

FACULTAD DE COMUNICACIONES

Carrera de **COMUNICACIÓN Y PERIODISMO**

“ANÁLISIS DEL CONTENIDO DE LAS  
PUBLICACIONES DE FACEBOOK Y WHATSAPP  
SOBRE EL CORONAVIRUS, MARZO- JULIO  
2020”

Tesis para optar el título profesional de:

**Licenciada en Comunicación y Periodismo**

**Autora:**

Jhoselyn Lisseth Apolaya Flores

**Asesor:**

Mg. Troy Requena Portella

<https://orcid.org/0000-0003-4445-2212>

Lima - Perú

**JURADO EVALUADOR**

|                           |  |                 |
|---------------------------|--|-----------------|
| Jurado 1<br>Presidente(a) | <b>Jean Pierre D. Gálvez Castañeda</b> | <b>45143983</b> |
|                           | Nombre y Apellidos                     | Nº DNI          |

|          |                                     |                 |
|----------|-------------------------------------|-----------------|
| Jurado 2 | <b>Eduardo Javier Landauro Cerf</b> | <b>10202480</b> |
|          | Nombre y Apellidos                  | Nº DNI          |

|          |                            |                 |
|----------|----------------------------|-----------------|
| Jurado 3 | <b>Guillermo Maura Lau</b> | <b>07976866</b> |
|          | Nombre y Apellidos         | Nº DNI          |

## INFORME DE SIMILITUD

### Reporte de similitud

#### ● 17% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 15% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 12% Base de datos de trabajos entregados
- 5% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

#### FUENTES PRINCIPALES

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

|   |  |     |
|---|--|-----|
| 1 | <b>reicomunicar.org</b><br>Internet                                      | 1%  |
| 2 | <b>hdl.handle.net</b><br>Internet  | 1%  |
| 3 | <b>ddd.uab.cat</b><br>Internet   | 1%  |
| 4 | <b>Universidad Privada del Norte on 2023-03-18</b><br>Submitted works    | 1%  |
| 5 | <b>issuu.com</b><br>Internet   | <1% |
| 6 | <b>periodismograficoisec.files.wordpress.com</b><br>Internet             | <1% |
| 7 | <b>Universidad Privada del Norte on 2023-03-09</b><br>Submitted works    | <1% |
| 8 | <b>Universidad Tecnologica del Peru on 2019-07-05</b><br>Submitted works | <1% |

## DEDICATORIA

Esta investigación está dedicada a mi madre, Jenny Margot, quien siempre me ha apoyado. Está dedicada a los empíricos y luchadores, a quienes pese a las adversidades hemos sabido seguir adelante. Se la dedico a quienes trabajan y estudian, por el esfuerzo y las ganas que tienen de nunca rendirse para cumplir con sus objetivos en la vida.

## **AGRADECIMIENTO**

Gracias infinitas a un gran colega y compañero, Jefferson Castillo y a mis asesores por creer en esta investigación.

**TABLA DE CONTENIDO**

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| JURADO EVALUADOR                      | 2  |
| INFORME DE SIMILITUD                  | 3  |
| DEDICATORIA                           | 4  |
| AGRADECIMIENTO                        | 5  |
| TABLA DE CONTENIDO                    | 6  |
| ÍNDICE DE TABLAS                      | 7  |
| ÍNDICE DE FIGURAS                     | 8  |
| RESUMEN                               | 9  |
| CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN              | 10 |
| CAPÍTULO II: METODOLOGÍA              | 24 |
| CAPÍTULO III: RESULTADOS              | 30 |
| CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES | 58 |
| REFERENCIAS                           | 63 |
| ANEXOS                                | 66 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1 Publicaciones examinadas por Ojo Público entre marzo y julio, 2020.....  | 25 |
| Tabla 2 Cuadro de definiciones conceptuales de la variable y sus categorías..... | 27 |
| Tabla 4 Ficha de observación.....  | 32 |
| Tabla 5 Unidad temática, estructura de una noticia.....                          | 49 |
| Tabla 6 Unidad temática, elementos de una noticia falsa.....                     | 51 |
| Tabla 7 Unidad temática, criterios de verificación .....                         | 52 |
| Tabla 8 Análisis general, variable contenido informativo.....                    | 54 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| Figura 1 <i>Fake news</i> .....  | 10 |
| Figura 2 Elecciones presidenciales en EE.UU 2016 .....                                     | 12 |
| Figura 3 <i>Fake news</i> en elecciones presidenciales EE.UU 2016 .....                    | 12 |
| Figura 4 Posverdad en el diccionario de Oxford .....                                       | 14 |
| Figura 5 Aguja Hipodérmica .....   | 14 |
| Figura 6 Virus del COVID-19 .....  | 15 |
| Figura 7 Imagen propagada como <i>fake news</i> en Ecuador.....                            | 16 |
| Figura 8 Noticia desmentida en Ecuador .....   | 16 |
| Figura 9 Logo del portal peruano .....   | 16 |
| Figura 10 Sección de Ojo Público .....   | 16 |
| Figura 11 Número de visualizaciones de una nota desmentida en Ojo Público del<br>2020..... | 25 |

## RESUMEN

El fenómeno de las *fake news* ha cobrado mayor relevancia en tiempos en el que las redes sociales se utilizan para estar informados. El consumo de las noticias falsas no ha sido ajeno en el Perú y más aún con la pandemia del coronavirus a inicios de marzo del año 2020. Es así como nace esta investigación, cuyo objetivo principal es el de analizar el contenido informativo de las publicaciones que se propagaron en Whatsapp y Facebook sobre la pandemia del coronavirus desmentidas en el portal Ojo Público entre marzo y julio del 2020.

La metodología aplicada a esta investigación es de tipo cualitativa, descriptiva observacional cuyo diseño es el estudio de caso, ya que se realizará un análisis de contenido a los seis contenidos escogidos como muestra.

En ese sentido, se obtuvo como resultado que los contenidos de las publicaciones no cuentan con una estructura definida o clara a pesar de que tratan de asemejarse a una noticia de calidad y verídica. Asimismo, no presentan criterios de verificación que permitan evaluar los hechos antes de que estos sean publicados. Es decir, que quienes fabricaron estas informaciones no constataron las fuentes aun cuando se trató de temas que comprometían la salud de quienes lo recepcionaban.

Además, permite concluir que existen elementos característicos de las *fake news* como son la inexactitud, el nulo contraste de fuentes y el uso de la opinión, que las convierten en información sin calidad.

**PALABRAS CLAVES:** Fake news, bulos, periodismo, redes sociales y covid-19.

## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad Problemática

Las noticias falsas o *fake news* han estado presente a lo largo de la historia de la información. Lo que ha cambiado en la actualidad son las plataformas digitales que facilitan su rápida difusión y su fácil acceso y consumo. Las redes sociales permiten que los usuarios generen contenidos y que los difundan, así, el consumo de noticias o información ya no es únicamente a través de la prensa, radio o televisión. “Otros medios, como las redes sociales,



están eclipsando este cometido y, de hecho, esta herramienta es, desde hace casi una década, la favorita para la consulta de información entre las generaciones más jóvenes, cuya naturaleza digital es indiscutible”. (Casero-Ripollés, 2012).

Figura 1: Fake News

#### **Antecedentes**

La función de los antecedentes es situar la propia investigación en el contexto de otras investigaciones más o menos recientes sobre temas similares. (...) En síntesis, los antecedentes reúnen investigaciones empíricas que coinciden temáticamente con la del proyecto, aunque pueden no asemejarse con la investigación proyectada en lo metodológico o en lo teórico. (Carlino, Paula, 2021, pp. 1-2)

#### **Antecedentes Nacionales**

El autor Ivan J. Honores Gutierrez (2016) en su trabajo de investigación *Libertad de Expresión en Internet: Informaciones falsas que generan polémica en redes sociales*. (Tesis de Licenciatura). Jaime Bausate y Meza, Lima, Perú. Se plantea dos interrogantes: ¿Cuál es

el propósito de enviar información falsa a todo el mundo? Y ¿Qué se quiere lograr con esto? El objetivo general fue identificar, analizar y describir la circulación de informaciones falsas en las redes sociales Twitter y Facebook. El estudio es de tipo cualitativo, siendo el nivel de investigación tipo exploratorio descriptivo.

Se realizó una entrevista a profundidad al coordinador web del diario El Popular, Giancarlo Ramírez. Por otro lado, realizó un análisis de cuatro casos que contienen información falsa y situaciones que crearon polémica en la vida real, dos de estos casos analizados haciendo uso de la observación participativa. Finalmente, una encuesta de tres preguntas cerradas a 50 usuarios de la web Foros Perú en el año 2013.

El autor concluye que, en el Perú, los usuarios de internet no poseen el suficiente conocimiento informático para evitar ser engañado por las informaciones falsas o malintencionadas que circulan en redes sociales, prefiriendo contenidos de ocio y entretenimiento. Asimismo, afirma que miles de usuarios de internet en el Perú prefieren navegar sin leer lo necesario para estar precavidos.

### **Antecedentes Internacionales**

La autora Priscila Muñoz (2017) en su investigación *Medios de comunicación y posverdad: Análisis de las noticias falsas en elecciones presidenciales de EE. UU. de 2016* (Trabajo Fin de Máster en Medios, Comunicación y Cultura) de la Universidad Autónoma de Barcelona, España realizó una investigación cualitativa cuyo objetivo principal fue analizar las noticias falsas difundidas durante las elecciones estadounidenses de 2016, desde agosto al 08 de noviembre de ese año y establecer un perfil que caracterice dichas noticias fabricadas, en el contexto del fenómeno de la posverdad. La autora analizó catorce de las veinte noticias falsas que circularon con mayor difusión en Facebook de acuerdo al estudio

realizado por *BuzzFeed News* y las contrastó a partir del diseño de un modelo de noticia seria y de calidad. Como resultado, la autora señaló que las noticias falsas sometidas al análisis pretenden tener una apariencia de información seria, sin embargo, pierden credibilidad al no contar con las principales características de una verdadera noticia como la ética, la verificación de los hechos, veracidad, uso de fuentes confiables, diferentes puntos de vista, fecha exacta de publicación, autoría y créditos a recursos como la fotografía.

En conclusión, la autora afirma que las noticias falsas son una herramienta política de la posverdad como sucedió en la campaña electoral del expresidente de Estados Unidos, Donald Trump, en donde se manipularon los hechos con mentiras y las noticias falsas fueron la estrategia principal.



Figura 2: Elecciones Presidenciales en EE.UU 2016

AMAZING STATEMENT!



Pope Francis Shocks World, Endorses Donald Trump f...  
VATICAN CITY – News outlets around the world are reporting on the news that Po...  
ENDINGTHEFED.COM

Figura 3: Fake News en Elecciones Presidenciales EE.UU 2016

Carlos Rodríguez Pérez (2020) en su artículo científico *No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones*, publicado en la revista *Comunicación en España*, asegura que la forma de producir noticias en la actualidad se ha visto afectada por el auge de las plataformas sociales. El autor propone el concepto de la desinformación en lugar de las *fake news* para abarcar las múltiples facetas en las que son propagadas los contenidos engañosos o malintencionados. Además, aboga por

el uso del *fact-checking* como recurso periodístico eficaz para frenar la desinformación. El autor concluye que procesos como la verificación de fuentes y datos, la desintermediación de los medios tradicionales por las redes sociales y la celeridad actual forman el nuevo estado informativo de la última hora.

Esta investigación permite avalar el uso de los verificadores de hechos para determinar y reconocer si una noticia es falsa o no, además aporta conocimientos sobre las *fake news* en sus diferentes facetas en las que son propagadas y de esta forma conocer más sobre ellas.

Los autores Juan Carlos Marcos Recio, Juan Miguel Sánchez Vigil y María Olivera Zaldua (2017) en su artículo científico *La enorme mentira y la gran verdad de la información en tiempos de la postverdad*, publicada en la revista *Scire*, señalan que en tiempos de postverdad las redes sociales mandan por el consumo masivo que existe en ellas.

El periodismo en la actualidad ya no es igual que antaño, en donde la información duraba 24 horas, ahora, solo dura un par de horas. Los autores concluyen que el reto no es conseguir información sino en el valor que se les da a las fuentes.

Los autores Alexandre López, Josep Vives y Joan Badell (2018) en su artículo científico *Fake news, ¿amenaza u oportunidad para los profesionales de la información y la documentación?* Publicada en la revista *El profesional de la información en España*, presentan una visión general de la *fake news* y se cuestionan sobre el doble reto que deben enfrentar los profesionales de la información y la documentación: Cómo determinar el grado de confianza de una fuente de información y cómo combatir la viralización de una noticia falsa.

Concluyen que son muchas las estrategias que se pueden implementar en la alfabetización de medios y alfabetización informacional como utilizar sitios web de comprobación de hechos o *fact-checkers*, reducir la compartición de noticias dudosas, apoyar y comprometerse con el periodismo de alta calidad, entre otros.

El término *fake news* surge en el año 2016, en el mismo contexto en que el diccionario Oxford nombró al término posverdad como la palabra del año, definiéndola así: “[...] circunstancias en las que los hechos objetivos son menos influyentes en la opinión pública que las emociones y las creencias

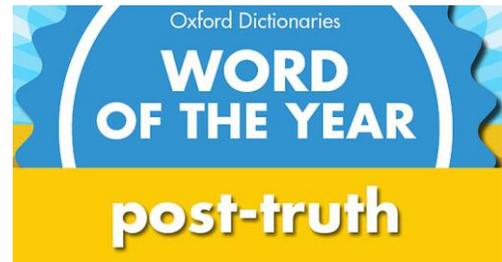
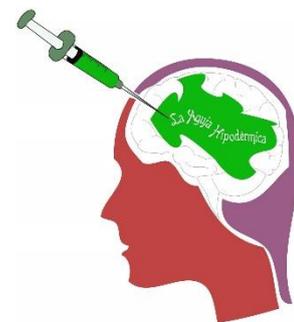


Figura 4: Posverdad en el diccionario de Oxford

personales”. De esta forma, las *fake news* serían una parte de la era de la posverdad. Asimismo, en el año 2016, Donald Trump utilizaba las redes sociales para desacreditar y destruir la imagen de su oponente Hilary Clinton a partir de información falsa. Esto generó que el término *fake news* tomara mayor relevancia y popularidad.

A partir de ello, el impacto que han tenido estas han sido motivo de estudios, sobre todo en el ámbito periodístico. Heiner Mercado Percia (2018) en su artículo científico titulado *El Dios Rumor en la era de la posverdad*, define a las *fake news* como ‘intencionalmente diseñadas por parte de sus creadores para engañar o manipular a la opinión pública y generar desinformación’.



