cuenta los elementos que conforman una noticia periodística real. Como resultado, obtiene que los fakes news buscan imitar la apariencia de una información real, haciendo uso de elementos atractivos como títulos llamativos o fotografías; sin embargo, al no contar con ética, verificación de los hechos, fecha de publicación y demás recursos, pierden credibilidad. Además, alega que, las campañas electorales de Brexit y la estadounidense de Donald Trump, se apegaron a la posverdad para hacer política y manipular los hechos y la opinión pública con mentiras y la difusión de fake news.

También, Corbillón (2017) en su investigación "Estudio de la posverdad y las fake news en relación con la crisis catalana del 1-O" de la Universidad de Valladolid, estudia el fenómeno contextualizado en lo ocurrido el 1 de octubre de 2017 en Cataluña: el referéndum ilegal.

La investigación mixta se basa en la interpretación de las noticias en relación al contexto brindado y responde a la fecha, titular, medio y link (URL) de donde se han recogido las fake news. El objetivo principal es conocer las noticias e imágenes que se difundieron por redes sociales durante el Referéndum de Independencia ilegal celebrado en Cataluña el pasado 1 de octubre de 2017. Por consiguiente, concluye que las falsedades cuentan con un 70% más de probabilidades de ser retuiteadas que la verdad, debido a los bots que movilizan intencionalmente dichas noticias falsas. Además, menciona

que solo un 14% de los españoles es capaz de distinguir entre una noticia falsa y una verdadera.

Por otro lado, Del Castillo (2017), en su investigación "El problema de las falsedades en las redes sociales" de la Universidad de Sevilla, España, analiza cuán grave es el fenómeno de la divulgación de noticias falsas a través de las redes y cómo esto afecta la percepción de la realidad que tiene el usuario español.

Mediante un estudio cualitativo con el objetivo de demostrar cómo las redes sociales, debido a su inmediatez provocan la masiva difusión de noticias falsas sin un verdadero control, dejando al usuario desprotegido. Así pues, el estudio seleccionado concluye que la accesibilidad de la red propicia que cualquier persona pueda ser autor de noticias falsas. Los medios alternativos han favorecido a que las formas tradicionales del periodismo pierdan peso frente a los nuevos canales de comunicación como lo son las redes sociales.

## **1.4. Marco conceptual**

### **1.4.1. Fake news**

Según Amoros (2018), las características de las *fake news* son los ingredientes y platos estrella que se utilizan para formar una noticia falsa. Fotografías llamativas y titulares dramáticos son comúnmente utilizados para conmover, indignar o atemorizar. El autor explica, que la fórmula que se suele utilizar para la creación de *fake news* es: Impacto x ambigüedad + interés x difusión + rapidez = *fake news*.

Por su parte, Vázquez, Torrecillas y Suárez (2021), sostienen que el problema de encontrar una definición para las *fake news* se debe a que es un término muy ambiguo, puesto

que las variables implicadas en el desarrollo de una noticia falsa son diversas e interrelacionadas, lo cual incrementa la posibilidad de no encontrar una definición general y unívoca que pueda ser aceptable para la comunidad. Ante ello, como conclusión los autores plantean que, el principal problema es que la etiqueta *fake news* se trata de un oxímoron, ya que noticia significa información veraz, contrastada y de interés público; lo que la noticia falsa, tendría como significado todo lo contrario a la noticia.

Losada (2020) sostiene que las noticias falsas han existido desde siempre. El autor menciona que un claro ejemplo de ello es que el 21 de enero de 1530 en París, en uno de sus principales diarios se publicó que se había visto un 'Dragón' sobrevolando con tempestad y truenos los cielos de la ciudad parisina, utilizando como principal herramienta un titular llamativo en la portada del diario.

Así mismo, sostiene que en la actualidad gracias a los medios digitales se ha creado un nuevo fenómeno de noticias falsas gracias a que proliferan su rápida difusión, las cuales se encuentran apoyadas en titulares llamativos y en imágenes resaltantes. Como síntesis de su investigación, manifiesta que la noticia falsa es aquella información que busca alterar la opinión o actitudes de sus receptores en base a una realidad que se encuentra distorsionada según los intereses que pueda manejar el emisor.

Motolla (2020), sostiene que el término *fake news*, es un artículo reciente, el cual ha nacido a raíz de las nuevas plataformas digitales, ya que se han desarrollado las nuevas formas de comunicar. Incluso, precisa que hay varios términos que pueden guardar cierta relación, como: bulos, noticias falsas y *fake news*, la diferencia entre las *fake news* y las otras, es que esta se encuentra distribuida a través de plataformas digitales. En la misma

línea, la autora sostiene que se podría definir las *fake news* como aquella información que no posee un contenido informativo, pero que tratan de asemejar todas sus características a una noticia verdadera, pero no lo son, apoyándose principalmente en el uso de imágenes, ya que son el elemento más persuasivo.

Para Del Fresno (2019), las *fake news* son desórdenes informativos, las cuales son producidas intencionalmente y cuya estrategia principal es la fabricación de dudas y falsas controversias, con la finalidad de buscar un bien económico o ideológico. Además, menciona que las nuevas tecnologías como el internet han modificado el alcance de las mismas, teniendo un fuerte impacto en la sociedad actual.

#### **1.4.2. Fotografía**

Según Vargas (2014), la palabra fotografía proviene del griego 'phos' que significa luz y 'grafis' (diseñar o escribir), por lo que se traduce que la fotografía se trata de escribir o pintar utilizando la luz. En ese sentido, la fotografía se trata de un proceso que facilita la captura de imágenes. Mientras que en el pasado se utilizaban cámaras fotográficas que eran fijadas en un material sensible a la luz, el avance de la tecnología ha permitido que en la actualidad se utilicen medios digitales para la obtención de dichas imágenes.

Así, Munárriz (1999) define la fotografía como una representación precisa e idéntica. Son imágenes que reproducen la realidad exactamente tal y como es, de manera perfecta. Agrega que la fotografía es un sistema de representación muy especial, pues muestra la realidad mediante un proceso específico que difiere de otros sistemas como la pintura, el grabado o el dibujo.

Cros (2013) menciona que la fotografía tiene la capacidad de transmitir y preservar mensajes icónicos como ningún otro elemento, "muestran acontecimientos y hechos que se desarrollan en un tiempo determinado en la sociedad. Este tipo de contenido muestra lo que sucede gráficamente por lo que nos muestra lo que acontece en un instante determinado" (p. 126).

#### **1.4.2.1. Personajes**

García (1998), define como personaje a un ser humano o humanizado que desempeña cualquier tipo de función en el argumento utilizando acciones de por medio para brindar un mensaje en específico. Esta acción puede ser desempeñada por uno o más sujetos a su vez.

Se debe ofrecer a ambas partes involucradas la oportunidad de expresar su punto de vista. En el caso de acusaciones, la noticia debe ser expuesta una vez que la parte acusada haya podido defenderse, o en caso de haberse negado a declarar, dejar en claro que se hizo el intento de contactarlo, pero fue en vano (Martínez, 2016).

#### **1.4.2.2. Composición**

En fotografía, la composición se puede definir como la acción que realiza el fotógrafo al planear en un 'lienzo' en blanco todo lo que busca comunicar y qué desea omitir antes de capturar el momento. Es la estructuración de diversos elementos dentro de una misma escena de manera que sea factible elaborar un mensaje visual que genere un impacto en el ente receptor (Birkitt, 1999).

Para Pariente (1990), la composición es 'el esqueleto' de elementos de la imagen fotográfica, cuyo objetivo es generar un impacto visual al provocar interés y necesidad de información de parte del receptor.

Uno de los elementos principales de la composición es el encuadre, que juega un papel crucial al direccionar e intencionar la fotografía. Según Freeman (2008), este es elegido por el fotógrafo en el momento exacto en el que se toma la fotografía, pues los bordes del encuadre crearán una mayor o menor influencia en la imagen. Comúnmente la mayoría de las imágenes son captadas en formato horizontal por una cuestión de ergonomía, pues al ser humano se le hace más práctico observar de esta manera.

#### **1.4.2.3. Contexto**

Según Wright (2001), es común que el usuario no esté informado sobre el contexto fotográfico de la imagen que ven. Este, a su vez, puede ser manipulado por el creador con diversas técnicas para añadir interés, disminuyendo o acentuando partes del conjunto visual, similar a lo que sucede con las piezas caricaturizadas.

Bajo ese sentido, el contexto de la fotografía podrá ser alterado dependiendo directamente de la composición fotográfica, la luz y la colorización al momento de preparar el producto.