En relación con ello, el caso de las *fake news* en el contexto de la posverdad se asemejaría a la Teoría de la Aguja

Figura 5: Aguja Hipodérmica

Hipodérmica, la cual señala que la información transmitida por los medios de comunicación masivos- en este caso las redes sociales- ‘inyectan’ cual aguja el mensaje en sus receptores, en este caso los usuarios de Whatsapp y Facebook para así, ocasionar una determinada reacción. Aunque se considere en estos tiempos dicha teoría obsoleta, el efecto que las *fake news* provoca en los usuarios se ha visto reflejado en tiempos de coronavirus.

Dentro del campo periodístico, en España surgieron plataformas digitales cuya finalidad era la de desmentir noticias que circulaban en redes sociales como Facebook, Twitter o WhatsApp: Maldito Bulo en noviembre de 2016, El Tragabulos en enero de 2017 y B de Bulo en marzo de 2017. Asimismo, diferentes medios de comunicación integraron a sus redacciones *fact- chequers* o verificadores de hechos. En el Perú existen páginas webs como Convoca, Salud con lupa, Ojo Público, entre otros que tienen la misma finalidad.

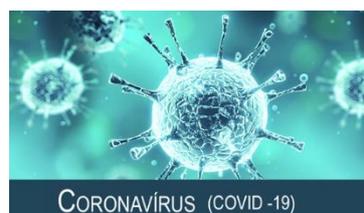


Figura 6: Virus del COVID-19

“El periodismo de verificación es la respuesta periodística ante el fenómeno de la desinformación y, especialmente, como cortafuegos a la propagación de las mal llamadas *fake news* [...]” (Rodríguez, 2020, p.245) De esta forma se da cuenta que el fenómeno de las *fake news* ha tenido gran repercusión en la sociedad y no solo en el ámbito político, por ello es importante el papel que juegan los periodistas frente a la desinformación.

Con la aparición del coronavirus o covid-19, se propagaron a nivel mundial noticias sobre su origen, información sobre posibles remedios caseros que combaten el virus y surgieron un sin fin de sitios webs pocos dudosos. Se crearon noticias a partir de imágenes sacadas de contexto como lo sucedido en Ecuador, en donde se afirmaba que los cadáveres fallecidos por coronavirus eran arrojados al mar, supuestamente por falta de espacio en los

cementerios. Dicha noticia fue desmentida por diferentes portales webs del mundo y del propio país, en donde se encontró que las imágenes propagadas correspondían al año 2014



Figura 7: Imagen propagada como fake news en Ecuador

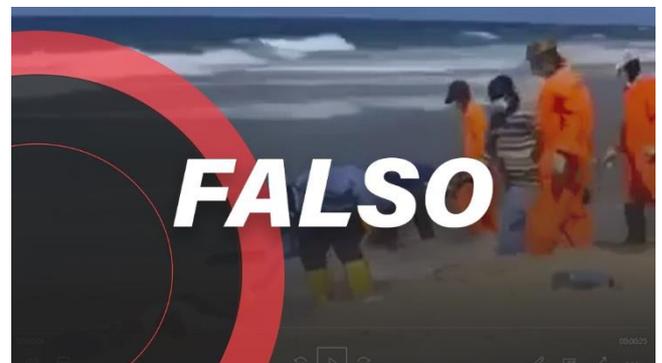


Figura 8: Noticia desmentida en Ecuador

en donde se mostraban cuerpos de migrantes muertos en el Mediterráneo. A raíz de ello y otras noticias falsas, surgieron *The coronavirus Fact Alliance* y *Latam Chequea coronavirus*, dos plataformas creadas por un grupo de *fact-chequers* de todas partes del mundo con el fin de advertir sobre la falsedad o veracidad de dicha información que circulaba por los medios y redes sociales.

En el Perú, Ojo Público fue una de las plataformas peruanas que, durante la pandemia del coronavirus, se dedicó a contribuir con la sociedad dentro de su rol y funciones periodísticas, corroborando información en su sección ‘Ojo biónico’. Los directores de Ojo Público son Óscar Castilla, Nelly Luna y David Hidalgo Vega. Sus objetivos como medio de comunicación son la promoción de la democracia, la transparencia, la rendición de cuentas y el acceso a la información pública, promoviendo el periodismo de investigación.



Figura 9: Logo del portal peruano



Figura 10: Sección de Ojo Público

En el 2015 recibieron el *Premio de Periodismo de Datos a la Mejor Investigación del Año*, otorgado por la Red de Editores Globales (GEN), y el Premio Nacional de Periodismo y Derechos Humanos. En el 2016, recibieron el *Premio Latinoamericano de Periodismo de Investigación*, otorgado por Ipys y Transparency International. En el 2017, fueron reconocidos por la Sociedad Interamericana de Prensa con uno de los *Premios a la Excelencia en Periodismo*. (Información obtenida en su página de Facebook)

Por su parte, medios de comunicación tradicionales brindaban información y desmentían noticias falsas en sus plataformas webs como parte de su función periodística. Sin embargo, las personas aún seguían consumiendo y compartiendo información en sus redes sociales que no habían sido constatadas por un profesional.

Es así como surge esta investigación, cuyo objetivo principal es el de analizar el contenido informativo de las publicaciones que fueron desmentidas en el portal Ojo Público que surgieron a raíz del virus covid-19 y que se propagaron por las redes sociales llegando a muchas personas.

### **1.1.2 Contenido informativo**

#### **1.1.2.1 Definición**

La producción de contenido informativo en los medios digitales es un proceso cambiante cuya comprensión holística aún está lejos de producirse. Y no solo el ámbito puramente periodístico, sino el comunicativo en general se ven envueltos en una evolución constante que exige, desde múltiples perspectivas, abordajes concretos. (Vizcaíno, Montes, De la Torre, 2017, p. 194). Los medios de comunicación están en constante desarrollo de contenidos

informativos para diferentes plataformas y ante la premura de la información en las redes sociales resulta relevante el papel profesional del periodista.

### **1.1.3 Estructura de una noticia**

#### **1.1.3.1 Definición**

‘[...] partes con unas funciones específicas perfectamente identificables.’ (Yanes, 2003) La correcta estructura de una noticia periodística permite distinguirla de cualquier otra información, esta consta de tres partes esenciales que son el titular; que brinda los datos básicos de la noticia, la entrada o lead; que invita al usuario a seguir leyendo, el cuerpo; que desarrolla y completa la información y el remate, que concluye la información.

El titular de una noticia se diferencia de otros géneros periodísticos por la cantidad de números de palabras así como por la información que se brinda en ella. A diferencia del género de opinión, por ejemplo, en donde hay libertad en el uso de palabras y expresiones.

Rafael Yanes clasifica las titulaciones de una noticia en los siguientes puntos:

1. Por su composición:

1.1. Simple: si está formada solamente por un título.

1.2. Compuesta: si contiene, además del título, algún otro componente (antetítulo o subtítulo).

2. Por su grado de información:

2.1. Informativa: si condensa lo esencial de la noticia.

2.2. Apelativa: cuando menciona el asunto del que trata, pero no dice exactamente lo que ha sucedido.

2.3. De impacto: la que no ofrece ningún dato de la información, y contiene, en pocas palabras, un mensaje llamativo.

Por otro lado, de acuerdo con Rafael Yanes, el lead o entrada que viene después del titular, es la parte complementaria del título en donde se pueden leer los datos más relevantes de la noticia. Este es diferenciado por su tipografía menor al titular, pero mayor que la del cuerpo y a pesar de cumplir la función de atraer al lector a continuar leyendo, esta debe estar exenta de sensacionalismo y especulaciones.

El cuerpo, por su parte, contiene el desarrollo de la información que se le brindó anteriormente en el titular al lector. (Yanes, 2003) Este debe contener los datos básicos ordenados de forma jerárquica estructurados por la conocida pirámide invertida que responde al ¿Qué? ¿Cómo? ¿Dónde? ¿Cuándo? y ¿Por qué? Finalmente, el remate, considerado como el último párrafo de una noticia, tiene por función concluir la información con ideas secundarias que refuercen la principal para que de esta forma forma el receptor entienda que la información que se le brindó hasta ese punto está completa.

#### **1.1.4 Elementos de una noticia falsa**

##### **1.1.4.1 Definición**

Las noticias falsas son una alteración de la realidad, desvirtúan los hechos a conveniencia y pueden llegar a modificar la opinión de los ciudadanos, ya que parecen verdaderas (Muñoz, 2017). De acuerdo con la investigación titulada *Medios de comunicación y posverdad: Análisis de las noticias falsas en elecciones presidenciales de EE. UU. de 2016* de Priscila Muñoz Sanhueza se determinaron cuatro elementos

característicos de una noticia falsa: Inexactitud, nulo contraste de fuentes, sensacionalismo y especularización, y, uso de la opinión o subjetividad.

- a. Inexactitud. Para Muñoz (2017) en las noticias falsas no importa la hora, día, semana, mes o año en el que ocurrió el hecho noticioso, simplemente desinforman. Es decir, no cuentan con los elementos básicos de una noticia periodística.
- b. Nulo contraste de fuentes. Sus autores no presentan esfuerzos por confirmar lo que han publicado, sino que lo atribuyen a otras fuentes como sitios de noticias falsas u otros medios de comunicación tradicionales (Muñoz, 2017).
- c. Sensacionalismo y especularización. A pesar de parecer verdaderas, no abordan con la seriedad que corresponde el proceso eleccionario norteamericano y usan el rumor, el amarillismo y la especularización (Muñoz, 2017).
- d. Opinión o subjetividad. Para Muñoz (2017) las noticias falsas deslizan juicios, expanden acusaciones, e imputaciones de delitos como si estuviesen confirmados sin utilizar la presunción de inocencia.

El periodismo informativo considera en la fabricación de una noticia periodística características esenciales como lo son la claridad en la información y el uso del lenguaje sencillo, que en pocas palabras consistiría en la exactitud de los datos para comunicar los hechos concretos y '[...] siempre debe estar construido correctamente desde el punto de vista gramatical. El buen periodista tiene que dominar con bastante corrección las reglas del idioma.' (Yanes, 2003)

## 1.1.5 Criterios de verificación

### 1.1.5.1 Definición

‘[...] proceso metodológico que ratifica la idea del verificador como figura necesaria para esclarecer la veracidad de datos, hechos y del discurso público...’ Carlos Rodríguez (2020). Dichos criterios forman parte del periodismo de verificación que permite frenar la desinformación, en algunos países son conocidos como *factcheckers* o verificadores de hechos. De acuerdo a Carlos Rodríguez serían cinco criterios metodológicos:

1. Selección de la frase, afirmación o declaración pronunciada en un ámbito público o trino en redes sociales.
2. Evaluación de la relevancia, impacto social y repercusión en el debate público o viralización social.
3. Consulta a las fuentes: autor/a de la afirmación, fuentes oficiales, expertas, alternativas y recolección de bases de datos públicas y oficiales que permitan realizar la verificación.
4. Contextualización de la afirmación realizando una labor de periodismo explicativo.
5. Otorgar una calificación con base en unas categorías establecidas, determinadas por los medios de comunicación.

## **1.2. Formulación del Problema**

### **1.2.1 Problema General**

- ¿Cómo se manifiesta el contenido de las publicaciones de Facebook y Whatsapp desmentidas en el portal Ojo Público sobre el coronavirus, marzo - julio 2020?

### **1.2.2. Problemas Específicos**

- ¿Cuál es la estructura de los contenidos de las publicaciones sobre el coronavirus desmentidas en el portal Ojo Público entre marzo- julio 2020?
- ¿Qué elementos conforman los contenidos de las publicaciones sobre el coronavirus desmentidas en el portal Ojo Público entre marzo- julio 2020?
- ¿Se presentan criterios de verificación en los contenidos de las publicaciones sobre el coronavirus desmentidas en el portal Ojo Público entre marzo- julio 2020?

## **1.3. Objetivos**

### **1.3.1 Objetivo General**

Analizar el contenido de las publicaciones de Facebook y Whatsapp desmentidas en el portal Ojo Público sobre el coronavirus, marzo – julio 2020.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

-Definir la estructura del contenido de las publicaciones de Facebook y Whatsapp desmentidas en el portal Ojo Público sobre el coronavirus, marzo – julio 2020.

- Describir los elementos del contenido de las publicaciones de Facebook y Whatsapp desmentidas en el portal Ojo Público sobre el coronavirus, marzo – julio 2020.

- Determinar el uso de criterios de verificación en el contenido de las publicaciones desmentidas en el portal Ojo Público en Facebook y Whatsapp sobre el coronavirus, marzo – julio 2020.

## CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

### 2.1 Tipo de Investigación

La investigación cualitativa ‘se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto.’ (Hernández-Sampieri, Fernández y Baptista, 2014).

Se utilizará el enfoque cualitativo porque lo que se pretende con esta investigación es estudiar el fenómeno social de las noticias falsas o *fake news* y dar respuesta a algunos problemas concretos con relación a ellas.

La presente investigación es de tipo descriptiva observacional, definida así, como: ‘Explorar y describir ambientes, comunidades, subculturas y los aspectos de la vida social, analizando sus significados y a los actores que la generan’. (Eddy, 2008; Patton, 2002; y Grinnell, 1997). Se utilizará dicho tipo de investigación porque lo que se pretende es describir el fenómeno de las *fake news* analizando cada una de estos contenidos informativos desmentidos en la sección Ojo Biónico.

El diseño será el estudio de caso, definida así, como: “[...] una modalidad de búsqueda empírica que se adecúa para estudiar problemas prácticos o situaciones específicas.’ (Ñaupas, Mejía, Novoa, Villagómez, 2014). Se escogió este diseño porque se pretende realizar un análisis de contenido.

El momento de aplicación de análisis es transversal, ‘su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado’. (Hernández-Sampieri, Fernández y Baptista, 2014) Se utiliza este análisis porque la presente investigación se basa en la observación para analizar la variable de estudio recopiladas en el

periodo de marzo, abril, mayo y junio, meses de auge de la pandemia del coronavirus en el Perú.

## 2.1. Muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

Se escogió como medio de comunicación al portal web Ojo Público, medio peruano fundado en 2014. De este medio se escogieron como muestra seis contenidos informativos de las publicaciones que se hicieron en Facebook y Whatsapp sobre el coronavirus. Estos fueron seleccionados además por su alta visualización.

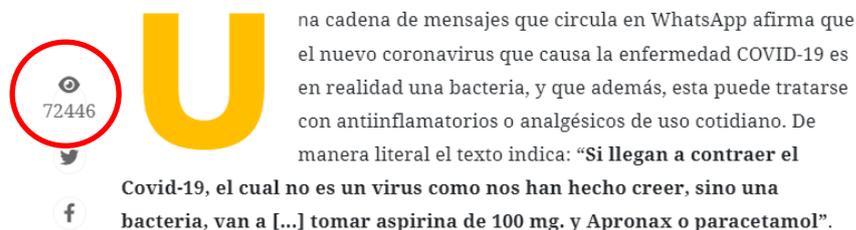


Figura 11: Número de visualizaciones de una nota desmentida en Ojo Público del 2020

## Criterios de Selección de las publicaciones

Dentro de los criterios de selección para la presente investigación se escogieron seis publicaciones que circularon por Whatsapp y Facebook y que además tuvieron un número considerable de visitas en la propia sección Ojo Biónico por su titular en relación con la pandemia del covid-19.

Tabla 1 Publicaciones examinadas por Ojo Público entre marzo y julio de 2020

| Noticia/Titular  | Origen   | Cantidad de vistas |
|--|----------|--------------------|
| En Italia por fin se encontró la cura para el coronavirus  | WhatsApp | 64 717             |
| Es falso que el covid-19 sea causado por una bacteria en vez de un virus y que pueda tratarse con Apronax y aspirinas. | WhatsApp | 50 527             |
| Consumir café ayuda a curar la Covid 19  | WhatsApp | 29 232             |

---

|   |          |        |
|---|----------|--------|
| El vinagre serviría para detectar asintomáticos covid mediante prueba casera. | Facebook | 24 874 |
| Es falso que la hoja de coca evite el desarrollo del covid-19 en la tráquea   | Facebook | 4 687  |
| ¿El kion retrasa la infección con el nuevo coronavirus?                       | WhatsApp | 95 765 |

---

En esta tabla se describen las unidades de análisis de esta investigación

## 2.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección y Análisis de Datos

Se utilizó la técnica de la observación. El instrumento usado para el análisis de datos fue una ficha de observación, que fue adaptada con las dimensiones establecidas. A fin de precisar la técnica, Siampieri (2014) sostiene que “Un buen observador cualitativo necesita saber escuchar y utilizar todos los sentidos, poner atención a los detalles, poseer habilidades para descifrar y comprender conductas, ser reflexivo y flexible para cambiar el centro de atención, si es necesario” (p. 403).

### 2.2.1. Definición conceptual y operacionalización de las variables

A continuación, se presenta el cuadro de las definiciones conceptuales, en el que se explican las relaciones entre la variable y las categorías:

Tabla 2: Cuadro de definiciones conceptuales de la variable y sus categorías

| Variable              | Definición Conceptual  | Unidades Temáticas             | Definición Conceptual  |
|-----------------------|--|--------------------------------|--|
| Contenido informativo | ‘[...] en general se ven envueltos en una evolución constante que exige, desde múltiples perspectivas, abordajes concretos. (Vizcaíno, Montes, De la Torre, 2017, p. 194). | Estructura de una noticia      | ‘[...] partes con unas funciones específicas perfectamente identificables.’ (Yanes, 2003)  |
|                       |  | Elementos de una noticia falsa | Las noticias falsas son una alteración de la realidad, desvirtúan los hechos a conveniencia y pueden llegar a modificar la opinión de los ciudadanos, ya que parecen verdaderas (Muñoz, 2017). |
|                       |  | Criterios de verificación      | ‘[...] proceso metodológico que ratifica la idea del verificador como figura necesaria para esclarecer la veracidad de datos, hechos y del discurso público...’ Carlos Rodríguez (2020).       |

En este cuadro se definen los conceptos centrales de las variables, en categorías e indicadores. Asimismo, se relacionan los conceptos con los cuales se elabora la teoría que explica una realidad problemática.

## Descripción de los Instrumentos

### 2.2.1.1. Técnica

Observación cualitativa:

Se utilizará esta técnica dado que implica interactuar a profundidad con el objeto a estudiar. Esto implica ser minucioso en los detalles, ‘mantener un papel activo, así como una reflexión permanente.’ (Hernández-Sampieri, Fernández y Baptista, 2014).

### 2.2.1.2. Instrumento

Se realizó un análisis utilizando la ficha de observación, en el cual se encontrarán las dimensiones de la variable. Cada una de ellas se desglosará

en sub categorías y con base en esta ficha se hará un contraste con cada una de las seis publicaciones escogidas como muestra.

### **2.2.2. Validez y Confiabilidad del Instrumento**

En el desarrollo de la investigación se crea un instrumento que tenga las características necesarias para obtener resultados pertinentes, en este caso una ficha de observación. Por lo que el instrumento ha sido validado por tres expertos en el área de comunicación y periodismo, para que brinden validez de contenido:

- Mg. Nikita Shardin Flores
- Lic. Paco Moreno Tineo

### **2.2.3. Procedimiento**

Para analizar los contenidos de las publicaciones sobre el coronavirus entre marzo y julio de 2020 se construyó una ficha de observación en donde se tomaron en consideración elementos encontrados en la investigación titulada *Medios de comunicación y posverdad: Análisis de las noticias falsas en elecciones presidenciales de EE. UU. de 2016* de Priscila Muñoz Sanhueza:

- Inexactitud
  - Nulo contraste de fuentes
  - Sensacionalismo y especulación
  - Uso de la opinión o subjetividad

Asimismo, para el análisis de la estructura de los contenidos de las publicaciones sobre el coronavirus, se hizo un contraste con los elementos de una noticia periodística definidas así por Rafael Yanes Mesa (2003) en el que,

a través de la recopilación de diversos autores, señala tres partes fundamentales dentro de la estructura:

- Titular
- Entrada o lead
- Cuerpo

Finalmente, para el análisis de los criterios para la verificación de los contenidos de las publicaciones sobre el coronavirus, se tomaron como base cinco criterios metodológicos o pasos para el proceso de verificación determinados por Carlos Rodríguez (2020).

Ñaupas (2013) considera que todo investigador debe tener un compromiso ético e ideológico en las investigaciones. Por lo tanto, se tomó en consideración el no desnaturalizar los contenidos de las publicaciones sobre el coronavirus obtenidas del portal Ojo Público.

## **2.5 Aspectos Éticos**

En consideración al respeto por la propiedad intelectual, se declara que esta investigación ha sido elaborada sin plagio y guardando la rigurosidad que amerita una investigación científica. En los aspectos éticos se consideró la responsabilidad de verificar que la información encontrada y desmentida en la página de Ojo Público sea la real en la página de origen. Se le dio mucha importancia a la verificación de los hechos ya que ‘la falta de verificación, filtros y la ausencia de responsabilidad de dichas plataformas sobre el contenido que en ellas se difunde apunta hacia uno de los mayores retos para el periodismo y para la democracia (Crilley & Gillespie, 2018).

## **CAPÍTULO III: RESULTADOS**

En el presente capítulo se elaborará la redacción del análisis de las seis publicaciones tomadas como muestra del portal Ojo Público sobre el coronavirus entre marzo y julio, 2020. Dichas publicaciones fueron propagadas por Facebook y Whatsapp.

### **3.1. Aspectos Generales del Análisis**

En esta investigación se analizarán la estructura, elementos y criterios de verificación de las publicaciones que fueron desmentidas en el portal Ojo Público. Cabe señalar que las seis publicaciones a analizar se publicaron dentro del contexto social en el que Perú entró en Estado de Emergencia debido a la pandemia del covid-19. A raíz de ello, se suscitaron informaciones sobre posibles curas y formas de prevenir el virus, de los cuales, fueron desmentidos en el portal web peruano Ojo Público.

### 3.1.1 Análisis de la primera publicación

A continuación, se analiza el primer contenido:



En esta primera imagen se puede observar una información tratada como noticia y titulada: ‘**En Italia por fin se encontró la cura para el coronavirus**’, que se propagó en Whatsapp a modo de cadena, es decir, que muchos usuarios la reenviaron. Se desconoce el número exacto de reenvíos, sin embargo, de acuerdo a la consulta que Ojo Público realizó al equipo de verificación Politifact, una versión más extensa de este mensaje fue compartida más de 20 mil veces en Facebook.

De forma general se evidencia que no existe una correcta estructura a pesar de que quienes crearon esta información trataron de asemejarla a una noticia periodística. Además, se observa que no existe el lead o bajada que invite a seguir leyendo, de hecho, el titular es de impacto por tratarse de información de interés mundial dado el contexto en el que fue publicada. Se desconoce la fecha exacta de su publicación ya que en el desarrollo de la información no precisa los datos básicos como el cuándo.

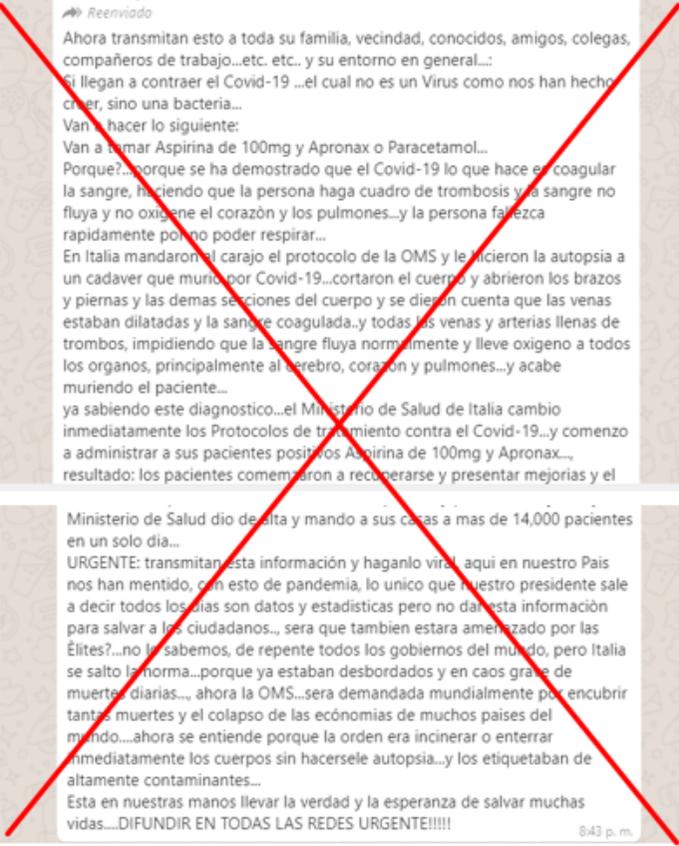
A continuación, se realizará el análisis con base en el instrumento.

Tabla 3- Ficha de observación

| Variable              | Unidad temática                | Unidad sub temática            | Ítem   | Sí | No | Análisis  |
|-----------------------|--------------------------------|--------------------------------|--|----|----|---|
| Contenido informativo | Estructura de una noticia      | Titular                        | Contiene los datos básicos de la noticia.  | x  |    | Se aprecia un titular de impacto.   |
|                       |                                | Entrada o Lead                 | Invita al usuario a continuar leyendo.   |    | x  | No cuenta con lead o entrada  |
|                       |                                | Cuerpo                         | Desarrolla y completa la información.  | x  |    | Los o el autor desarrollan la información, pero sin responder preguntas básicas como cuándo sucedieron los hechos.            |
|                       |                                | El remate                      | Último párrafo de la noticia, concluye y cierra dando entender que la información está completa. |    | x  | Dado que no tiene una correcta estructura como la de una noticia periodística, no cuenta con este último punto.               |
|                       | Elementos de una noticia falsa | Inexactitud                    | No precisa información clara de la fecha en que ocurrieron los hechos noticiosos.                | x  |    | Este contenido no precisa información del día o la fecha exacta en el ocurrieron los hechos.                                  |
|                       |                                | Contraste de fuentes           | Verificación de la información con fuentes confiables.   |    | x  | Se puede leer que avalan sus afirmaciones con supuestos médicos, pero no hay evidencia de que aquello sea verídico.           |
|                       |                                | Sensacionalismo y especulación | Presentación de las noticias utilizando sus aspectos más llamativos con fines comerciales        | x  |    | Este contenido es sensacionalista por presentar un titular muy llamativo y de impacto, dado el contexto en el que se publicó. |

|                           |  |   |   |   |  |
|---------------------------|--|---|---|---|--|
| Criterios de verificación | Uso de la opinión (subjetividad)                                   | Las noticias no separan la opinión de la información.   |   | x | En este caso, no utilizan la opinión, pero construyen la información con supuestas afirmaciones.   |
|                           | Selección de la afirmación   | Selección de la frase, afirmación o declaración pronunciada en un ámbito público y que se vuelve noticia.         | x |   | Es evidente que a partir de una frase o afirmación, en este caso que 'Italia encontró la cura para el coronavirus', se construye un entramado de falsedades. |
|                           | Evaluación del impacto social                                      | Conocer si se viralizó o no la noticia a partir del número de visitas que obtuvo.                                 |   | x | Dado que es un mensaje que se propagó en Whatsapp, se desconoce el número exacto de reenvíos, lo que no permite determinar su impacto.                       |
|                           | Consulta de fuentes  | Permite constatar la información con fuentes autorizadas y relevantes.  |   | x | Usan citas de supuestos patólogos italianos de los cuales no hay mayores detalles.   |
|                           | Contextualización de la información                                | Permite determinar si la noticia está dentro del contexto social en el que se publicó.                            | x |   | Esta información falsa sí fue fabricada dentro del contexto social en el que la pandemia del coronavirus había llegado al Perú.                              |
|                           | Otorgar una calificación con base en unas categorías establecidas. | Permite hacer la evaluación de los hechos con los pasos anteriormente presentados, para su posterior publicación. |   | x | Es evidente que no se siguieron los pasos, anteriormente analizados, para su posterior publicación.  |