Asimismo, Vargas (2014) menciona que la dirección de la fotografía audiovisual es una mezcla entre la subjetividad propia del fotógrafo y los sujetos involucrados, lo que llevan a influir en el contexto en el que son capturados los momentos.

#### **1.4.3. Titular**

El titular es el elemento fundamental de una información, debido a que representa "la expresión del más alto nivel de la macroestructura informativa" (Van Dijk, 1990, p. 83). En

el *Libro de estilo* de *El País* (1990, p. 35), "los titulares constituyen el principal elemento de una información. Sirven para centrar la atención del lector e imponerle de su contenido".

Según Nadal (2009), las características definitorias de los titulares versan en torno de una doble prominencia: gráfica y discursiva. La prominencia gráfica se refiere a que los titulares se encuentran en letra negrilla y cuentan con mayor tamaño que el resto del cuerpo. La prominencia discursiva se refiere a un sistema semiológico que merece ser descrito y explicado correctamente.

Además, la función principal de los titulares es identificar los textos que se van a presentar, a manera de extracto. En muchas ocasiones depende de ellos que el lector siga o no leyendo el contenido (Nadal, 2009).

#### **1.4.3.1. Color**

Para Castañeda (2005), el color se ha incorporado en la vida diaria de manera determinante y sistémica como en los semáforos, avisos de circulación, códigos de los empaques, lo que indica que es uno de los insumos más utilizados cuando se habla de la comunicación visual. Asimismo, el color puede cambiar de acuerdo al contexto, por lo que se podría considerar uno de los elementos más ricos en el mundo de la imagen.

Se concuerda con Mauricio (2022), cuando menciona que un color puede transmitir emociones, como el rojo que simboliza pasión y el azul da una sensación de tranquilidad. Esta definición no le es ajena a los creadores de contenido, quienes utilizan de manera desmesurada los colores llamativos en las portadas, buscando influir en el lector.

A su vez, Quiroz (2009), sostiene que los 'diarios chichas', hacen uso de titulares con un tamaño mayor al promedio y hacen uso de colores estridentes como el rojo y el amarillo con diferentes matices para así hacerlos en exceso atractivos a la vista.

#### **1.4.3.2. Verbo**

Se entiende por la parte de la oración que significa los movimientos o acciones, hasta el estado, que genera el sujeto o los seres involucrados. Además, también son aquellas palabras que significan la acción de ejecutar diversos movimientos u operaciones de los sujetos (Bello, 2004).

Según Yanes, Mesa y Rafaella (2006), para mayor claridad del texto se recomienda el uso de verbos dinámicos de forma activa. Un verbo está en voz activa cuando es el sujeto quien ejecuta la acción descrita en el verbo. Vivaldi (1986) remarca esta teoría afirmando que el esquema correcto es: Sujeto + Voz activa verbal + objeto.

#### **1.4.3.3. Tipografía**

Haslam y Baines (2005) sostienen que el significado de tipografía es muy amplio y puede variar según la inferencia que le dé cada autor según su percepción. Ante ello, sostienen que la tipografía es el apartado que se ocupa tanto de la creación de caracteres que tienen como objetivo el transmitir un mensaje, los cuales pueden estar basados en un conjunto de fuentes o un surtido de letras y signos blancos tipográficos de diferentes tipos o clases.

Por su lado, Subiela (2013), en su investigación define que la tipografía es un simbolismo que genera identidad visual corporativa. En la misma línea menciona que se puede entender que la tipografía es portadora de un significado morfológico que va más allá

del meramente lingüístico, sino también transporta un significado gráfico, el cual puede potenciar el mensaje.

Ruder (1982), refiere que la tipografía es un conjunto de estructura y conceptos las cuales están sujetas a normas. Así mismo, en cuanto a su escritura, sostiene que la composición tipográfica está sometida a una finalidad precisa de comunicar e informar por medio de las letras.

Castelli citado por López Hidalgo (2009) identifica la altura, anchura y grosor o tonalidad como características principales. En cuanto a la anchura, las fuentes se clasifican en cuatro categorías: normal, condensada, extra condensada y extendida. Respecto a la tonalidad de las letras, determinada por su grosor de trazo, se pueden categorizar como claras, estándar, negras y muy negras.

#### **1.4.4. Contenido**

El análisis de contenido es utilizado para estudiar cual sea el documento en el que se presente un relato relacionado a cualquier objeto de referencia. Estos pueden ser orales, escritos y a su vez contar acontecimientos reales, como sucede en los medios de comunicación (noticieros) o contenidos no reales o ficticios, como cualquier relato mítico, inventado o falseado.

Asimismo, en Estados Unidos hacia finales del siglo XIX se empezaron a reconocer ciertos elementos en los periódicos que podían ser relacionados al sensacionalismo, en los que engrandecían el tamaño de los titulares buscando el lucro y el atraer la atención de mayor cantidad de lectores (Barahona, 2015).

Por su parte, Mayoral (2009) afirma que los acontecimientos a relatar deben ser reales y verificables; es decir, no se debería generar una noticia sin fuentes que puedan constatar lo que se está comunicando. De esta manera se evita el sesgo informático, que se da cuando, por ejemplo, se utilizan las fuentes de un solo lado de la noticia y se ignoran las del otro sector. El periodista debe plasmar la noticia tal cual como sucedió, evitando ejercer juicios de valor y siendo lo más objetivo posible, aunque esto no sea posible a cabalidad la mayor parte del tiempo (López, 2000).

Para lograr alcanzar la objetividad, el periodista debe excluir los juicios personales, evitando realizar calificativos o relatos tendenciosos que pueden influir en el lector y, presentar el relato en tercera persona.

#### **1.4.4.1 Uso de fuentes**

Miralles *et al.*, (2012) aseguran que el periodista está en la obligación de citar la fuente cada que le sea posible, misma que debe ser variada y balanceada. Para los autores, la veracidad de la noticia gira en torno a si esta puede o no ser verificada a través de las personas que forman parte de ella. En ese sentido, las fuentes pueden ser oficiales y no oficiales:

-Fuentes oficiales: se trata de autoridades o voceros del gobierno como municipalidades u organizaciones que normalmente están relacionados de manera directa con el hecho.

- Fuentes no oficiales: son participantes del hecho que suelen tener opiniones diversas y un punto de vista diferente a los brindados por las fuentes oficiales al carecer de algún tipo de autoridad.

#### 1.4.4.2. Lead

Para Moreiro (1993), el *lead* o entrada de la noticia está compuesto por los elementos principales de esta, a manera de resumen, se presenta antes del artículo al que se refiere a totalidad. Su origen se dio en el periodismo escrito, pero debido a su gran utilidad y versatilidad, viene siendo utilizado por los demás medios de comunicación.

Además, como función principal tiene el facilitar la comprensión y lectura de la noticia, así como captar la atención del lector al satisfacer la necesidad que tiene por actualizar su constante acceso a los nuevos acontecimientos de su entorno, pues al obviar los detalles banales y netamente centrarse en lo más importante, le brinda de manera rápida al usuario lo que estrictamente demanda y logra despertar su interés y atraerlo a leer la noticia completa.

Por su parte, Secanella (2018), menciona que la finalidad del *lead* es introducir al consumidor, en este caso al lector, en el hecho de forma agradable y atractiva, resaltando lo más llamativo de la noticia y dejando de lado los detalles secundarios.

Para Yanes (2003), es un trabajo en conjunto entre el título y la entrada, pues si el primero logra atraer al usuario, el *lead* debe confirmar este interés con el mayor número de datos, pero contradictoriamente, el menor número de palabras para no sobrecargar.

Por otro lado, para Iranzo y Latorre (2019), es un error bastante común pensar que el *lead* es el resumen de la noticia, pues este último no excluye lo no fundamental, sino que lo incluye de manera rápida, contrario al *lead* que debe discernir entre lo principal y lo secundario.

#### 1.4.4.3. Tipo de lenguaje

El lenguaje, sea verbal o no verbal trae consigo diversas interpretaciones y variaciones de acuerdo con el contexto en el que es presentado, pudiendo ser utilizado de manera formal o informal, según lo requiera el contexto. Es decir, el individuo adapta y amplía el lenguaje a consecuencia de su práctica, pudiendo sufrir cambios a nivel fonético contextual, regionales y semánticos (Amorim, 2014).

Saussure (2002), equiparó el lenguaje con un juego de ajedrez, en el que las piezas se mueven conforme a determinadas reglas y para el jugador es indiferente el material del que están hechas, sino cómo estas son capaces de adaptarse al movimiento que desea realizar.