### 3.1.2. A continuación se analiza la segunda publicación:

|   |   |
|---|---|
|  <p>Reenviado</p> <p>Ahora transmitan esto a toda su familia, vecindad, conocidos, amigos, colegas, compañeros de trabajo...etc. etc. y su entorno en general...:</p> <p>Si llegan a contraer el Covid-19 ...el cual no es un Virus como nos han hecho creer, sino una bacteria...</p> <p>Van a hacer lo siguiente:</p> <p>Van a tomar Aspirina de 100mg y Apranax o Paracetamol...</p> <p>Porque?...porque se ha demostrado que el Covid-19 lo que hace es coagular la sangre, haciendo que la persona haga cuadro de trombosis y la sangre no fluya y no oxigene el corazón y los pulmones...y la persona fallezca rápidamente por no poder respirar...</p> <p>En Italia mandaron al carajo el protocolo de la OMS y le hicieron la autopsia a un cadaver que murió por Covid-19...cortaron el cuello y abrieron los brazos y piernas y las demás secciones del cuerpo y se dieron cuenta que las venas estaban dilatadas y la sangre coagulada..y todas las venas y arterias llenas de trombos, impidiendo que la sangre fluya normalmente y lleve oxígeno a todos los órganos, principalmente al cerebro, corazón y pulmones...y acabe muriendo el paciente...</p> <p>ya sabiendo este diagnostico...el Ministerio de Salud de Italia cambio inmediatamente los Protocolos de tratamiento contra el Covid-19...y comenzo a administrar a sus pacientes positivos Aspirina de 100mg y Apranax... resultado: los pacientes comenzaron a recuperarse y presentar mejoras y el</p> <p>Ministerio de Salud dio de alta y mando a sus casas a mas de 14,000 pacientes en un solo día...</p> <p>URGENTE: transmitan esta información y haganlo viral, aqui en nuestro Pais nos han mentido, con esto de pandemia, lo unico que nuestro presidente sale a decir todos los días son datos y estadísticas pero no da esta información para salvar a los ciudadanos... sera que tambien estara amenazado por las Élites?...no lo sabemos, de repente todos los gobiernos del mundo, pero Italia se salto la norma...porque ya estaban desbordados y en caos grave de muertes diarias... ahora la OMS...sera demandada mundialmente por encubrir tantas muertes y el colapso de las economías de muchos países del mundo...ahora se entiende porque la orden era incinerar o enterrar inmediatamente los cuerpos sin hacersele autopsia...y los etiquetaban de altamente contaminantes...</p> <p>Esta en nuestras manos llevar la verdad y la esperanza de salvar muchas vidas...DIFUNDIR EN TODAS LAS REDES URGENTE!!!!</p> <p>8:43 p. m.</p> | <p>En esta segundo contenido, los autores afirman que el coronavirus que causa la enfermedad del covid-19 es en realidad una bacteria y no un virus como ‘nos han hecho creer’. Además, aseguran que se puede tratar con antiinflamatorios o analgésicos de uso cotidiano. Esta información es en realidad una cadena de Whatsapp que se reenvió a otros usuarios. (Se desconoce el número exacto de reenvíos).</p> <p>En esta supuesta noticia, toda la información que se detalla no tiene fuentes verificables. Es evidente que no precisa la estructura de una noticia, dado que no es una noticia como tal sino información falsa propagada como noticia a través de Whatsapp. Citan al Ministerio de Salud de Italia, pero no contrastan su supuesta fuente. Además, hacen uso de la subjetividad sin considerar el respeto por el tratamiento de la información y por las personas que lo receptionan.</p> |
|---|---|

| Variable              | Unidad temática                | Unidad sub temática            | Ítem   | Sí | No | Análisis  |
|-----------------------|--------------------------------|--------------------------------|--|----|----|---|
| Contenido informativo | Estructura de una noticia      | Titular                        | Contiene los datos básicos de la noticia.  |    | x  | Este mensaje de Whatsapp no presenta un titular que anteponga lo que se va a leer.  |
|                       |                                | Entrada o Lead                 | Invita al usuario a continuar leyendo.   |    | x  | No cuenta con entrada por tratarse de un mensaje de Whatapp.  |
|                       |                                | Cuerpo                         | Desarrolla y completa la información.  | x  |    | Presenta un cuerpo de varios párrafos en el que describen supuestas formas de curar el virus del covid-19. Mas no presenta una correcta estructura.                                   |
|                       |                                | El remate                      | Último párrafo de la noticia, concluye y cierra dando entender que la información está completa. |    | x  | Se evidencia un párrafo de cierre, pero con errores sintácticos y ortográficos.   |
|                       | Elementos de una noticia falsa | Inexactitud                    | No precisa información clara de la fecha en que ocurrieron los hechos noticiosos.                | x  |    | Esta información es completamente inexacta. No exponen la fecha en el que ocurrieron los hechos.  |
|                       |                                | Contraste de fuentes           | Verificación de la información con fuentes confiables.   | x  |    | No contrastan las supuestas fuentes que presentan, lo que no da confiabilidad de la información.  |
|                       |                                | Sensacionalismo y especulación | Presentación de las noticias utilizando sus aspectos más llamativos con fines comerciales        |    | x  | El sensacionalismo se puede observar con esta frase: 'Si llegan a contraer el covid-19, el cual no es virus como nos han hecho creer, sino una bacteria, van a hacer lo siguiente...' |

|                           |  |   |   |   |  |
|---------------------------|--|---|---|---|--|
|                           | Uso de la opinión (subjetividad)                                   | Las noticias no separan la opinión de la información.   | x |   | En este contenido se puede leer que la información está mezclada con la opinión. Por ejemplo con esta frase: ‘aquí en nuestro país nos han mentido con esta pandemia.’ |
| Criterios de verificación | Selección de la afirmación   | Selección de la frase, afirmación o declaración pronunciada en un ámbito público y que se vuelve noticia.         | x |   | Se puede afirmar que de la frase o afirmación: ‘el covid-19, el cual no es virus como nos han hecho creer, sino una bacteria...’ se construyeron falsedades.           |
|                           | Evaluación del impacto social                                      | Conocer si se viralizó o no la noticia a partir del número de visitas que obtuvo.                                 |   | x | Dado que es un mensaje que se propagó en Whatsapp, se desconoce el número exacto de reenvíos, lo que no permite determinar su impacto.                                 |
|                           | Consulta de fuentes  | Permite constatar la información con fuentes autorizadas y relevantes.  |   | x | No corrobora la información de todo lo que se afirma con fuentes confiables.   |
|                           | Contextualización de la información                                | Permite determinar si la noticia está dentro del contexto social en el que se publicó.                            | x |   | Esta información falsa sí fue fabricada dentro del contexto social en el que la pandemia del coronavirus había llegado al Perú.  |
|                           | Otorgar una calificación con base en unas categorías establecidas. | Permite hacer la evaluación de los hechos con los pasos anteriormente presentados, para su posterior publicación. |   | x | No se evaluaron los hechos para su posterior publicación.  |

### 3.1.3 A continuación se analiza la tercera publicación:

|  |   |
|--|---|
| <p><del>Últimas noticias de CNN: -</del></p> <p><del><b>Dr. Li Wenliang</b></del></p> <p><del>El héroe médico de China, que fue castigado por decir la verdad sobre el CoronaVirus y luego murió de la misma enfermedad, había documentado archivos de casos con fines de investigación y en los archivos propuso una cura que disminuiría significativamente el impacto de COVID - 19.</del></p> <p><del>Las sustancias químicas <b>Metilxantina Teobromina y Teofilina</b> que estimulan compuestos que pueden evitar estos virus en humanos con al menos tener un sistema inmunitario promedio. Lo más sorprendente es que estas palabras complejas que fueron tan difíciles de pronunciar para las personas en China son <b>El CAFÉ</b> Nuestro CAFÉ regularmente tiene todos estos químicos. La principal <b>metilxantina</b> en el café es la cafeína.</del></p> <p><del>Otras metilxantinas que se encuentran en el CAFÉ son dos compuestos químicamente similares, la <b>Teobromina</b> y la <b>Teofilina</b></del></p> <p><del>La planta de CAFÉ crea estos químicos como una forma de alejar los insectos y otros animales. Quién diría que la solución completa a este virus sería una simple taza de café y esa es la razón por la cual tantos pacientes en China, están siendo curados.</del></p> | <p>En esta tercera imagen se observa una supuesta noticia que lleva como subtítulo: Última noticias de CNN. Se observa con facilidad que no hay una estructura definida, ya que la información que se publica no tiene un titular, ni bajada.</p> <p>Esta información asegura que consumir café ayuda a curar el covid-19, sin embargo, no utiliza fuentes para su veracidad.</p> <p>El mensaje de Whatsapp afirma que el uso de las metilxantinas para tratar la enfermedad está sustentado en estudios hechos por el médico Ling Wenliang, pero, no hay evidencia de ello.</p> <p>En términos generales, esta noticia falsa no tiene estructura, lo que la hace confusa, no profundiza ni avala con estudios científicos. Es inexacta en cuanto a los hechos, no utilizó criterio de verificación necesarios para su publicación.</p> |
|--|---|

| Variable              | Unidad temática                | Unidad sub temática              | Ítem   | Sí | No | Análisis   |
|-----------------------|--------------------------------|----------------------------------|--|----|----|--|
| Contenido informativo | Estructura de una noticia      | Titular                          | Contiene los datos básicos de la noticia.  |    | x  | Este contenido no presenta un titular que resuma los datos básicos de lo que se leerá después.   |
|                       |                                | Entrada o Lead                   | Invita al usuario a continuar leyendo.   |    | x  | No presenta un lead o entrada, solo una frase que dice: 'Últimas noticias de CNN'  |
|                       |                                | Cuerpo                           | Desarrolla y completa la información.  | x  |    | Esta noticia falsa desarrolla la información en tres párrafos, pero no de forma profunda.  |
|                       |                                | El remate                        | Último párrafo de la noticia, concluye y cierra dando entender que la información está completa. |    | x  | No presenta este último párrafo.   |
|                       | Elementos de una noticia falsa | Inexactitud                      | No precisa información clara de la fecha en que ocurrieron los hechos noticiosos.                | x  |    | Esta información es presentada de manera inexacta, ya que no precisa la fecha exacta en el que ocurrieron los hechos.  |
|                       |                                | Contraste de fuentes             | Verificación de la información con fuentes confiables.   |    | x  | No contrastan sus afirmaciones con fuentes confiables que validen lo que dicen, Como por ejemplo, no presentan los supuestos archivos y documentos del Dr. Wenliang en el que propuso una cura para el covid-19. |
|                       |                                | Sensacionalismo y especulación   | Presentación de las noticias utilizando sus aspectos más llamativos con fines comerciales        |    | x  | Se evidencia el sensacionalismo a partir de la afirmación de que el café es la cura para el coronavirus.   |
|                       |                                | Uso de la opinión (subjetividad) | Las noticias no separan la opinión de la información.  | x  |    | Esta información no separa la opinión de la información al señalar lo siguiente: 'Quien diría que la solución completa a este virus sería una simple taza de café.'  |
|                       |                                |                                  |  |    |    |  |

|                           |  |   |   |   |   |
|---------------------------|--|---|---|---|---|
| Criterios de verificación | Selección de la afirmación   | Selección de la frase, afirmación o declaración pronunciada en un ámbito público y que se vuelve noticia.         | x |   | Desarrollan la información a partir de la afirmación: ‘Una taza de café es la cura para el coronavirus’ |
|                           | Evaluación del impacto social                                      | Conocer si se viralizó o no la noticia a partir del número de visitas que obtuvo.                                 |   | x | Esta información se propagó por Whatsapp, lo que no permite determinar el número exacto de reenvíos.    |
|                           | Consulta de fuentes  | Permite constatar la información con fuentes autorizadas y relevantes.  |   | x | No verifican sus afirmaciones con fuentes confiables.   |
|                           | Contextualización de la información                                | Permite determinar si la noticia está dentro del contexto social en el que se publicó.                            | x |   | Esta información fue publicada dentro del contexto de la pandemia del coronavirus.                      |
|                           | Otorgar una calificación con base en unas categorías establecidas. | Permite hacer la evaluación de los hechos con los pasos anteriormente presentados, para su posterior publicación. |   | x | No se evaluaron los hechos para su posterior publicación.   |

### 3.1.3 A continuación se analiza la cuarta publicación:

|   |   |
|---|---|
|  | <p>En este cuarto contenido, se afirma que se puede utilizar vinagre como prueba casera para detectar el coronavirus, dicha información está avalada supuestamente por el médico peruano Luis Arévalo. Sin embargo, no hay evidencia sobre la entrevista en el que se afirma aquello.</p> <p>Esta información se originó de un video que circuló en redes sociales y que fue publicada como noticia por la página Perú Profundo Noticias en Facebook.</p> <p>La noticia que se propagó en redes sociales presenta un titular de impacto, sin embargo, no tiene completamente desarrollada la información, no contiene el párrafo final de un texto periodístico y la información no es clara. Además, la supuesta cita textual del médico peruano no es contrastada con fuentes verificables que validen la nota.</p> |
|---|---|

| Variable              | Unidad temática                | Unidad sub temática              | Ítem  | Sí | No | Análisis  |
|-----------------------|--------------------------------|----------------------------------|---|----|----|---|
| Contenido informativo | Estructura de una noticia      | Titular                          | Contiene los datos básicos de la noticia.   | X  |    | Presenta un titular de impacto.   |
|                       |                                | Entrada o Lead                   | Invita al usuario a continuar leyendo.  |    | x  | No cuenta con una entrada o lead.   |
|                       |                                | Cuerpo                           | Desarrolla y completa la información.   | x  |    | Desarrolla la información, pero de manera confusa ya que citan a un supuesto médico del cual no se sabe si es verídico o no.                                    |
|                       |                                | El remate                        | Último párrafo de la noticia, concluye y cierra dando entender que la información está completa.          |    | x  | En esta noticia no existe el último párrafo que cierre la información.  |
|                       | Elementos de una noticia falsa | Inexactitud                      | No precisa información clara de la fecha en que ocurrieron los hechos noticiosos.                         | x  |    | No precisa el día exacto de los hechos.   |
|                       |                                | Contraste de fuentes             | Verificación de la información con fuentes confiables.  | x  |    | Presenta una cita textual de un médico peruano, pero no muestran la supuesta entrevista.  |
|                       |                                | Sensacionalismo y especulación   | Presentación de las noticias utilizando sus aspectos más llamativos con fines comerciales                 | x  |    | El sensacionalismo se aprecia desde el titular: 'El vinagre serviría para detectar asintomáticos covid mediante prueba casera.'                                 |
|                       |                                | Uso de la opinión (subjetividad) | Las noticias no separan la opinión de la información.   |    | x  | En este caso no usan la subjetividad, por el contrario hacen parecer que esta información es verdadera, presentando hechos y citas de los cuales no hay prueba. |
|                       | Criterios de verificación      | Selección de la afirmación       | Selección de la frase, afirmación o declaración pronunciada en un ámbito público y que se vuelve noticia. | x  |    | Desarrollan la información a partir de la siguiente afirmación: El vinagre serviría para detectar asintomáticos covid mediante prueba casera.'                  |
|                       |                                | Evaluación del impacto social    | Conocer si se viralizó o no la noticia a partir del número de visitas que obtuvo.                         |    | x  | No se puede determinar el impacto social, dado que se desconoce el número de vistas.  |

|  |  |  |   |   |   |  |
|--|--|--|---|---|---|--|
|  |  | Consulta de fuentes  | Permite constatar la información con fuentes autorizadas y relevantes.  |   | x | Se puede observar que no se consultaron fuentes relevantes que avalen la supuesta afirmación.. |
|  |  | Contextualización de la información                                | Permite determinar si la noticia está dentro del contexto social en el que se publicó.                            | x |   | Este contenido fue publicado dentro del contexto social de la pandemia del coronavirus.        |
|  |  | Otorgar una calificación con base en unas categorías establecidas. | Permite hacer la evaluación de los hechos con los pasos anteriormente presentados, para su posterior publicación. |   | x | No se evaluaron los hechos para su publicación.  |