Es muy importante que el texto sea claro, pues así será entendido por todos de manera rápida sin generar incógnitas que probablemente queden sin respuesta. Edo (2009) alega que es indispensable presentar los hechos de manera coherente para su fácil acceso y entendimiento.

Vivaldi (1973) informa que la claridad se alcanza cuando el texto puede ser entendido de manera sencilla por cualquier lector sin importar su nivel educativo, social o cultural, evitando utilizar un lenguaje técnico o con términos rebuscados.

### 1.5. Formulación del problema

#### 1.5.1. Problema general

¿Cómo se presentaron las *fake news* en la red social Facebook respecto al COVID-19, en el grupo 'No a la vacunación obligatoria-Perú', 2022?

### **1.5.2. Problemas específicos**

- ¿Cuál es la presentación de las fotografías de las *fake news* en la red social Facebook respecto al COVID-19, en el grupo ‘No a la vacunación obligatoria-Perú’, 2022?
- ¿Cómo están redactados los titulares de las *fake news* en la red social Facebook respecto al COVID-19, en el grupo ‘No a la vacunación obligatoria-Perú’, 2022?
- ¿Cómo se encuentran elaborados los contenidos de las *fake news* en la red social Facebook respecto al COVID-19, en el grupo ‘No a la vacunación obligatoria-Perú’, 2022?

## **1.6. Formulación de objetivos**

### **1.6.1. Objetivo general**

Analizar la presentación de las *fake news* en la red social Facebook respecto al COVID-19, en el grupo ‘No a la vacunación obligatoria-Perú’, 2022.

### **1.6.2. Objetivos específicos**

- Describir la presentación de las fotografías de las *fake news* en la red social Facebook respecto al COVID-19, en el grupo ‘No a la vacunación obligatoria-Perú’, 2022.
- Referir como están redactados los titulares de las *fake news* en la red social Facebook respecto al COVID-19, en el grupo ‘No a la vacunación obligatoria-Perú’, 2022.

- Indicar como se encuentran elaborados los contenidos de las *fake news* en la red social Facebook respecto al COVID-19, en el grupo ‘No a la vacunación obligatoria-Perú’, 2022.

## CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

### 2.1. Tipo de investigación

La presente investigación es de enfoque cualitativo. El diseño que se escogió fue el estudio de caso, este sirve para el análisis de ciertas problemáticas o situaciones específicas. (Ñaupas, *et al.*, 2013).

Según Kerlinger (1975), el enfoque cualitativo se refiere al procedimiento de investigación el que se usan diversos recursos como palabras, textos, dibujos, gráficos e imágenes para lograr comprender la vida social del sujeto que está siendo estudiado.

Asimismo, es de carácter descriptivo y no experimental, pues se limita a evidenciar la realidad, sin manipular las variables. Para Hernández Sampieri (2003), las investigaciones descriptivas buscan estudiar y recabar los conocimientos de las variables o indicadores.

Según Neiman y Quarante (2006) los diseños de estudio de caso se caracterizan por agilizar la recolección profunda y de manera detallada de lo que sucede durante la investigación.

### 2.2. Población y muestra

Según Valderrama (2015), la población es el conjunto de la totalidad de las medidas de las variables en investigación, en cada una de las unidades en materia. Basándose en la definición anterior, la población de estudio será el grupo de Facebook 'No a la vacunación obligatoria-Perú', espacio donde se reúnen cientos de usuarios a compartir y debatir sobre la información que tienen sobre las vacunas.

Cabe resaltar que el grupo es público, así que cualquiera en la red social puede comentar las publicaciones y compartir las publicaciones que son expuestas en este.

La muestra del presente estudio está conformada por un total de 10 publicaciones elegidas de un total de 46 noticias falsas publicadas entre enero a marzo del 2022.

**Tabla 1.** *Muestra de la investigación*

<b>Título de la publicación</b>	<b>Fecha</b>	<b>Enlace web</b>
Ya hay más de 190 países que han firmado con la OMS cediendo en una próxima crisis sanitaria todos nuestros derechos.	09/03/22	<a href="https://goo.su/uYC8nQ">https://goo.su/uYC8nQ</a>
Mascarillas y geles llenos de tóxicos	04/03/22	<a href="https://goo.su/yOyi">https://goo.su/yOyi</a>
Abajo la salvaje dictadura sanitaria	06/02/22	<a href="https://goo.su/uxS0xuh">https://goo.su/uxS0xuh</a>
Coronavirus el salmo 91, no es para todo el mundo	05/02/22	<a href="https://goo.su/2j0zz">https://goo.su/2j0zz</a>
Famosos sufren efectos adversos y muerte tras las vacunas	03/02/22	<a href="https://goo.su/a9MdlR7">https://goo.su/a9MdlR7</a>
La sangre y espermatozoides de los no inyectados cuesta oro en USA y otros países	02/02/22	<a href="https://goo.su/MULR">https://goo.su/MULR</a>
Más de 75 deportistas “repentinamente fallecidos en 5 meses”	02/02/22	<a href="https://goo.su/rMbPC2">https://goo.su/rMbPC2</a>
Dios eligió lo que el mundo considera ridículo para avergonzar a los que se creen sabios	21/01/22	<a href="https://goo.su/uQKG">https://goo.su/uQKG</a>

Expected viscosity after covid-19 vaccination hyperviscosity and previous covid-19	21/01/22	<a href="https://goo.su/XlxYJ">https://goo.su/XlxYJ</a>
Si no deseas vacunarte, te registramos en el sistema del MINSA	02/01/22	<a href="https://goo.su/9AQ1Xrv">https://goo.su/9AQ1Xrv</a>

### 2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

La técnica del presente trabajo de investigación es la observación. Bunge (2007) sostiene que la observación es el procedimiento empírico elemental de la ciencia que tiene como objetivo de estudio uno o varios hechos o fenómenos de la realidad, por lo que, en las ciencias sociales, el dato será aquello que se obtiene del proceso entre los sujetos y sus relaciones, por ello no es factual, lo cual lo llevaría a ser subjetivo.

Como instrumento se seleccionó la ficha documental, la cual según Arias (2020) el autor la requiere para poder medir, analizar, evaluar un objetivo específico y obtener mayor información. Esta ficha también se puede utilizar para poder obtener indicadores de gestión de redes sociales.

**Tabla 2.** *Instrumento de la investigación*

Página de análisis	No a la vacunación obligatoria-perú, grupo público de la red social Facebook	
Fecha de publicación		
Formato periodístico		
Titular		
<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Análisis</b>
<b>Fotografía</b>	Personaje	
	Composición	
	Contexto de imagen	
<b>Titular</b>	Color	
	Verbo	
	Tipografía	
<b>Contenido</b>	Uso de fuentes	
	Lead	
	Tipo de lenguaje (formal e informal)	

## 2.4. Procedimiento

Para llevar a cabo este estudio, se realizó una investigación exhaustiva de datos mediante el análisis y la comparación de investigaciones previas con el fin de analizar la data y como esta ha evolucionado. Esta exploración abarcó la revisión de tesis, artículos en revistas de renombre, documentos académicos, libros y fuentes provenientes de organismos internacionales relevantes.

Se enfocó en la búsqueda utilizando palabras clave como '*fake news*', 'Facebook', 'redes sociales', 'Covid-19' y 'post verdad' en diversas bases de datos, tales como Google Académico, Scielo, Dialnet y el archivo de la Universidad Privada del Norte.

Asimismo, se realizó la búsqueda de posts referentes a *fake news* publicados en el grupo público de la red social Facebook llamado 'No a la vacunación obligatoria-Perú'. De la recolección se tomaron capturas de pantallas a las noticias en cuestión y se adjuntaron correlativamente a una carpeta de Google Drive.


## **2.5. Aspectos éticos**

La presente investigación cualitativa se realizó respetando los estándares de citas de los autores. Con ello se brindó los créditos correspondientes a cada persona a la cual se mencionó, lo cual evitará el plagio en cualquier expresión de este y respetará sus ideas de estos.

Establecidas las normativas éticas, se procederá a redactar los links de las páginas web y libros en su versión digital, para poder atribuirles el crédito correspondiente. Además, para la estructura de este, se utilizó el formato académico de la séptima edición de APA. El presente estudio utilizó datos reales, con lo que se pretende evidenciar la realidad sin ser adulterada.


### CAPÍTULO III: RESULTADOS

**Tabla 3.** *Famosos sufren efectos adversos y muerte tras las vacunas*

<b>Página de análisis</b>	No a la vacunación obligatoria-perú, grupo público de la red social facebook	
<b>Fecha de publicación</b>	03/02/22	
<b>Formato periodístico</b>		
<b>Titular</b>	Famosos sufren efectos adversos y muerte tras las vacunas	
<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Análisis</b>
<b>Fotografía</b>	Personaje	No presenta personajes
	Composición	La imagen se encuentra compuesta por una parte del planeta tierra, donde se puede observar diferentes nebulosas en diferentes tonalidades de azul, la cual según la psicología del color representa confianza. Además, cuenta con letras amarillas, las cuales según la psicología del color pueden insinuar peligrosidad o alerta.
	Contexto de imagen	La imagen busca dar a conocer la supuesta muerte de los famosos en mención a causa de la vacuna contra el coronavirus.
<b>Titular</b>	Color	Presenta texto en color estándar (negro), cual es utilizado por la gran mayoría de notas informativas,

		post, etc. De este modo, busca asemejarse a una nota informativa.
	Verbo	El titular contiene el verbo “sufrir”, el cual busca generar mayor alertar e impacto para los lectores.
	Tipografía	Utilizan el lenguaje español. La tipografía utilizada guarda similitud con la fuente Calibri, con la cual genera mayor confianza al lector, ya que asume que es un texto oficial.
<b>Contenido</b>	Uso de fuentes	Al tratarse de una fake news, no presenta uso de fuentes citadas. Solo maneja opinión del redactor. Así mismo, menciona que se encuentran en la edición X(10), con lo cual se asume que ha tenido nueve tomos anteriores.
	Lead	Dentro de su lead, invitan a los usuarios a poder leer sus documentales realizados. El cual también guarda similitud con la fuente Calibri.
	Tipo de lenguaje (formal e informal)	El post presenta un lenguaje informal donde predominan los adjetivos calificativos. Además, su titular se encuentra en letras mayúsculas, lo que en el lenguaje digital significa busca influenciar la seriedad del lector, buscando mayor credibilidad en formato oración, buscando llamar la atención del usuario lector.

**Tabla 4.** *La sangre y esperma de los no inyectados cuesta oro en usa y otros países*

<b>Página de análisis</b>	No a la vacunación obligatoria-perú, grupo público de la red social facebook	
<b>Fecha de publicación</b>	02/02/22	
<b>Formato periodístico</b>		
<b>Titular</b>	La sangre y esperma de los no inyectados cuesta oro en usa y otros países	
<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Análisis</b>
<b>Fotografía</b>	Personaje	No presenta personaje
	Composición	Presenta un fondo turquesa con tonalidades de azul, el cual según la psicología de color trata de transmitir confianza. Presenta texto en mayúsculas de color negro centrado, acompañado de emojis. Por otro lado, el fondo presenta olas con terminales similares a la de una mano en color azul, buscando recalcar la confianza.


	Contexto de imagen	La imagen pretende difundir la información falsa sobre el valor del esperma de las personas que se vacunaron.
<b>Titular</b>	Color	Presenta letra en color negras gruesas mayúsculas, la cual, según el lenguaje de redes sociales, significa que se le quiere dar mayor énfasis a lo escrito (se podría asimilar como un grito o hablar fuerte). Además, presenta emojis para darle mayor dinamismo y modernidad al texto.
	Verbo	El post no cuenta con un verbo
	Tipografía	La tipografía es color negro gruesa, la cual se encuentra escrita en mayúscula que buscar llamar la atención del lector. Además, se encuentra centrada, respetando la regla de tercios para poder captar una mejor lectura.
<b>Contenido</b>	Uso de fuentes	Al tratarse de una fake news no presenta fuentes
	Lead	El post no presenta lead
	Tipo de lenguaje (formal e informal)	Usa un lenguaje informal y fácil de comprender. Además, presenta emojis para familiarizar al lector.

**Tabla 5.** Abajo la salvaje dictadura sanitaria

<b>Página de análisis</b>	No a la vacunación obligatoria-perú, grupo público de la red social facebook	
<b>Fecha de publicación</b>	06/02/22	
<b>Formato periodístico</b>		
<b>Titular</b>	Abajo la salvaje dictadura sanitaria	
<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Análisis</b>
<b>Fotografía</b>	Personaje	Presenta una silueta, caricatura o representación del rostro de un hombre tachado por un signo semiótico de prohibido por usar mascarilla, la cual tiene escrito la palabra obedece, haciendo referencia a que es un dependiente del sistema en el que se encuentra ubicado.
	Composición	Imagen creada a través de un programa de edición, la cual se encuentra compuesta por la silueta, caricatura o representación del rostro hombre tachada por un signo semiótico de prohibido. Además, presenta letras en mayúsculas de colores rojos que según la psicología del color buscan generar alerta en los

		usuarios y blanco, que según la psicología del color representa esperanza. Todo lo anteriormente mencionado, sobre un fondo de color negro, el cual representa muerte y miedo.
	Contexto de imagen	Pretende inducir al miedo a las personas que usan mascarillas, tratando de transmitirles el miedo, haciéndoles creer que viven en una dictadura sanitaria.
<b>Titular</b>	Color	El titular presenta color (negro) estándar de las notas informativas. Con el cual busca asimilarse a una nota informativa real.
	Verbo	Presenta el verbo "obedecer" cual busca impulsar el mensaje de la imagen
	Tipografía	Utilizan el lenguaje español. La tipografía utilizada guarda similitud con la fuente Calibri. Además, el texto se encuentra escrito en mayúsculas, con lo cual, en el lenguaje de redes sociales, busca darle mayor énfasis (símil de grito) al texto. Incluso para poder darle mayor fuerza a lo enunciado utiliza signos de exclamación acompañado de emojis, lo cual le da mayor dinamismo.
<b>Contenido</b>	Uso de fuentes	No presenta fuente, ni datos que potencien el mensaje
	Lead	No presenta
	Tipo de lenguaje (formal e informal)	Utiliza un lenguaje informal, acompañado de colores (rojo y negro) que inducen al miedo. Además, presenta signos de exclamación que buscan generar alerta en los usuarios. Acompañado de textos en mayúsculas y minúsculas, los cuales buscan darle énfasis al mensaje para transmitir miedo.

**Tabla 6.** Más de 75 deportistas “repentinamente fallecidos en 5 meses”

<b>Página de análisis</b>	No a la vacunación obligatoria-perú, grupo público de la red social facebook	
<b>Fecha de publicación</b>	02/02/22	
<b>Formato periodístico</b>		
<b>Titular</b>	Más de 75 deportistas “repentinamente fallecidos en 5 meses”	
<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Análisis</b>
<b>Fotografía</b>	Personaje	Presentan cuatro deportistas tres de apariencia caucásica y uno de rasgos afrodescendiente. Además, se puede apreciar el símbolo de covid detrás de los deportistas
	Composición	En la imagen de portada se aprecia 4 deportistas ganadores de medallas acompañados de un símbolo del covid junto a una aguja. Para ello, el signo de covid tiene tonalidades rojas y azules, lo que según la psicología del color buscaría darle credibilidad y miedo. Se encuentra ubicados en un fondo celeste claro donde se resaltan los personajes y el símbolo de covid.


	Contexto de imagen	Dentro de la imagen pretenden inculpar la muerte de los deportistas, por la vacuna contra la covid-19.
<b>Titular</b>	Color	El titular presenta color (negro) estándar de las notas informativas. Con el cual busca asimilarse a una nota informativa real.
	Verbo	El titular contiene el verbo "fallecer" que buscan generar mayor alertar e impacto para los lectores.
	Tipografía	Presenta una tipografía que combina las letras mayúsculas, minúsculas y números, buscando volver más simple la lectura del usuario queriendo quedar plasmado en su memoria. La fuente utilizada guarda similitud con la fuente Calibri, buscando asemejarse a una nota informativa real. Usa comillas en la palabra "repentina" con lo cual busca sonar irónico reforzando que el mensaje que las vacunas mataron a los deportistas.
<b>Contenido</b>	Uso de fuentes	Al tratarse de una fake news, no presenta uso de fuentes.
	Lead	Dentro de su lead menciona que hay aproximadamente cuatrocientas muertes de deportistas que fallecieron a causa de la vacunación contra la covid-19, lo que busca generar alerta al lector. Nuevamente se apoya en el uso de números, buscando volver más simple la lectura del usuario queriendo quedar plasmado en su memoria
	Tipo de lenguaje (formal e informal)	Presenta un lenguaje informal, incluso dentro de la descripción realizada por el usuario se usan jergas propiamente utilizadas por un sector en específico, volviéndose más atractiva para el potencial lector. Incluso, menciona que los medios de comunicación están desinformado a la población.