### 3.1.4 A continuación se analiza la quinta publicación:

|  |  |
|--|--|
|  <p> <b>Universidad San Cristóbal</b><br/>         6 de junio · 🌐     </p> <p> <b>HOJA DE COCA Y COVID-19</b><br/>         Ranulfo Cavero<br/>         juan.cavero@unsch.edu.pe     </p> <p>         Conversando con mi colega el antropólogo Juan José García, me decía que el protocolo de la OMS frente al COVID-19 estaba fracasando; que el protocolo de los médicos clínicos estaba en experimento y tenía algunos resultados, y que existe una tercera alternativa, la medicina andina ancestral. Ya por mi parte y motivado por esta plática, comencé a revisar algunos libros y artículos y llegué a una primera convicción: que la sagrada hoja de coca (masticada o como mate) puede ayudar a enfrentar en distintas dimensiones al COVID-19. No sostenemos que la coca cura la enfermedad, sino que serviría para prevenir y mitigar sus efectos y contribuiría a conservar la salud mental en estos "Tiempos Difíciles", como titula la novela de Charles Dickens. Estas dimensiones serían:     </p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Para la prevención: la hoja de coca sirve para fortalecer el sistema inmunológico (es un producto alimenticio de primer orden, contiene ingentes proteínas, vitaminas y minerales) y tiene antioxidantes.</li> <li>2. Para atenuar los efectos: al mascar (acullicar, chacchar, "bolear"), durante el tiempo que dura este proceso (puede ser de media hora a dos horas), uno mantiene la boca y la garganta húmedas, hecho que no permitiría (además de las sustancias que contiene) que el virus penetre a la tráquea. Solo o junto con la sal sirve para hacer gárgaras y desinfectar la garganta y la boca. Según las investigaciones realizadas, la coca tiene efectos favorables en el aparato respiratorio: incrementa la respiración; facilita la oxigenación en terrenos carentes de oxígeno (permite soportar fuertes cambios de presión y cambios climáticos); aumenta las expansiones torácicas, disminuye la exhalación de agua por los pulmones y tonifica los músculos de la caja torácica. La coca, hace que la sangre tenga mayor alcalinidad.</li> <li>3. Para conservar la salud mental: otro de los usos terapéuticos de la sagrada hoja de coca es que es antidepresivo de rápida acción; y favorece o motiva la interacción social placentera si se chaccha o acullica en grupo y conversando, como lo hacen y hacían nuestros pobladores andinos. Hay que seguir investigando...</li> </ol> | <p>             Esta publicación asegura que mascar hoja de coca serviría para prevenir y mitigar los efectos del covid-19. El origen de la información fue publicado por el antropólogo Ranulfo Cavero de la Universidad San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho.         </p> <p>             Esta no es propiamente una noticia como tal dado que no tiene la estructura, es más bien una especie de columna de opinión en el que resalta los beneficios de la coca para el covid-19 y para la salud mental, sin embargo, no utiliza fuentes confiables.         </p> <p>             Esta información fue publicada en la página de la misma universidad del antropólogo y replicada en Whatsapp y Facebook, obteniendo en la última red social alrededor de mil compartidas y se desconoce el número de reenvíos en Whatsapp.         </p> <p>             Dado que no es una noticia como tal, la información no presenta un lead luego del titular, por el contrario, se visualiza el nombre del autor y su correo electrónico. Sí desarrolla la información sobre la hoja de coca, pero no valida sus datos con fuentes verificables, lo que da cuenta que no se validaron los hechos para su posterior publicación. De hecho, al ingresar a la noticia desde Facebook, se pudo observar una advertencia por parte de la misma red social en el que señalaba que la información era falsa y que fue verificada por verificadores de datos independientes.         </p> |
|--|--|

| Variable              | Unidad temática                | Unidad sub temática              | Ítem   | Sí | No | Análisis   |
|-----------------------|--------------------------------|----------------------------------|--|----|----|--|
| Contenido informativo | Estructura de una noticia      | Titular                          | Contiene los datos básicos de la noticia.  | X  |    | Este contenido presenta un título simple.  |
|                       |                                | Entrada o Lead                   | Invita al usuario a continuar leyendo.   |    | x  | No presenta una entrada o lead, en lugar de ello se puede leer el nombre del autor y su correo electrónico.  |
|                       |                                | Cuerpo                           | Desarrolla y completa la información.  | x  |    | El autor desarrolla la información en un párrafo seguido de numeraciones. Esta contenido no sería una noticia como tal sino está escrita a modo de columna de opinión. |
|                       |                                | El remate                        | Último párrafo de la noticia, concluye y cierra dando entender que la información está completa. |    | x  | Por lo tanto, no presenta este último párrafo característico de una nota periodística.   |
|                       | Elementos de una noticia falsa | Inexactitud                      | No precisa información clara de la fecha en que ocurrieron los hechos noticiosos.                | x  |    | Es inexacta, no precisa la fecha.  |
|                       |                                | Contraste de fuentes             | Verificación de la información con fuentes confiables.   |    | x  | No contrasta lo que el autor afirma con bases científicas, lo que no da credibilidad a su afirmación.  |
|                       |                                | Sensacionalismo y especulación   | Presentación de las noticias utilizando sus aspectos más llamativos con fines comerciales        | x  |    | Utiliza información de interés colectivo, dado que habla de una posible cura con la hoja de coca.  |
|                       |                                | Uso de la opinión (subjetividad) | Las noticias no separan la opinión de la información.  | X  |    | Utiliza la opinión, ya que está escrito como una columna de opinión y se puede leer frases como: '[...] llegué a una conclusión, que la sagrada hoja                   |

|                           |  |   |   |   |   |
|---------------------------|--|---|---|---|---|
|                           |  |   |   |   | de coca (masticada o como mate) puede ayudar a enfrentar en distintas dimensiones al covid-19.'   |
| Criterios de verificación | Selección de la afirmación   | Selección de la frase, afirmación o declaración pronunciada en un ámbito público y que se vuelve noticia.         | x |   | Desarrolla la información a partir de la siguiente afirmación: la hoja de coca ayuda a enfrentar el covid-19.   |
|                           | Evaluación del impacto social                                      | Conocer si se viralizó o no la noticia a partir del número de visitas que obtuvo.                                 | x |   | En la página de Facebook en el que fue publicado, se puede visualizar que tuvo alrededor de mil compartidas y se desconoce el número de reenvíos en whatsapp. |
|                           | Consulta de fuentes  | Permite constatar la información con fuentes autorizadas y relevantes.  |   | x | No contrasta sus afirmaciones con bases científicas.  |
|                           | Contextualización de la información                                | Permite determinar si la noticia está dentro del contexto social en el que se publicó.                            | x |   | Esta fake news fue publicada dentro del contexto social de la pandemia del coronavirus.   |
|                           | Otorgar una calificación con base en unas categorías establecidas. | Permite hacer la evaluación de los hechos con los pasos anteriormente presentados, para su posterior publicación. |   | x | No se evaluaron los hechos para su publicación.   |

### 3.1.5 A continuación se analiza la sexta publicación:

|   |  |
|---|--|
|  | <p>Este contenido afirma que masticar 10 gr. de kiñon o jengibre al día, es la dosis adecuada para protegerse del virus por 24 horas. La información circuló por las redes sociales con el presunto membrete de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y el logo del Ministerio de Salud del Perú.</p> <p>Se trata de una información que utiliza como fuente a un supuesto doctor ruso. Además, de acuerdo a la OMS que desmintió la información el 28 de marzo, aseguró que no había evidencia científica en el brote actual de que comer kiñon proteja a las personas del covid-19.</p> <p>Esta información falsa no tiene la estructura de una noticia convencional, dado que, es un supuesto comunicado de la OMS. No precisa la fecha exacta de cuándo se logró comprobar la supuesta efectividad del uso del kiñon y lo más resaltante es que utilizan el nombre de la Organización Mundial de la Salud que, partiendo de ello, convierten a su fuente en muy dudosa. Ya que después la OMS dio a conocer que esto se trataba de una <i>fake news</i>.</p> |
|---|--|

| Variable              | Unidad temática                | Unidad sub temática              | Ítem  | Sí | No | Análisis   |
|-----------------------|--------------------------------|----------------------------------|---|----|----|--|
| Contenido informativo | Estructura de una noticia      | Titular                          | Contiene los datos básicos de la noticia.   |    | x  | Se puede visualizar que no es una noticia como tal, es por ello que no cuenta con un titular.  |
|                       |                                | Entrada o Lead                   | Invita al usuario a continuar leyendo.  |    | x  | Tampoco cuenta con una entrada o lead.   |
|                       |                                | Cuerpo                           | Desarrolla y completa la información.   | x  |    | El comunicado sí desarrolla la información que quiere dar a conocer, pero de manera corta.   |
|                       |                                | El remate                        | Último párrafo de la noticia, concluye y cierra dando entender que la información está completa.          |    | x  | No cuenta con este último párrafo de cierre.   |
|                       | Elementos de una noticia falsa | Inexactitud                      | No precisa información clara de la fecha en que ocurrieron los hechos noticiosos.                         | x  |    | No precisa la fecha exacta en el que supuestamente se logró comprobar la efectividad del uso del kión contra el covid-19.  |
|                       |                                | Contraste de fuentes             | Verificación de la información con fuentes confiables.  | x  |    | Utiliza como supuesta fuente a un médico ruso, pero no hay evidencia de ello.  |
|                       |                                | Sensacionalismo y especulación   | Presentación de las noticias utilizando sus aspectos más llamativos con fines comerciales                 | x  |    | Es sensacionalista, dado que brinda información de otra supuesta forma de no contraer el coronavirus. Además que utiliza la imagen de la Organización Mundial de la Salud. |
|                       |                                | Uso de la opinión (subjetividad) | Las noticias no separan la opinión de la información.   |    | x  | No utiliza la opinión.   |
|                       | Criterios de verificación      | Selección de la afirmación       | Selección de la frase, afirmación o declaración pronunciada en un ámbito público y que se vuelve noticia. | x  |    | Desarrollan la información a partir de la afirmación de que 'masticar 10gr. de kión al día es la dosis adecuada para protegerse del virus por 24 horas.'                   |
|                       |                                | Evaluación del impacto social    | Conocer si se viralizó o no la noticia a partir del número de visitas que obtuvo.                         |    | x  | Se desconoce el número exacto de vistas, pero la OMS al conocer de esto, desmintió esta información a través de sus redes sociales.  |

|  |  |  |   |   |   |   |
|--|--|--|---|---|---|---|
|  |  | Consulta de fuentes  | Permite constatar la información con fuentes autorizadas y relevantes.  |   | x | Utilizan una supuesta fuente de las cuales no hay evidencia y no la contrastan con otras relevantes y confiables. |
|  |  | Contextualización de la información                                | Permite determinar si la noticia está dentro del contexto social en el que se publicó.                            | x |   | Esta información se publicó durante la pandemia del coronavirus.  |
|  |  | Otorgar una calificación con base en unas categorías establecidas. | Permite hacer la evaluación de los hechos con los pasos anteriormente presentados, para su posterior publicación. |   | x | No se evaluaron los hechos para su publicación.   |

### 3.2 Resultados del Análisis por Unidad Temática

Luego de haber realizado una aproximación de las seis contenidos informativos seleccionadas para esta investigación, en esta sección se redactarán los resultados ítem por ítem.

#### 3.2.1 Estructura de una noticia:

Tabla 5: Unidad temática, estructura de una noticia

| UNIDAD TEMÁTICA           | UNIDAD SUBTEMÁTICA | ÍTEM   | SÍ | NO |
|---------------------------|--------------------|--|----|----|
| Estructura de una noticia | Titular            | Contiene los datos básicos de la noticia.  | 3  | 3  |
|                           | Entrada o Lead     | Invita al usuario a continuar leyendo.   |    | 6  |
|                           | Cuerpo             | Desarrolla y completa la información.  | 6  |    |
|                           | El remate          | Último párrafo de la noticia, concluye y cierra dando entender que la información está completa. |    | 6  |

Se comparó cada una de las publicaciones con la estructura de una noticia para determinar el grado de similitud y cómo se estructuran estos contenidos para lograr difundirse como noticias verdaderas.

#### **Interpretación:**

Titular: La mitad de los seis contenidos analizados en esta investigación no cumplieron con este punto, dado que en su mayoría fueron informaciones falsas propagadas por Whatsapp, una herramienta que se utiliza para enviar y reenviar mensajes. Alguno de estos contenidos no presentan un titular debido a que su información es escasa o es un supuesto comunicado de salud. Por otro lado, las noticias que sí presentaron titulares, contienen títulos de impacto ya que lo que se

busca con esto es que sea reenviado muchas veces por otros usuarios. Una de ellas no establece con certeza qué es lo que la gente va a leer.

Entrada o lead: Este es el segundo punto de atracción de la noticia después del título, contiene en resumen los hechos de mayor relevancia y en cada uno de los seis contenidos analizadas estuvieron ausentes. No se consideró este punto para la redacción y publicación de las informaciones. Ninguno tiene en su estructura una entrada o lead a pesar de intentar asemejarse a una noticia periodística.

Cuerpo: En su totalidad, los contenidos analizados sobre la pandemia del coronavirus desarrollan la información contextualizando los hechos y brindando los datos de las noticias, muchos de ellos con fuentes dudosas y no contrastadas. Lo que se pudo observar es que no cumplen con la estructura de la pirámide invertida que caracteriza a una noticia periodística, respondiendo al ¿Quién?, ¿Qué?, ¿Cómo?, ¿Cuándo? Y ¿Dónde? Por lo que se aprecia, no exponen los datos de manera ordenada.