**Tabla 7.** Coronavirus el salmos 91, no es para todo el mundo

<b>Página de análisis</b>	No a la vacunación obligatoria-perú, grupo público de la red social facebook	
<b>Fecha de publicación</b>	05/02/22	
<b>Formato periodístico</b>		
<b>Titular</b>	Coronavirus el salmos 91, no es para todo el mundo	
<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Análisis</b>
<b>Fotografía</b>	Personaje	Presenta personaje, enfocándose y hablando ante la cámara utilizando ropa semi formal, con lo cual busca generar mayor confianza al poder verlo.
	Composición	Utiliza un personaje que se enfoca en un plano medio, el cual utiliza ropa formal buscando generar confianza al usuario. Detrás se puede apreciar un fondo

		de plantas, lo cual busca asemejarse a un ambiente de religiosidad.
	Contexto de imagen	Personaje habla sobre todos los males que viven el planeta en la actualidad (covid-19) los cuales son causados como un castigo de dios. Siendo la única forma de salvarse, entregado toda nuestra bondad a la religión que la profesa, incentivando a no escuchar los conejos que la comunidad científica daba en dicho momento de crisis sanitaria.
<b>Titular</b>	Color	El titular presenta color (negro) estándar de las notas informativas. Con el cual busca asimilarse a una nota informativa real.
	Verbo	El titular se encuentra mal redactado, no contiene verbo.
	Tipografía	Presenta tipografía similar a la fuente Calibri. Utilizando el lenguaje español como base de su oración. Además, no se respeta la regla principal de la redacción (No usa mayúsculas al principio de la oración), utiliza los puntos sin un orden determinado.
<b>Contenido</b>	Uso de fuentes	No presenta uso de fuentes científicas
	Lead	No presenta
	Tipo de lenguaje (formal e informal)	Mezcla el lenguaje formal e informal con algunos tecnicismos religiosos. Lo que vuelve el mensaje un poco más difícil de comprender para todo el sector que se encuentra difundido. Ante ello, se puede inferir que se encuentra destinado a un target específico. Utiliza la oratoria como principal herramienta de comunicación.

**Tabla 8.** Dios eligió lo que el mundo considera ridículo para avergonzar a los que se creen sabios


<b>Página de análisis</b>	No a la vacunación obligatoria-perú, grupo público de la red social facebook	
<b>Fecha de publicación</b>	21/01/22	
<b>Formato periodístico</b>	 <p>Nota informativa (imagen)</p>	
<b>Titular</b>	Dios eligió lo que el mundo considera ridículo para avergonzar a los que se creen sabios	
<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Análisis</b>
<b>Fotografía</b>	Personaje	Presenta dos niñas jugando felices. La principal se encuentra saltado, mientras que la otra observa. La imagen tiene un fondo en blanco y negro, el cual se utiliza para transmitir un sentimiento de añoranza. Se puede observar que se encuentran jugando al aire libre sin usar mascarillas.
	Composición	La imagen se encuentra en blanco y negro, lo que pretende recrear un ambiente de tristeza o miedo. Además, presentas símbolos en contra de la vacuna, contra de la red 5g y en contra de las mascarillas. Todo lo mencionado anteriormente, acompañado del uso de

		<p>color rojo que, según la psicología del color incentiva al miedo. Además, se pueden ver los símbolos de las vacunas, mascarillas y red 5g tachados con un signo semiótico de prohibición de color rojo. Por su parte, el texto de la infografía se encuentra en color blanco, según la psicología de color, el blanco busca transmitir esperanza, paz, bondad y pureza, dicho texto habla de Dios.</p>
	Contexto de imagen	<p>La imagen pretende incentivar la negativa disposición de usar mascarillas, vacunarse y en contra de las nuevas redes de conexión. Dando como única solución a la pandemia el unirse y ser partidaria de la religión.</p>
<b>Titular</b>	Color	<p>El titular se encuentra en color blanco buscando apelar a la pureza que puede significar Dios en la religión.</p>
	Verbo	<p>El post utiliza el verbo "elegir", el cual se encuentra resaltado por el tipo y tamaño de letra, buscando generar mayor impacto al lector</p>
	Tipografía	<p>El titular de la imagen utiliza letras en mayúsculas de diferentes tamaños y diferentes estilos de fuente y grosor. Dicha tipografía, guarda similitud con la fuente Impact, la cual se destaca por ser gruesa y grande. Incluso, se encuentra escrito en letras mayúsculas, lo que en el lenguaje de redes sociales significa dichas palabras deben tener mayor énfasis (símil a un grito)</p>
<b>Contenido</b>	Uso de fuentes	<p>La imagen usa paralelismos religiosos, con citas bíblicas</p>
	Lead	<p>Según las definiciones conceptuales, se podría asimilar: "La lucha de los padres que aman a sus hijos", como el lead. El cual apela a los colores rojos, lo que según la psicología de color también puede significar</p>

		sangre, la cual según el contexto se puede inferir como lucha.
	Tipo de lenguaje (formal e informal)	Presenta un lenguaje informal, donde se resaltan los diferentes tipos de tipografías y fuentes de texto que se utilizan buscando llamar al miedo y atención del usuario, utilizando un estilo barroco de arte, tratando de acaparar todos los espacios posibles llenándolos de información.

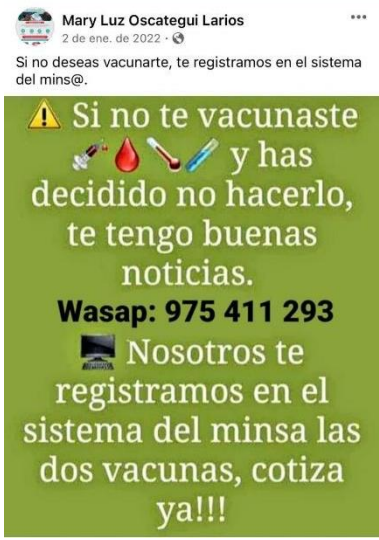
**Tabla 9.** Expected viscosity after covid-19 vaccination hyperviscosity and previous covid-

19

<b>Página de análisis</b>	No a la vacunación obligatoria-perú, grupo público de la red social facebook	
<b>Fecha de publicación</b>	21/01/22	
<b>Formato periodístico</b>	<p style="text-align: right;">nota informativa (imagen)</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="624 663 954 1070" style="border: 1px solid gray; padding: 5px;"> <p><b>Espíritu Libre</b> 21 de ene. de 2022 · 🌐</p> <p>Estudio confirma la hiperviscosidad de la sangre en "v4cun4dos" "Expected Viscosity After kOVID-19 V4ccin4tion, Hyperviscosity and Previous kOVID-19", publicado en la revista médica "Clinical and Applied Thrombosis-Hemostasis".</p> <p>Resumiendo: "los co4gulos después de la v4cun4ción es un problema clínico emergente importante en algunos sujetos v4cun4dos", pero "no se conoce" la causa del co4gulo después de la v4cun4ción" (ellos "no la conocen" pero nosotros sabemos perfectamente que EL GR4FENO PROVOCA LA COAGULACIÓN DE LA S4NGRE Y EL TROMBO (#YoLoSé)</p> <p>Pero lo preocupante es la viscosidad de la sangre, que en las personas no v4cun4das del estudio osciló entre 1,4 - 1,5 cp., y las inmunoglobulinas estuvieron por debajo de los 545 mg/dl para todos los casos analizados. Después del t0x1co, sin embargo, las inmunoglobulinas saltaron a 6.160 mg/dl y la viscosidad a 2,6 cp.</p> <p>¡Entonces la viscosidad de la sangre se duplicó en la v4cun4!</p> <p><a href="https://t.me/laquintacolumna">https://t.me/laquintacolumna</a></p> <p><a href="https://www.ncbi.nlm.nih.gov/labs/pmc/articles/PMC8216419/#ipo=64.2857">https://www.ncbi.nlm.nih.gov/labs/pmc/articles/PMC8216419/#ipo=64.2857</a></p> </div> <div data-bbox="1075 669 1377 949" style="border: 1px solid gray; padding: 5px;"> <p>03:25</p> <p>&lt;  No a la Vacunación... 🔍 ☰</p> <p>¡Entonces la viscosidad de la sangre se duplicó en la v4cun4!</p> <p><a href="https://t.me/laquintacolumna">https://t.me/laquintacolumna</a></p> <p><a href="https://www.ncbi.nlm.nih.gov/labs/pmc/articles/PMC8216419/#ipo=64.2857">https://www.ncbi.nlm.nih.gov/labs/pmc/articles/PMC8216419/#ipo=64.2857</a></p> <p>PMC Alt PDF ⚙️ 🔍 ☰</p> <p style="background-color: #333; color: white; padding: 2px;">Clinical and Applied Thrombosis/Hemostasis</p> </div> </div> <p style="text-align: center;"><b>Expected Viscosity After COVID-19 Vaccination, Hyperviscosity and Previous COVID-19</b></p> <p style="text-align: center;">Beuy Joob, PhD and Viroj Wiwanitkit, MD</p>	
<b>Titular</b>	Expected viscosity after covid-19 vaccination hyperviscosity and previous covid-19	
<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Análisis</b>
<b>Fotografía</b>	Personaje	La fotografía no presenta personaje. En su lugar recrea un titular de algún medio digital.
	Composición	Se recreó la portada de una noticia web. El cual se encuentra distribuida con un fondo blanco y letras negras, creando contraste. Además, presenta una barra de edición donde se puede apreciar la creación de la imagen.
	Contexto de imagen	Busca que el titular sea lo más importante de la noticia, colocando como imagen, resaltado la palabra viscosidad y covid-19.