El remate: En la redacción de una noticia periodística se considera a ‘el remate’ como el último párrafo que encierra la noticia y da a entender al lector que allí se concluye. En el caso de los contenidos analizados, se da cuenta que ninguna de ellas cumple con esa parte de la estructura. Puesto que, no todas son consideradas noticias como tal, no cuentan con una estructura definida y algunas dejan más dudas que respuestas.

### **3.2.2 Elementos de una noticia falsa:**

Tabla 6: Unidad temática, elementos de una noticia falsa

| UNIDAD TEMÁTICA                | UNIDAD SUBTEMÁTICA               | ITEMS   | Sí | No |
|--------------------------------|----------------------------------|---|----|----|
| Elementos de una noticia falsa | Inexactitud                      | No precisa información clara de la fecha en que ocurrieron los hechos noticiosos.         | 6  |    |
|                                | Contraste de fuentes             | Verificación de la información con fuentes confiables.                                    |    | 6  |
|                                | Sensacionalismo y especulación   | Presentación de las noticias utilizando sus aspectos más llamativos con fines comerciales | 6  |    |
|                                | Uso de la opinión (subjetividad) | Las noticias no separan la opinión de la información.                                     | 3  | 3  |

#### **Interpretación:**

Inexactitud: Las informaciones fabricadas de este estudio no precisan el día en el que ocurrieron los hechos (fecha exacta), hablan de estudios que realizaron supuestos médicos, pero no precisan el cuándo, cómo y dónde sucedió ello.

Este es el primer elemento que diferencia una noticia periodística de una *fake news*. De acuerdo con Rafael Yanes Mesa (2003) ‘la brevedad, la claridad y la exactitud son sus características fundamentales.’

Contraste de fuentes: Dentro de los contenidos analizados en este estudio, se encontró que muchas de ellas utilizaron supuestas fuentes y citas. No utilizaron fuentes verificables y confiables. Algunas de ellas usaron citas de supuestos médicos de las cuales no se visualizaron las entrevistas, ni se evidenciaron las pruebas, lo que no permite conocer la veracidad de lo dicho.

Sensacionalismo y especulación: De toda la muestra analizada se puede dar cuenta que los contenidos están cargados de sensacionalismo como, por ejemplo, una de

ellas señala que ‘El vinagre sirve para detectar asintomáticos COVID y así evitar más contagios’ y otro mensaje que circuló por Whatsapp llevaba por titular ‘En Italia por fin se encontró la cura para el coronavirus’, frases, afirmaciones y especulaciones que buscan apelar a los sentimientos de los que reciben la información y, de esta forma, lograr que se reenvíe muchas veces.

Uso de la opinión (subjetividad): La mitad de las informaciones fabricadas sometidas a estudio están cargadas de opiniones, no desarrollan los hechos de manera objetiva, de hecho, en los párrafos mezclan la opinión con información. Además, la redacción se encuentra en primera persona como, por ejemplo, en el mensaje que se propagó en Whatsapp sobre el uso de aspirina y apranax o paracetamol: ‘Si llegan a contraer el covid-19... el cual no es un virus como nos han hecho creer, sino una bacteria... Van a hacer los siguiente...’

### 3.2.3 Criterios de verificación:

Tabla 7: Unidad temática criterios de verificación

| UNIDAD TEMÁTICA           | UNIDAD SUBTEMÁTICA   | ITEMS   | Sí | No |
|---------------------------|--|---|----|----|
| Criterios de verificación | Selección de la afirmación   | Selección de la frase, afirmación o declaración pronunciada en un ámbito público y que se vuelve noticia.         | 6  |    |
|                           | Evaluación del impacto social                                      | Conocer si se viralizó o no la noticia a partir del número de visitas que obtuvo.                                 | 1  | 5  |
|                           | Consulta de fuentes  | Permite constatar la información con fuentes autorizadas y relevantes.  |    | 6  |
|                           | Contextualización de la información                                | Permite determinar si la noticia está dentro del contexto social en el que se publicó.                            | 6  |    |
|                           | Otorgar una calificación con base en unas categorías establecidas. | Permite hacer la evaluación de los hechos con los pasos anteriormente presentados, para su posterior publicación. |    | 6  |

### **Interpretación:**

Selección de la afirmación: La totalidad de las informaciones fabricadas sobre el coronavirus utilizadas para este análisis, cumplen con este punto. Es decir, que para crear dichas informaciones, escogieron dentro del contexto social en el que se vivía en el Perú, la frase o afirmación que volvieron noticia. Como por ejemplo asegurar que ‘el covid-19 no es un virus sino una bacteria’.

Este primer paso permite determinar sobre qué afirmación se hará la verificación.

Evaluación del impacto social: En cuanto a los mensajes que se propagaron a través de Whatsapp, es difícil saber con certeza el número exacto de reenvíos. Sin embargo, una de los contenidos analizados en este estudio fue publicado en Facebook, en donde la red social sí permite conocer el impacto según su métrica y compartidos.

Consulta de fuentes: En este tercer paso para la verificación de los hechos, se puede dar cuenta que ninguno de los analizadas constataron la información con fuentes relevantes y confiables. Muchas de ellas colocan supuestas citas textuales de supuestos médicos, pero no muestran pruebas de que aquellas entrevistas existieron. Además, los que utilizaron mayor subjetividad no utilizaron ninguna fuente para avalar lo que afirmaban.

Contextualización de la afirmación: Las seis *fake news* analizadas pertenecen al contexto social en el que fueron publicadas. Ya que, desde el 15 de marzo el Perú entró en Estado de Emergencia debido a la llegada del covid-19 al territorio nacional. Es desde ese momento en el que las especulaciones y noticias falsas a través de las redes sociales se hicieron con mayor potencia.

La mayoría de estas informaciones falsas muestran a las personas posibles curas contra el coronavirus como chacchar hoja de coca, tomar café, tomar antiinflamatorios o comer kiñón, de las cuales ninguna de ellas tuvo evidencia científica.

Otorgar una calificación con base en unas categorías establecidas: Este último paso permite conocer si cada uno de los contenidos analizados en este estudio, cumplen con todos los pasos anteriormente estudiados para su posterior publicación. De esta forma, se da cuenta que ninguna de las seis informaciones evaluó los hechos, contrastó fuentes o siguió algún criterio de verificación para propagar o difundir las supuestas noticias.

### 1.3 Análisis General de los seis contenidos informativos

A continuación, se presenta un análisis general de todas las unidades de análisis aplicadas a las seis publicaciones sobre el coronavirus.

*Tabla 9: Análisis general, variable contenido informativo*

| Variable              | Unidad temática           | Unidad sub temática | Ítem   | Análisis  |
|-----------------------|---------------------------|---------------------|--|---|
| Contenido informativo | Estructura de una noticia | Titular             | Contiene los datos básicos de la noticia.  | La mayoría de los contenidos no cuentan con ello.                     |
|                       |                           | Entrada o Lead      | Invita al usuario a continuar leyendo.   | No precisan.  |
|                       |                           | Cuerpo              | Desarrolla y completa la información.  | Todos presentan un cuerpo, pero con base a informaciones falsas.      |
|                       |                           | El remate           | Último párrafo de la noticia, concluye y cierra dando entender que la información está completa. | Ninguno de ellos presenta este párrafo característico de una noticia. |
|                       | Elementos de una          | Inexactitud         | No precisa información clara de la fecha en que ocurrieron los hechos noticiosos.                | Las fake news no precisan datos básicos como el cuándo.               |

|  |                           |  |   |  |
|--|---------------------------|--|---|--|
|  | noticia falsa             | Contraste de fuentes   | Verificación de la información con fuentes confiables.  | Las <i>fake news</i> utilizan supuestas fuentes para hacerlas verídicas, pero no son fuentes verdaderas. |
|  |                           | Sensacionalismo y especulación                                     | Presentación de las noticias utilizando sus aspectos más llamativos con fines comerciales                         | En su mayoría se pueden leer el sensacionalismo a partir de supuestas curas caseras contra el virus.     |
|  |                           | Uso de la opinión (subjetividad)                                   | Las noticias no separan la opinión de la información.   | .Muchos utilizan la subjetividad.  |
|  | Criterios de verificación | Selección de la afirmación   | Selección de la frase, afirmación o declaración pronunciada en un ámbito público y que se vuelve noticia.         | Todas las <i>fake news</i> crean desarrollan su información con base a una afirmación.                   |
|  |                           | Evaluación del impacto social                                      | Conocer si se viralizó o no la noticia a partir del número de visitas que obtuvo.                                 | No se puede determinar el número exacto de personas que leyeron los mensajes por Whatsapp.               |
|  |                           | Consulta de fuentes  | Permite constatar la información con fuentes autorizadas y relevantes.  | .Los autores de las <i>fake news</i> no consultaron fuentes para la propagación de sus informaciones.    |
|  |                           | Contextualización de la información                                | Permite determinar si la noticia está dentro del contexto social en el que se publicó.                            | Todas las <i>fake news</i> fueron publicadas dentro del contexto social del covid-19.                    |
|  |                           | Otorgar una calificación con base en unas categorías establecidas. | Permite hacer la evaluación de los hechos con los pasos anteriormente presentados, para su posterior publicación. | Ninguna de las informaciones fueron evaluadas antes de ser publicadas en redes sociales.                 |

Luego de analizar los seis contenidos informativos sobre el coronavirus, entre marzo y julio, 2020, se obtiene que no todos los contenidos presentan una estructura definida. Se evidencia que el desarrollo del cuerpo depende de la plataforma en la que se publica. Hay cierto nivel de similitud a la estructura de una noticia periodística, sin embargo, a pesar de

querer asemejarse a una nota periodística para tener cierto nivel de credibilidad, muy pocas de estas informaciones cuentan con un título que anteponga al lector lo que va a encontrar a continuación o desarrollan un cuerpo correctamente estructurado que brinde los datos necesarios y relevantes. Sin embargo, sí desarrollan un contenido con base a una afirmación. Como por ejemplo señalar que tomar café o comer 10 gr. de kiñón al día ayuda a prevenir el covid-19. En el caso de la segunda publicación propagada por Whatsapp y que fue reenviada, se evidencia un patrón característico, el uso de los puntos suspensivos al final de cada párrafo lo que daría entender que la información estaría inconclusa, además de oraciones apelativas al inicio y final de la información

Con respecto a los elementos analizados en estas contenidos informativos, se obtuvo que presentan los mismos elementos que caracterizan a una notificación falsa. Por ejemplo, ninguna de ellas precisa datos exactos como el día en el que ocurrieron los supuestos hechos. Además, otro elemento que los caracteriza es que no corroboran o contrastan sus fuentes con otras que sí tengan peso, que sean relevantes o verificables. Asimismo, se puede dar cuenta que el uso de la opinión y la subjetividad resalta mucho en la elaboración de estas informaciones, dos puntos contrarios a los elementos característicos de una noticia periodística y de calidad; cuya función es la de informar con objetividad. Adicional a ello, para la construcción de estos contenidos de las seis publicaciones, se emplearon términos coloquiales, como es el caso de la segunda publicación en donde se lee la frase: 'En Italia mandaron al carajo el protocolo de la OMS...'. El uso de la especulación fue fundamental a la hora de generar dichos contenidos, además, se puede apreciar las faltas ortográficas que desacreditan las informaciones y la nula pluralidad o acreditación del uso de sus fuentes, como es el caso de las noticias que fueron difundidas en Facebook.

Con relación a los cinco criterios de verificación o pasos metodológicos que guían el accionar de un profesional, podemos observar que en las seis contenidos informativos no se tomaron en cuenta estos pasos para publicar información que, en el contexto en el que fueron propagados, era de interés nacional y mundial, pues muchos de ellos hablaron de posibles curas contra el coronavirus, pero sin bases científicas o sin avalar sus afirmaciones con fuentes verificables.

## CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 1.1 Discusión

Díaz (2017), expone que la discusión es la sección donde se presentan los resultados y su análisis. Esta, está enlazada con el marco teórico y es el centro de atención de toda investigación.

De acuerdo con los resultados obtenidos, se puede afirmar que los elementos que caracterizan a una noticia falsa son la inexactitud, el hecho de que no contrastan sus fuentes y el uso de la opinión o subjetividad que se puede leer en muchas de las informaciones fabricadas analizadas en este estudio. Lo que permite concluir que esta investigación coincide con la autora Priscila Muñoz (2017) quien sostiene que las *fake news* buscan semejarse a una noticia seria ‘pero su credibilidad se pierde al carecer de elementos fundamentales de una noticia como la exactitud, uso de distintos puntos de vista, veracidad, verificación e investigación de los hechos que son comunicados [...]’. Asimismo, con la presente investigación se suman el uso de términos coloquiales, el lenguaje informal, la especulación, la falta de sintaxis en las oraciones y las faltas ortográficas que contribuyen a la pérdida de credibilidad de las informaciones.

Carlos Rodríguez (2020) declara que el uso del *fact-checking* o periodismo de verificación permite seguir ciertos criterios metodológicos para proporcionar información clara y profesional. En ese sentido, los resultados de esta investigación muestran que para la creación de estos seis contenidos informativos no se siguieron estos pasos por lo que ninguna de ellas podría ser considerada información clara y ninguno de ellas debió ser publicada. El uso del *fact-checking* es vital para cualquier redacción periodística que brinde información de interés

nacional y mundial. De hecho, en la actualidad diversos medios de comunicación en el Perú ya cuentan con sus verificadores de hechos o fact-checkers en sus redacciones y plataformas digitales. De igual forma, se puede coincidir con Alexandre López, Josep Vives y Joan Badell (2018) quienes enfatizan en la importancia del uso de sitios web que comprueben la veracidad de la información o el uso de verificadores de hechos, más aún en tiempos en el que las redes sociales obligan a que la información sea generada permanentemente. A ello cabe añadir que el uso del Whatsapp, de acuerdo a este análisis, ha sido la aplicación de mensajería instantánea más resaltante para difundir información falsa. Sin embargo, estas funciones no son equiparables con los de un sitio web periodístico de confianza o simplemente un medio de comunicación peruano como La República, El Comercio, Diario Uno, América Noticias, Latina, entre otros. En ese sentido, el autor Ivan J. Honores Gutierrez (2016) declara que los peruanos no estamos preparados para desmentir o discernir informaciones falsas propagadas por redes sociales. Pese a que los resultados de este análisis muestran que las redes sociales como Whatsapp y Facebook ocupan el primer y segundo lugar respectivamente en consumo y difusión para las contenidos informativos, esta investigación no coincide con dichas afirmaciones. El análisis de las seis contenidos sobre el coronavirus permite conocer el rol que estas cumplen frente a la creación y difusión de estas informaciones falsas mas no determina la capacidad de discernimiento de los lectores.

Finalmente, otro de los resultados del análisis que permite reconocer a una *fake news* es el uso de las fuentes. Corroborar y contrastar las afirmaciones con fuentes importantes permite llegar a la veracidad de los hechos, lo que permite

coincidir con los autores Juan Carlos Marcos Recio, Juan Miguel Sánchez Vigil y María Olivera Zaldua (2017), quienes sostienen que ‘El reto no es conseguir información, ahora el valor está en las fuentes.’

Para la realización de esta investigación no se encontraron limitaciones ya que el tema se comenzó a desarrollar en el 2016 y desde ese entonces hubo estudios internacionales sobre el tema que sirvieron como antecedentes para esta tesis.

## **1.2 Conclusiones**

A continuación, se presentan las conclusiones de esta investigación:

1. Esta investigación se planteó el objetivo de analizar el contenido informativo de las seis publicaciones más resaltantes que circularon en Whatsapp y Facebook en la época del coronavirus y que fueron desmentidas por Ojo Público en 2020 .

Se puede concluir que los contenidos analizados en esta investigación pretender asemejarse a una noticia periodística usando elementos visuales característicos que la hacen parecer verídicas, como el uso de los titulares, imágenes y temas de interés social, sin embargo no cuentan con una estructura definida ni con información verificada por fuentes fidedignas. Además, a ello se le suma el uso indiscriminado de la de la especulación. En las publicaciones no importa el generar un contenido a partir de conjeturas o ideas que no han sido corroboradas o de las cuales el autor no tiene un pleno conocimiento al respecto. Otra de las características son las ideas vagamente desarrolladas en el cuerpo de la noticia. En las

informaciones propagadas por whatsapp se pueden encontrar párrafos de 2 o 3 líneas que más que informar generan dudas o confusiones en el lector. Además, no existe la pluralidad y acreditación de las supuestas fuentes, se evidencia el uso de términos coloquiales, el lenguaje informal, y las faltas ortográficas que evidentemente desacreditan una información, todo ello evidenciado en los contenidos que fueron propagados por Whatsapp.

2. En cuanto a los resultados de la estructura. Los contenidos informativos de las publicaciones siguen un esquema básico de redacción; inicio o intrudcción, desarrollo o cuerpo y conclusión. Sin embargo, desarrollan la información con base a falsedades y no la llegan a completar o concluirla. Tratan de parecerse a una información periodística sin embargo, no hay un titular definido, ninguno de ellos presenta una bajada o lead que invite a los usuarios a continuar leyendo, todos desarrollan un cuerpo de uno o varios párrafos, pero son confusos dado que los autores combinan la información con la opinión y no terminan de cerrar la idea. Finalmente ninguna de estas informaciones cuenta con el remate que concluya la información, por el contrario la idea de la noticia queda inconclusa lo que genera más dudas que respuestas.

3. En cuanto a los resultados de los elementos característicos que permiten identificar una noticia falsa y diferenciarlas de una noticia periodística seria y de calidad, se encuentra lo siguiente: inexactitud, nulo contraste de fuente y el uso de la subjetividad. Dichas informaciones falsas no presentan datos importantes como el lugar, día, mes o año en el que suscitaron los hechos, simplemente generan confusión. Además, crean informaciones con base a falsedades y supuestas fuentes de médicos que no son verificados por los mismos autores,

citan frases textuales de supuestas declaraciones, pero no evidencian las entrevistas y siempre presentan el uso de la opinión y en algunos casos usan vulgaridades y en el caso del contenido propagado por Whatsapp, se evidencian los errores ortográficos.

4. En cuanto a los resultados de los criterios metodológicos. Quienes fabricaron los contenidos informativos analizados en esta investigación no siguieron ningún criterio metodológico o pasos para la verificación de los hechos. A pesar de querer mostrarse como verdaderas y creíbles, no investigan más allá de la afirmación que publican, desinforman mostrando un contenido llamativo utilizando supuestas fuentes y en algunos casos, no presentan fuentes verificables o científicas, más aún por tratarse de temas relacionadas a la salud.

6. Finalmente, se concluye que el análisis del contenido informativo de las publicaciones que se propagaron en Whatsapp y Facebook contribuiría a la detección de desinformaciones. Y, aunque se desconozca la intención o finalidad por las cuales fueron generadas, es importante saber cómo reconocerlas detectando los elementos que caracterizan a las informaciones falsas. Por ello, es que esta investigación pretende aportar conocimientos para identificar una *fake news* y cómo hacerle frente con la verificación de los hechos que, a grandes rasgos, corresponde seguir cinco pasos para evaluar la información y determinar su veracidad. Así también, se recomienda continuar con estudios que relacionen las redes sociales y las *fake news*, ya que esta investigación permite conocer que el uso de Whatsapp y Facebook es vital para quienes generan contenidos malintencionados. Además, la investigación permite afirmar que los medios no son fiables por sí mismos.

## REFERENCIAS

Aznar, H. (2005). *Los códigos éticos no sirven (The ethical codes do not work)*. Sala de Prensa: web para profesionales de la comunicación iberoamericanos, 3(75). Recuperado de <http://dspace.ceu.es/bitstream/10637/6935/1/Los%20c%C3%B3digos%20%C3%A9ticos%20no%20sirven.pdf>

Carlino, Paula (2021). *Antecedentes y marco teórico en los proyectos de investigación: aportes para construir este apartado*. Material de cátedra para uso del Taller de escritura de proyecto de investigación de la Maestría en Formación Docente de la Universidad Pedagógica Nacional de Argentina. Recuperado de <https://www.academica.org/paula.carlino/274>

Casero-Ripollés, A. (2012). *Más allá de los diarios: el consumo de noticias de los jóvenes en la era digital/Beyond Newspapers: News Consumption among Young People in the Digital Era*. *Comunicar*, 20(39), 151-158. Recuperado de <https://www.revistacomunicar.com/indice/articulo.php?numero=39-2012-17>

Coreas, G., Mejía, W., & Ventura, J. (2019). *Las noticias falsas (fake news) y su incidencia en la credibilidad del periodismo salvadoreño*. (Tesis para grado técnico). Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador. <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/tesis/941001209.pdf>

Crilley, R., & Gillespie, M. (2018). *What to do about social media? Politics, populism and journalism*. *Journalism*, 20(1), 173-176. doi:10.1177/1464884918807344

Davies, J. (2017). *Le Monde identifies 600 unreliable websites in fake-news crackdown*. 25/01/2017. <http://digiday.com/uk/le-monde-identifies-600-unreliable-websitesfake-news-crackdown/> (2017-04-10)

Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (2014). *Metodología de la investigación*. 6ta edición. México D. F., México. Mac Graw Hill.

Honores, I. (2016). *Libertad de Expresión en Internet: Informaciones falsas que generan polémica en redes sociales*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Jaime Bausate y Meza, Lima, Perú. <http://repositorio.bausate.edu.pe/handle/bausate/23>

López-Borrull, Alexandre; Vives-Gràcia, Josep; Badell, Joan-Isidre (2018). “*Fake news, ¿amenaza u oportunidad para los profesionales de la información y la documentación?*”. *El profesional de la información*, v. 27, n. 6, pp. 1346-1356. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.17>

Marcos Recio, Juan Carlos; Sánchez Vigil, Juan Miguel; Olivera Zaldua, María (2017). *La enorme mentira y la gran verdad de la información en tiempos de la postverdad*. *Scire*. 23:2

Mercado Percia, Heiner (2018). *El dios rumor en la era de la posverdad*. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 9(2),287-292. DOI: 10.21501/22161201.2837

Muñoz, P. (2017). *Medios de comunicación y posverdad: Análisis de las noticias falsas en elecciones presidenciales de EE.UU de 2016*. (Trabajo de Fin de Máster en Medios, 126 Comunicación y Cultura). Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, España. <http://hdl.handle.net/2072/293813>

Ñaupas Paitán, Humberto; Mejía Mejía, Elias; Novoa Ramírez, Eliana; Villagómez Paucar, Alberto (2014). *Metodología de la investigación Cuantitativa- Cualitativa y Redacción de la Tesis*. Bogotá, Colombia. FreeLibros.

Palomo, J. (2018): *WhatsApp como herramienta de verificación de fake news. El caso de B de Bulo*. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 1384 a 1397. <http://www.revistalatinacs.org/073paper/1312/71es.html> DOI: 10.4185/RLCS-2018-1312

Rodrigo-Alsina, M. & Cerqueira, L. (2019). *Periodismo, ética y posverdad*. *Cuadernos.info*, (44), 225-239. <https://doi.org/10.7764/cdi.44.1418>

Rodríguez Pérez, Carlos. (2020). *Una reflexión sobre la epistemología del fact-checking journalism: retos y dilemas*. *Revista de Comunicación*, 19(1), 243-258. <https://dx.doi.org/10.26441/rc19.1-2020-a14>

Sandoval L. J. y Miranda C. Irving, (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. Lima, Perú. <http://repositorio.utp.edu.pe/handle/UTP/2720>

Vizcaíno-Laorga, R., Montes Vozmediano, M., & De la Torre, P. (2017). *TOCANDO LA REALIDAD EN LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS INFORMATIVOS, RUTINAS PROFESIONALES Y PARTICIPACIÓN EN ENTORNOS DIGITALES EL CASO DE LA COBERTURA INFORMATIVA DE LOS PREMIOS OSCAR Y LOS PREMIOS GOYA A TRAVÉS DE LA REVISTA STILO*. *Prisma Social*, (18),192-225. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=353751820008>

Yanes Mesa, Rafael (2003). *La noticia y la entrevista. Una aproximación a su concepto y estructura*. *Ámbitos*, 9-10, 239-272.

## ANEXOS

### ANEXO N°1

#### MATRIZ DE CONSISTENCIA

| Titulo   | Problema  | Objetivo   | Variable  | Metodología              |
|--|---|--|---|--------------------------|
|  | General   | General  | Contenido Informativo   | Enfoque de investigación |
| Análisis del contenido de las publicaciones de facebook y whatsapp sobre el coronavirus, marzo- julio 2020 | ¿Cómo se manifiesta el contenido de las publicaciones desmentidas en el portal Ojo Público en Facebook y Whatsapp sobre el coronavirus, marzo - julio 2020? | Analizar el contenido de las publicaciones desmentidas en el portal Ojo Público en Facebook y Whatsapp sobre el coronavirus, marzo – julio 2020. | “[...] en general se ven envueltos en una evolución constante que exige, desde múltiples perspectivas, abordajes concretos”. (Vizcaíno, Montes, De la Torre, 2017, p. 194). | Cualitativa              |

|  | Específicos  | Específicos  | Unidad Temática / Sub unidad temática  | Diseño de la Investigación / Tiempo de ejecución del estudio |
|--|--|--|--|--|
|  | ¿Cuál es la estructura de los contenidos de las publicaciones sobre el coronavirus desmentidas en el portal Ojo Público entre marzo- julio 2020? | Definir la estructura del contenido de las publicaciones desmentidas en el portal Ojo Público en Facebook y Whatsapp sobre el coronavirus, marzo – julio 2020.   | Estructura<br>Indicadores:<br>-Titular<br>-Entrada o Lead<br>-Cuerpo<br>-El Remate   | Estudio de caso  |
|  | ¿Qué elementos conforman los contenidos de las publicaciones sobre el coronavirus desmentidas en el portal Ojo Público entre marzo- julio 2020?  | Describir los elementos del contenido de las publicaciones desmentidas en el portal Ojo Público en Facebook y Whatsapp sobre el coronavirus, marzo – julio 2020. | Elementos<br>Indicadores:<br>-Inexactitud<br>-Contraste de fuentes<br>-Sensacionalismo y especulación<br>-Uso de la opinión (subjetividad) | Tipo de Investigación  |

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
|  | <p>¿Se presentan criterios de verificación en los contenidos de las publicaciones sobre el coronavirus desmentidas en el portal Ojo Público entre marzo- julio 2020?</p> | <p>Determinar el uso de criterios de verificación en el contenido de las publicaciones desmentidas en el portal Ojo Público en Facebook y Whatsapp sobre el coronavirus, marzo – julio 2020.</p> | <p><b>Criterios de verificación</b></p> <p><b>Indicadores:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Selección de la afirmación.</li> <li>-Evaluación del impacto social.</li> <li>-Consulta de fuentes.</li> <li>-Contextualización de la afirmación.</li> <li>-Otorgar una calificación con base en unas categorías establecidas.</li> </ul> | <p>Descriptiva</p>   |
|  |  |  |  | <p><b>Población</b></p> <p><b>Ojo Público</b><br/>Muestra:<br/>Seis publicaciones que circularon en Whatsapp y Facebook, durante la pandemia del coronavirus en 2020 y que fueron desmentidas por el portal Ojo Público entre marzo-julio 2020.</p> <p>Criterio de muestreo:</p> |

|  |  |  |  |                   |
|--|--|--|--|-------------------|
|  |  |  |  | Por conveniencia. |
|--|--|--|--|-------------------|

**ANEXO N° 2**

**FICHA DE OBSERVACIÓN N° 001**

|   |
|---|
| Diario:<br>Fecha:<br>Título de la investigación: Análisis de la estructura de las fake news en la época del coronavirus en 2020 desmentidas por el portal web Ojo Público |
| Aplicador del instrumento:<br>Fecha de aplicación:  |

| Variable              | Unidad temática           | Unidad sub temática  | Ítem   | Sí | No | Análisis |
|-----------------------|---------------------------|----------------------|--|----|----|----------|
| Contenido informativo | Estructura de una noticia | Titular              | Contiene los datos básicos de la noticia.  |    |    |          |
|                       |                           | Entrada o Lead       | Invita al usuario a continuar leyendo.   |    |    |          |
|                       |                           | Cuerpo               | Desarrolla y completa la información.  |    |    |          |
|                       |                           | El remate            | Último párrafo de la noticia, concluye y cierra dando entender que la información está completa. |    |    |          |
|                       |                           | Inexactitud          | No precisa información clara de la fecha en que ocurrieron los hechos noticiosos.                |    |    |          |
|                       |                           | Contraste de fuentes | Verificación de la información con fuentes confiables.   |    |    |          |

|  |                                |  |   |  |  |  |
|--|--------------------------------|--|---|--|--|--|
|  | Elementos de una noticia falsa | Sensacionalismo y especulación                                     | Presentación de las noticias utilizando sus aspectos más llamativos con fines comerciales                         |  |  |  |
|  |                                | Uso de la opinión (subjetividad)                                   | Las noticias no separan la opinión de la información.   |  |  |  |
|  | Criterios de verificación      | Selección de la afirmación   | Selección de la frase, afirmación o declaración pronunciada en un ámbito público y que se vuelve noticia.         |  |  |  |
|  |                                | Evaluación del impacto social                                      | Conocer si se viralizó o no la noticia a partir del número de visitas que obtuvo.                                 |  |  |  |
|  |                                | Consulta de fuentes  | Permite constatar la información con fuentes autorizadas y relevantes.  |  |  |  |
|  |                                | Contextualización de la información                                | Permite determinar si la noticia está dentro del contexto social en el que se publicó.                            |  |  |  |
|  |                                | Otorgar una calificación con base en unas categorías establecidas. | Permite hacer la evaluación de los hechos con los pasos anteriormente presentados, para su posterior publicación. |  |  |  |

**ANEXO N°3****FORMATO DE VALIDEZ DEL INSTRUMENTO**

## I. Datos Generales

|  |                          |  |             |        |
|--|--------------------------|--|-------------|--------|
| Nombre y Apellidos                           | Nikita Shardin<br>Flores |  |             |        |
| Grado académico:                             | Bachiller                |  | a           | Doctor |
| Área de formación académica                  | Publicidad               | Relaciones Públicas  | Periodismo  |        |
|  | Audiovisuales            | Otro: Educación y Comunicación Corporativa                                   |             |        |
| Área de experiencia profesional              | Publicidad               | Relaciones Públicas  |             |        |
|  | Audiovisuales            | Otro: Educación, Comunicación Corporativa, y Comunicación para el Desarrollo |             |        |
| Tiempo de experiencia profesional en el área | 2 a 4 años               | 5 a 10 años  | 10 años a m |        |

## II. Breve explicación del constructo

Las fake news o noticias falsas han tomado mayor relevancia en los últimos años gracias a la tecnología y al uso de las redes sociales que sirven, para los usuarios, como fuente de

obtener información. Las fake news son creadas e '[...]intencionalmente diseñadas por parte de sus creadores para engañar o manipular a la opinión pública y generar desinformación'.