<b>Titular</b>	Color	El titular presenta color (negro) estándar de las notas informativas. Con el cual busca asimilarse a una nota informativa real.
	Verbo	El titular no presenta verbo
	Tipografía	El titular se encuentra en inglés, con lo cual pretenden buscar mayor credibilidad, queriendo presentarlo como una investigación extranjera. Usa el idioma inglés, como base principal.
<b>Contenido</b>	Uso de fuentes	Al tratarse de una fake new, la fuente principal es lo que el redactor quiera transmitir.
	Lead	En su lead presenta los nombres de los "investigadores", buscando volverlo más real a presentar a los supuestos investigadores, buscando volver más creíble para los usuarios.
	Tipo de lenguaje (formal e informal)	El cuerpo de la noticia usa un lenguaje muy informal, donde se destacan la incrustación de números en palabras. Con lo cual se busca que el algoritmo no lo pueda censurar al no poder codificar el significado, de este modo se busca poder perdurar dentro del grupo para seguir aumento el número de visualización de la publicación.

**Tabla 10.** Si no deseas vacunarte, te registramos en el sistema del minsa

<b>Página de análisis</b>	No a la vacunación obligatoria-perú, grupo público de la red social facebook	
<b>Fecha de publicación</b>	02/01/22	
<b>Formato periodístico</b>		
<b>Titular</b>	Si no deseas vacunarte, te registramos en el sistema del minsa	
<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Análisis</b>
<b>Fotografía</b>	Personaje	No presenta personaje uso de personajes.
	Composición	La imagen se encuentra compuesta por un fondo de color verde, acompañado de letras, números y emojis, con lo cual se busca tener un mayor dinamismo al momento de la lectura. Utiliza emojis de alerta, agujas, sangre, termómetros y computadoras, buscando generar alerta al usuario.
	Contexto de imagen	La imagen busca promocionar la no vacunación, proporcionándoles facilidades para poder aparecer en el sistema de vacunación del MINSA.


<b>Titular</b>	Color	El titular presenta color (negro) estándar de las notas informativas. Con el cual busca asimilarse a una nota informativa real, creando familiaridad con el lector
	Verbo	El titular usa el verbo "vacunarse" como base de su enunciado. Se encuentra acompañado de un contexto negativo buscando la no vacunación de los ciudadanos.
	Tipografía	Presenta una tipografía similar a la Times new Roman, lo cual genera mayor confianza, puesto que es una tipografía académica. Además, se apoyan en el uso de emojis y signos de exclamación para poder potenciar la información, creando alerta.
<b>Contenido</b>	Uso de fuentes	Al tratarse de una fake new, la fuente principal es lo que el redactor quiera transmitir
	Lead	Según las definiciones conceptuales, se podría asimilar como lead a la información que refuerza el titular: "si no te vacunaste y has decidido no hacerlo, te tengo buenas noticias".
	Tipo de lenguaje (formal e informal)	Presenta un lenguaje informal, el cual se encuentra acompañado de emojis, el cual busca potenciar el mensaje. Donde resaltan el número telefónico del supuesto negocio.

**Tabla 11. Mascarillas y geles llenos de tóxicos**

<b>Página de análisis</b>	No a la vacunación obligatoria-Perú, grupo público de la red social facebook	
<b>Fecha de publicación</b>	04/03/22	
<b>Formato periodístico</b>	Nota informativa (imagen)	
		
<b>Titular</b>	Mascarillas y geles llenos de tóxicos	
<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Análisis</b>
<b>Fotografía</b>	Personaje	Mascarillas y geles sanitizantes
	Composición	La imagen se encuentra compuesta por dos supuestas noticias en las cuales se pueden apreciar unas mascarillas y un stand de geles sanitizantes.
	Contexto de imagen	Las imágenes pretender inculpar de tóxico a las mascarillas y los geles sanitizantes.
<b>Titular</b>	Color	El titular es de color estándar, color negro.
	Verbo	El titular no cuenta con verbo.

	Tipografía	Presenta tipografía tipo oración, marcadas en formato "negritas"
<b>Contenido</b>	Uso de fuentes	Al tratarse de una fake new, la fuente principal es lo que el redactor quiera transmitir. Así mismo, una de las noticias del collage menciona como fuente al medio digital "el financiero"
	Lead	Una de las noticias del collage, no contiene lead. Mientras que la otra sí, en el cual se menciona la cantidad de botellas "tóxicas" que se encontraron.
	Tipo de lenguaje (formal e informal)	El desarrollo de la noticia contiene un lenguaje formal, ya que busca parecerse lo más posible a una noticia.

**Tabla 12.** Ya hay más de 190 países que han firmado con la OMS cediendo en una próxima crisis sanitaria todos nuestros derechos.

<b>Página de análisis</b>	No a la vacunación obligatoria-perú, grupo público de la red social facebook	
<b>Fecha de publicación</b>	09/03/22	
<b>Formato periodístico</b>	 <p>Post (imagen)</p>	
<b>Titular</b>	Ya hay más de 190 países que han firmado con la OMS cediendo en una próxima crisis sanitaria todos nuestros derechos.	
<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Análisis</b>
<b>Fotografía</b>	Personaje	La OMS y el país de ucrania
	Composición	Dentro de la composición de la imagen se puede apreciar el logo de la OMS, al país de ucrania y manos. Los cuales están acompañados de un fondo claro y letras negras.
	Contexto de imagen	La imagen busca dar a entender que la OMS busca distraer el pensamiento de los usuarios.
<b>Titular</b>	Color	El titular es de color estándar, color negro.

	Verbo	El titular cuenta con un verbo, el cual hace llamado a una acción.
	Tipografía	El titular se encuentra redactado en letras mayúsculas, el cual en el lenguaje digital hace un símil a un grito. También, realiza mezcla entre letras y números
<b>Contenido</b>	Uso de fuentes	Al tratarse de una fake new, la fuente principal es lo que el redactor quiera transmitir
	Lead	No cuenta con lead
	Tipo de lenguaje (formal e informal)	Usa un lenguaje simple de leer, el cual se encuentra apoyado con el uso de imágenes y emojis para una fácil comprensión del usuario. Además, presenta uso de logos y símiles de países para mejorar la contextualización.

## CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 4.1. Limitaciones

Debido a configuraciones de privacidad de diversos grupos de Facebook que fueron elegidos, se tuvo que variar los mismos puesto que debido a políticas o algoritmos de la red social, solían desaparecer o prohibían el acceso a la información que se requería recabar.

Además, dada la dinámica cambiante de los grupos en línea hizo bastante voluble la variación del tamaño de la muestra a lo largo del tiempo, pues al ser un grupo público la participación de los miembros experimenta modificaciones que afectaban la recolección de datos.

### 4.2. Interpretación comparativa

En tanto el objetivo principal, se demostró que las *fake news* seleccionadas utilizan fotografías en su mayoría realizadas por quien genera la noticia, además de hacer uso de titulares que cuenten con un verbo llamativo tratando de imitar una noticia real que puede ser presentada por un medio oficial, sin mostrar demasiada información al lector para así generar curiosidad y necesidad de leer la nota completa.

Dicho hallazgo mantiene relación con lo estipulado por Fraj (2015) en su tesis "Políticas del fake: la ficción mediática como modo de resistencia y emancipación" pues su principal objetivo fue identificar el problema de la verdad que emerge a partir de las cuestiones de la conexión entre la realidad y representación que se hallan en estos procesos, obteniendo como resultado que los *fakes* no están hechos para diferir entre lo cierto y lo

falso, sino para auto posicionarse como verdaderos mediante la reconstrucción de signos dominantes.

Respecto al primer objetivo específico, se observó a través de las fichas que la gran mayoría de noticias falsas recolectadas, hacen uso de fotografías realizadas por el mismo usuario a manera de collage o infografías que son fáciles de entender por el público y a su vez captan su atención por los colores que utilizan.

Esto coincide con la tesis realizada por Flores (2016) titulada "Desarrollo de posverdad a través de Twitter: Fujimorismo y anti fujimorismo durante las elecciones presidenciales del Perú en el 2016" tras analizar el fenómeno de las noticias falsas en Twitter durante el periodo de elecciones presidenciales del Perú 2016, llegó a la conclusión que estas buscaban manipular a las personas a través de fotografías adulteradas de manera intencional para ser más llamativas, de este modo se llegaba a influenciar en la percepción de las personas acerca del contexto histórico que se estaba viviendo.

Con respecto al segundo objetivo específico, se evidenció que los titulares utilizados en las *fake news* compartidas en el grupo de Facebook "No a la vacunación obligatoria-Perú" son bastante concisos y no presentan información poco relevante que vaya a impedir que el público preste atención a la nota. Asimismo, tratan de imitar a los titulares presentados por medios informativos reales para así causar conmoción en la población por no poder discernir lo real de lo falso.

El presente hallazgo guarda relación lo presentado por Herrera (2016) en su tesis "La verdad informativa y los temas de salud pública. Distorsión de la verdad informativa en el

tratamiento impreso sobre la gripe AH1N1", quien analizó el comportamiento y tratamiento periodístico de los medios impresos frente a la gripe AH1N1, la cual sostiene que cierta parte de los medios informativos ejerció un rol sensacionalista que distorsiona la realidad al presentar titulares inquietantes, lo que creaba sentido de alarma en la población.

Finalmente, con relación al tercer objetivo específico, los resultados obtenidos dieron como respuesta que las noticias falsas compartidas en el grupo de Facebook elegido son redactadas en un tono bastante informal pero conciso, que busca imitar el tono periodístico de medios oficiales, pero haciéndolo más digerible para el lector con menor uso de tecnicismos o palabras rebuscadas. De igual manera, pese a carecer de fuentes oficiales, en el lead o bajada resumen la noticia para que siga siendo atractivo para el público que no gusta de leer la nota completa.

Estos resultados guardan similitudes con lo que dice Muñoz (2017) en su investigación "Medios de comunicación y posverdad: Análisis de las noticias falsas en elecciones presidenciales de EE. UU", quien sostiene que las *fakes news* buscan replicar la apariencia de una noticia real, por lo cual utiliza títulos llamativos o fotografías. Sin embargo, al no contar con ética, ni verificación de información o fuentes creíbles, pierden credibilidad.

### **4.3. Implicancias**

### **Práctica:**

Tras el auge y posicionamiento de las redes sociales en la modernidad, la cantidad de información en diferentes plataformas digitales ha desbordado. Ante ello, el aumento de *fake news* se ha dado de manera casi natural, ya que las plataformas digitales no cuentan con ningún tipo de supervisión o editores que verifiquen la información que es publicada en ellas. Es en este punto donde la labor periodística toma un rol protagónico, donde el uso de fuentes, imágenes y tipografía correcta adquiere un valor fundamental para la verificación de una nota informativa real.

En la actualidad, las noticias falsas buscan parecerse cada vez más a una noticia real, donde se destacan el uso de imágenes, tipografía formal y en ocasiones uso de citas falsas. Ello, apoyado por la premura de difusión apelando al miedo, crea una fórmula para que el algoritmo de la red social Facebook pueda modificarla de manera inmediata.

### **Teórica:**

Al analizar las *fake news*, se evidenció que contaban con dimensiones las cuales se repetían en su desarrollo, las cuales son: uso de fotografías, titular y contenido.

Con el uso continuo de las dimensiones mencionadas anteriormente, las *fake news* buscan ser similares a una nota informativa real. Sin embargo, hay aspectos que pueden evidenciar su veracidad. Ante ello, en la presente investigación se desarrollaron definiciones conceptuales de cada dimensión e indicador para poder apoyarse en el sustento científico.

Por su parte, la investigación podrá ser de gran ayuda para próximas investigaciones de *fake news* que se realicen ya que se cuenta la estructura básica de desarrollo de una noticia falsa.

### **Metodológica:**

Respetando la ética de la investigación, el presente estudio podrá servir como ayuda para futuras investigaciones. Dentro de nuestra ficha documental se tomó la recolección de *fake news*, posts y publicaciones las cuales incitaban al miedo. Además, éstas han ido adaptándose al nuevo tipo de lenguaje de las redes sociales, usando signos de exclamación, letras mayúsculas y uso de emojis para poder volver más dinámica la lectura. Incluso, dentro de las fichas que se usaron se podrá observar el análisis de: fotografías, titular y contenido, de los cuales se desglosaron los siguientes indicadores:

**Fotografía:** personaje, composición y contexto de imagen

**Titular:** color, verbo y tipografía

**Contenido:** uso de fuentes, lead, tipo de lenguaje

Los cuales podrán volver más profundo el análisis de las noticias falsas.

## **4.4. Conclusiones**

Tras los resultados obtenidos y los objetivos planteados se establecieron las conclusiones ante las *fake news* publicadas en el grupo público 'No a la vacunación obligatoria-Perú', de la red social Facebook, las cuales fueron publicadas durante los meses de enero, febrero y marzo del 2022.

Con respecto al objetivo general se pudo establecer que las presentaciones de las *fake news* publicadas en el grupo 'No a la vacunación obligatoria-Perú', de la red social Facebook, comparten similitudes entre sí como los titulares, fotografías y contenido, los cuales buscan asemejarse a una noticia verdadera o utilizan diferentes tipos de herramientas para poder captar la atención de los usuarios. Además, las *fake news* del presente grupo público de Facebook buscan apelar al miedo aprovechando lineamientos religiosos, falsas investigaciones y fraudulentas formas de evitar la vacunación.

En relación a los objetivos específicos, se evidenció que la presentación de las fotografías de las *fake news* en la red social Facebook respecto al COVID-19, en el grupo 'No a la vacunación obligatoria-Perú' apelan a una composición saturada, donde se pueden apreciar siluetas de personas, o textos, que apoyados en colores y en nuevas formas del lenguaje digital de las redes sociales, buscan resaltar su mensaje.

Al referirse a como están redactados los titulares de las *fake news* en la red social Facebook respecto al COVID-19, en el grupo 'No a la vacunación obligatoria-Perú', se pudo observar que la gran mayoría de la muestra seleccionada busca asemejarse a titulares de notas informativas reales, tratando de copiar el estilo de fuente (asemejándose a la fuente calibrí). Así también, la gran mayoría de *fake news* o post publicados presentan una redacción simple, utilizando las nuevas formas del lenguaje digital para poder volver más dinámica la lectura, uso de signos de exclamación o utilizando letras mayúsculas, las cuales buscan darle mayor seriedad al titular. En la gran mayoría de las *fake news* o post analizados se pudieron encontrar verbos como: fallecer, elegir, obedecer, etc., estos mismos bajo el contexto que se busca dar apelan al miedo para volverse más atractivos ante el usuario.

Los contenidos de las *fake news* en la red social Facebook respecto al COVID-19, en el grupo 'No a la vacunación obligatoria-Perú', al tratar de noticias o posts falsos, casi la totalidad de la muestra seleccionadas carecen de fuentes que respalden la información expuesta, sin embargo, una de las notas informativas que se seleccionó mostró el uso de fuentes, pero que posteriormente se pudo comprobar que eran falsas. Al no ser escritas por personas que se encuentren capacitadas y que carecen de conocimiento de las reglas de redacción y composición de una nota informativa web, muchos de los textos o post expuestos en el grupo público carecen de lead. Dejan de lado las reglas de redacción básicas para el desarrollo de una noticia y apelan a utilizar lenguaje simple y muy cortos, con lo cual buscan implantar sus ideales, incluso algunos grupos apelan a dirigirse un *target* en específico, utilizando los tecnicismos propios de cada grupo social.

## Referencias

Amorin, M. (2014). *Variaciones de lenguaje (formal e informal) en el contexto educativo en la ciudad de Tefé (Amazonas, Br.)*. Universidad de Valladolid.

Amorós, M. (2018). *Fake News: La verdad de las noticias falsas*. Plataforma Editorial, Barcelona. <https://goo.su/jnc8E>

Aznarán, A. (2017). *Análisis sobre el uso de Twitter como fuente de información para la pauta informativa del equipo periodístico del canal Willax TV desde la perspectiva de expertos en Independencia, 2017*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo] <https://goo.su/V7ckf>

Barahona, F. (2015). *Prensa sensacionalista americana en el s. XIX y su contribución en la guerra hispano-estadounidense*. [Tesis de Grado, Universidad de Valladolid] <https://goo.su/iJu9X33>

Birkitt, M. (1998). *El libro completo de la fotografía*. Tursen Hermann Blume Ediciones.

Canchari, G, Falcon, J (2022). *Análisis de fake news del grupo No te vacunes en Facebook sobre Sinopharm en millennials durante la pandemia 2021*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo] <https://goo.su/dx8sb>

Castañeda, W. (2009). *Aproximaciones a una lectura del color como signo inmerso en la obra de arte*. *Kepes*, 6(5), 19–38 <https://goo.su/8kw2ZcK>

Compañía peruana de estudios de mercados y opinión pública. (2018). *Ocho de cada diez personas en Lima tienen por lo menos una cuenta en una red social*. <https://goo.su/HzkUp>

Corbillón, C. (2017). *Estudio de la posverdad y las fake news en relación con la crisis catalana del 1-O*. [Tesis de Grado, Universidad de Valladolid] <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/30618>

Concha, E. (2009). *Periodismo informativo e interpretativo*. El impacto de internet en la noticia, las fuentes y los géneros. Editorial Universidad Complutense de Madrid. <https://goo.su/8Qlgv5>

Coreas, G., Mejía, W., & Ventura, J. (2019). *Las noticias falsas (fake news) y su incidencia en la credibilidad del periodismo salvadoreño*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Tecnológica de El Salvador] <https://goo.su/6LncmdH>

Cros, R. (2013). *La fotografía de archivo como reflejo de la realidad*. Documentación de las Ciencias de la Información.

De Miguel, R. (2010). *Fundamentos de la comunicación humana*. Editorial Club Universitario

Del Castillo, M. (2017). *El problema de las falsedades en las redes sociales*. [Tesis de Licenciatura Universidad de Sevilla] <https://goo.su/4yUzrf>

Del Coral, M. (2018). *Estudio de la posverdad y las fake news en relación con la crisis catalana del 1-O*. [Tesis de grado, Universidad de Valladolid] <https://goo.su/WIFrw>

Del Fresno, M. (2019). *Desórdenes informativos: sobreexposados e infrainformados en la era de la posverdad*. Profesional De La información Information Professional, 28(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.02>

Díaz, K. (2018). *Influencia de los titulares de portada del diario La Industria de Trujillo en la percepción de la dimensión política de la gestión municipal del alcalde de Trujillo, Elidio Espinoza, en los empresarios del centro histórico en 2018* [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada del Norte] <https://goo.su/sjhAuZ>

El País (1990). *Libro de estilo*. Diario El País

Flores, J. (2016). *Desarrollo de posverdad a través de twitter: Fujimorismo y anti fujimorismo durante las elecciones presidenciales del Perú en el 2016*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas] <https://goo.su/9Nz6g4>

Fraj, E. (2015). *Políticas del fake: la ficción mediática como modo de resistencia y emancipación*. [Tesis Doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona]

<https://goo.su/2U7WiQ>

Freeman, M. (2008). *El ojo del fotógrafo: Composición y diseño para captar mejores fotografías digitales*. Editorial Blume.

García, J. (1998). *Acción, relato, discurso. Estructura de la ficción narrativa*.

Ediciones Universidad de Salamanca

Haslam, A y Baines, P. (2005). *Tipografía. Función, forma y diseño*. Editorial

Gustavo Gili. S.L.

Herrera, K. (2016). *La verdad informativa y los temas de salud pública. Distorsión de la verdad informativa en el tratamiento impreso sobre la gripe AH1N1*. [Tesis de

Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas] <https://goo.su/yw6nh>

Honores, I. (2016). *Libertad de expresión en Internet: informaciones falsas que generan polémica en las redes sociales*. [Tesis de Bachiller, Universidad Jaime

Bausate y Meza] <https://goo.su/QjQ3xXW>

Iranzo A. y Latorre T. (2019). *La noticia: manual práctico de redacción*. Editorial

Publicacions de la Universitat Jaume I.

López, A. (2009). *El titular – Manual de titulación periodística*. México: Alfaomega Grupo Editor

López, G. (2001). *Las elecciones generales de 2000 en la prensa española*. [Tesis Doctoral, Universidad de Valencia] <https://goo.su/7yY9Q>

Losada, R. (2020). *Las fake news en la crisis de la sociedad digital*. Más Poder Local, edición especial. Pp 48 – 50.

Martínez, G. (2019). *Manipulación fotográfica y credibilidad del medio periodístico a través de la fotografía*. Correspondencias y análisis. <https://doi.org/10.24265/cian.2019.n9.06>.

Mauricio, M. (2022). *Tratamiento informativo de las portadas del diario Trome, caso Vanessa Terkes y George Forsyth, abril - junio 2019* [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. <https://hdl.handle.net/11537/32156>

Marcotrigiano, M. (2006). *La imagen del verbo*. Antología de del taller de poesía Universidad Católica Andres Bello años 2033/2004 y 2004/2005.

Mayoral, J (2009). *El uso periodístico de las fuentes en radio y televisión*. Universidad Camilo José Cela.

Mottola, S. (2020). *Las fake news como fenómeno social. Análisis lingüístico y poder persuasivo de bulos en italiano y español*. [Artículo científico, Universidad de Nápoles "Parthenope"] <https://goo.su/bp3R>

Munarriz, J. (2004). *La fotografía como objeto : la relación entre los aspectos de la fotografía considerada como objeto y como representación*. [Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid]

<https://goo.su/iR2VC8>

Moreiro , J.(1993). *Características documentales del "lead" periodístico*. Boletín Asociación de Bibliotecarios profesionales de Rosario.

Muñoz, P. (2017). *Medios de comunicación y posverdad: Análisis de las noticias falsas en elecciones presidenciales de EE. UU. De 2016*. [Tesis de Postgrado, Universidad Autónoma de Barcelona]

<https://goo.su/LSsQwT>

Nadal, J. (2015). *El discurso ajeno en los titulares de la prensa mexicana*. [Tesis de Postgrado, Universidad Nacional Autónoma de México]

<https://goo.su/bjUWEs>

Pariante, J. (1990). *Composición fotográfica*. Sociedad Mexicana de Fotógrafos Profesionales.

Prieto, J.A, Gómez, C. J. y Miralles, P. (2013). *El uso de fuentes primarias en el aula y el desarrollo del pensamiento histórico y social*. Una experiencia en Bachillerato.

<http://clio.rediris.es>

Quiroz, E. (2009). *Prensa popular o prensa chicha*. Universidad Privada Antenor Arrego. <https://goo.su/oUgJoBo>

Ruder, E. (1992). *Manual de diseño tipográfico*. Editorial España: Gustavo Gili.

Salcedo, M (2022). *Tratamiento informativo de las portadas del diario Trome, caso Vanessa Terkes y George Forsyth, abril - junio 2019*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada del Norte] <https://goo.su/JGP5jt>

Sampieri, R., Torres, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas: cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Education

Sandoval, J (2019). *Fake news y credibilidad de los medios de comunicación digitales en Lima Perú. Caso: suicidio de Alan García*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Tecnológica del Perú] <https://goo.su/RPycv>

Subiela, B. (2013), *El papel simbólico de la tipografía en el diseño de logotipos: el caso de Audi*. Universidad Católica San Antonio de Murcia España.

Saussure, F. (2002): *Écrits de linguistique générale. Texte établi par Simon Bouquet et Rudolf Engler*. Paris: Éditions Gallimard.

Töpf, J. (2020) *Psicología. La conducta humana*. Eudeba

Valderrama, S., Guillén, O. (2015). *Guía para elaborar la tesis universitaria escuela de posgrado*. Ando Educando.

Van Dijk, T. (1990). *La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información*. Paidós Iberica Ediciones S A.

Vargas, R. (2014). *Influencia de la fotografía en la publicidad*. 1a. ed., Editorial Universidad Don Bosco.

Vázquez, Torrecillas y Suárez (2021). *Credibilidad de los contenidos informativos en tiempos de fake news*: Comunidad de Madrid. Cuadernos.Info.

Vivaldi, M. (1986). *Curso de redacción: teoría y práctica de la composición y estilo*. Editorial Paraninfo Thomson Learning.

Vivaldi, M. (1973). *Géneros periodístico-reportaje, crónica, artículo 2ª edición corregida y aumentada*. Editorial Paraninfo, Madrid, 1979.

Wright, T. (2001). *Manual de fotografía*. Ediciones AKAL.

Yanes, R. (2003). *La noticia y la entrevista. Una aproximación a su concepto y estructura*. Universidad de La Laguna.