Heiner Mercado Percia (2018).

### III. Criterio de Calificación

#### a. Relevancia

Se trata de evaluar la relevancia del ítem propuesto, para ello, considerar la siguiente tabla:

---

|           |           |           |            |
|-----------|-----------|-----------|------------|
| Nada      | Poco      | Relevante | Totalmente |
| Relevante | Relevante | Relevante |            |
| 0         | 1         | 2         | 3          |

---

#### b. Coherencia

Se trata de evaluar la relación entre la variable y las unidades temáticas (categorías) y entre las unidades temáticas (categorías) y sub unidades temáticas (sub categorías), y para ello, considerar la siguiente tabla:

---

|           |           |           |            |
|-----------|-----------|-----------|------------|
| Nada      | Poco      | Coherente | Totalmente |
| Coherente | Coherente | Coherente |            |
| 0         | 1         | 2         | 3          |

---

#### c. Claridad

Se trata de evaluar si el ítem es entendible, claro y comprensible, para ello, considerar la siguiente tabla:

---

Nada Poco    Claro    Totalmente Claro

          o        1        2        3

---

#### IV. Evaluación del instrumento

Evaluación de las categorías de la variable: Fake news.

| NO | Categorías                | Relevancia |   |   |   | Coherencia |   |   |   | Claridad |   |   |   | Sugerencias |
|----|---------------------------|------------|---|---|---|------------|---|---|---|----------|---|---|---|-------------|
|    |                           | o          | 1 | 2 | 3 | o          | 1 | 2 | 3 | o        | 1 | 2 | 3 |             |
| 1  | Estructura                | o          | 1 | 2 | 3 | o          | 1 | 2 | 3 | o        | 1 | 2 | 3 |             |
| 2  | Elementos                 | o          | 1 | 2 | 3 | o          | 1 | 2 | 3 | o        | 1 | 2 | 3 |             |
| 3  | Criterios de verificación | o          | 1 | 2 | 3 | o          | 1 | 2 | 3 | o        | 1 | 2 | 3 |             |
| 4  | Códigos deontológicos     | o          | 1 | 2 | 3 | o          | 1 | 2 | 3 | o        | 1 | 2 | 3 |             |

Evaluación de las sub categorías

---

Estructura

| NO | Sub categorías | Relevancia |   |   |   | Coherencia |   |   |   | Claridad |   |   |   | Sugerencias  |
|----|----------------|------------|---|---|---|------------|---|---|---|----------|---|---|---|--|
| 1  | Título         | o          | 1 | 2 | 3 | o          | 1 | 2 | 3 | o        | 1 | 2 | 3 | Se debe incluir como una subcategoría más a "El Remate" (que constituye el párrafo final de un texto periodístico. |
| 2  | Entrada o Lead | o          | 1 | 2 | 3 | o          | 1 | 2 | 3 | o        | 1 | 2 | 3 |  |
| 3  | Cuerpo         | o          | 1 | 2 | 3 | o          | 1 | 2 | 3 | o        | 1 | 2 | 3 |  |

Elementos

| NO | Sub categorías                   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----|----------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1  | Inexactitud                      | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 |
| 2  | Contraste de fuentes             | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 |
| 3  | Sensacionalismo y especulación   | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 |
| 4  | Uso de la opinión (subjetividad) |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |

## Criterios de verificación

|   |  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Selección de la afirmación   | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 |
| 2 | Evaluación del impacto social  | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 |
| 3 | Consulta de fuentes  | 0 | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 |
| 4 | Contextualización de la afirmación   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 5 | Otorgar una calificación con base en unas categorías establecidas (Evaluación de los hechos para su posterior publicación) | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 |

Códigos deontológicos

|   |                         |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|-------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Libertad de información | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 |
| 2 | Veracidad               | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 |
| 3 | Respeto a la persona    | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 |

Evaluación de los ítems

Estructura

| NO | ítems  | Relevancia |   |   | Coherencia |   |   | Claridad |   |   | Sugerencias |   |   |   |
|----|--|------------|---|---|------------|---|---|----------|---|---|-------------|---|---|---|
| 1  | El título contiene los datos básicos de la noticia | o          | 1 | 2 | 3          | o | 1 | 2        | 3 | o | 1           | 2 | 3 | Se denomin a "Titular" no título.                       |
| 2  | La entrada o lead invita al usuario a              | o          | 1 | 2 | 3          | o | 1 | 2        | 3 | o | 1           | 2 | 3 | La estructura de una noticia debe incluir a "El remate" |

|   |  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |
|---|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--|
|   | continuar leyendo                              |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |
| 3 | El cuerpo desarrolla y completa la información |   |   | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 |  |
|   |  | o | 1 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |

**Elementos**

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--|
| NO | ítems   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |
| 1  | No precisa información clara de la fecha en que ocurrieron los hechos noticiosos. | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 |  |
| 2  | Verificación de la información con fuentes confiables                             | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 |   | 1 | 2 | 3 |  |
| 3  | Presentación de las noticias utilizando sus                                       | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 |  |

|   |  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |  |  |
|---|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--|--|--|
|   | aspectos más llamativos con fines comerciales                |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |  |  |
| 4 | Las noticias falsas no separan la opinión de la información. | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 | Denominar "noticias falsas" es calificar a priori. Sugiero solo incluir "Las noticias no separan..." |  |  |

**Criterios de verificación**

| NO | ítems   | Relevancia |   |   |   | Coherencia |   |   |   | Claridad |   |   |   | Sugerencias |
|----|---|------------|---|---|---|------------|---|---|---|----------|---|---|---|-------------|
|    |   | o          | 1 | 2 | 3 | o          | 1 | 2 | 3 | o        | 1 | 2 | 3 |             |
| 1  | Selección de la frase, afirmación o declaración pronunciada en un ámbito público y que se vuelve noticia. | o          | 1 | 2 | 3 | o          | 1 | 2 | 3 | o        | 1 | 2 | 3 |             |

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--|
| 2 | Conocer si se viralizó o no la noticia a partir del número de visitas que obtuvo.     | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 | Otra manera de medir el impacto es a partir de reacciones (comentarios, compartidos, entre otros). |
| 3 | Permite constatar la información con fuentes autorizadas y relevantes                 | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 |  |
| 4 | Permite determinar si la noticia está dentro del contexto social en el que se publicó | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 |  |

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 5 | Permite hacer la evaluación de los hechos con los pasos anteriormente presentados, para su posterior publicación. | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

### Códigos deontológicos

|   |  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Respeto en el tratamiento de la información  | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 |
| 2 | Tener a la verdad como deber fundamental     | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 |
| 3 | Consideración y respeto de la persona dentro | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 | o | 1 | 2 | 3 |

|                 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|-----------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| del tratamiento |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| de la           |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| información     |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Luego, de haber revisado todas las categorías, sub categorías e ítems y si está de acuerdo firme este documento.



Firma

Sugerencia final: cuide la ortografía (puntuación y tildes) y el estilo.

**ANEXO N°4**

**FORMATO DE VALIDES FIRMADO POR EL LIC. PACO MORENO TINEO**

**FORMATO DE VALIDEZ DEL INSTRUMENTO BASADO EN EL ANÁLISIS DE LAS FAKE NEWS**

Estimado(a) experto(a):

Reciba mis más cordiales saludos, mi nombre es Jhoselyn L. Apolaya Flores, estudiante de la Universidad Privada de Norte de la carrera de Comunicación y Periodismo.

El motivo del presente documento es para informarle que estoy realizando la validación del instrumento de mi investigación, la cual tiene como título: "Análisis de las fake news relacionadas con la pandemia del coronavirus, desmentidas en el portal Ojo Público en abril, mayo y junio, 2020". En ese sentido, solicito a usted, pueda validar los 15 ítems en tres criterios: Relevancia, coherencia y claridad.

Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas del instrumento.

Antes de la evaluación, es necesario que complete algunos datos generales:

**I. Datos Generales**

|   |                   |                     |               |
|---|-------------------|---------------------|---------------|
| <b>Nombre y Apellido</b>                            | Paco Moreno Tineo |                     |               |
| <b>Grado académico:</b>                             | Bachiller         | Licenciado          | Doctor        |
| <b>Área de formación académica</b>                  | Publicidad        | Relaciones Públicas | Periodismo    |
|   | Audiovisuales     | Otro:               |               |
| <b>Área de experiencia profesional</b>              | Publicidad        | Relaciones Públicas | Periodismo    |
|   | Audiovisuales     | Otro:               |               |
| <b>Tiempo de experiencia profesional en el área</b> | 2 a 4 años        | 5 a 10 años         | 10 años a más |

**II. Breve explicación del constructo**

Las fake news o noticias falsas han tomado mayor relevancia en los últimos años gracias a la tecnología y al uso de las redes sociales que sirven, para los usuarios, como fuente de obtener información. Las fake news son creadas e '[...]intencionalmente diseñadas por parte de sus creadores para engañar o manipular a la opinión pública y generar desinformación'. Heiner Mercado Percia (2018).

**III. Criterio de Calificación**

**a. Relevancia**

Se trata de evaluar la relevancia del ítem propuesto, para ello, considerar la siguiente tabla:

| Nada Relevante | Poco Relevante | Relevante | Totalmente Relevante |
|----------------|----------------|-----------|----------------------|
| 0              | 1              | 2         | 3                    |

**b. Coherencia**

Se trata de evaluar la relación entre la variable y las unidades temáticas (categorías) y entre las unidades temáticas (categorías) y sub unidades temáticas (sub categorías), para ello, considerar la siguiente tabla:

|                          |                          |           |                                |
|--------------------------|--------------------------|-----------|--------------------------------|
| <i>Nada</i><br>Coherente | <i>Poco</i><br>Coherente | Coherente | <i>Totalmente</i><br>Coherente |
| 0                        | 1                        | 2         | 3                              |

**c. Claridad**

Se trata de evaluar si el ítem es entendible, claro y comprensible, para ello, considerar la siguiente tabla:

|                      |                      |       |                            |
|----------------------|----------------------|-------|----------------------------|
| <i>Nada</i><br>Claro | <i>Poco</i><br>Claro | Claro | <i>Totalmente</i><br>Claro |
| 0                    | 1                    | 2     | 3                          |

**IV. Evaluación del instrumento**

Evaluación de las categorías de la variable: Fake news.

| N° | Categorías                | Relevancia |   |   |   | Coherencia |   |   |   | Claridad |   |   |   | Sugerencias |
|----|---------------------------|------------|---|---|---|------------|---|---|---|----------|---|---|---|-------------|
| 1  | Estructura                | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |
| 2  | Elementos                 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |
| 3  | Criterios de verificación | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |
| 4  | Códigos deontológicos     | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |

Evaluación de las sub categorías

**Estructura**

| N° | Sub categorías | Relevancia |   |   |   | Coherencia |   |   |   | Claridad |   |   |   | Sugerencias |
|----|----------------|------------|---|---|---|------------|---|---|---|----------|---|---|---|-------------|
| 1  | Titular        | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |
| 2  | Entrada o Lead | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |
| 3  | Cuerpo         | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |
| 4  | El remate      | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |

**Elementos**

| N° | Sub categorías       | Relevancia |   |   |   | Coherencia |   |   |   | Claridad |   |   |   | Sugerencias |
|----|----------------------|------------|---|---|---|------------|---|---|---|----------|---|---|---|-------------|
| 1  | Inexactitud          | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |
| 2  | Contraste de fuentes | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |

|   |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|----------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3 | Sensacionalismo y especulación   | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 4 | Uso de la opinión (subjetividad) | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |

**Criterios de verificación**

|   |  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Selección de la afirmación.  | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 2 | Evaluación del impacto social.   | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 3 | Consulta de fuentes  | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 4 | Contextualización de la afirmación.  | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 5 | Otorgar una calificación con base en unas categorías establecidas (Evaluación de los hechos para su posterior publicación) | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |

**Códigos deontológicos**

|   |                         |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|-------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Libertad de información | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 2 | Veracidad               | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 3 | Respeto a la persona    | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |

**Evaluación de los ítems**

**Estructura**

| N° | Ítems  | Relevancia |   |   |   | Coherencia |   |   |   | Claridad |   |   |   | Sugerencias |
|----|--|------------|---|---|---|------------|---|---|---|----------|---|---|---|-------------|
| 1  | El titular contiene los datos básicos de la noticia.     | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |
| 2  | La entrada o lead invita al usuario a continuar leyendo. | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |
| 3  | El cuerpo desarrolla y completa la información.          | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | El remate constituye el párrafo final de un texto periodístico. | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

**Elementos**

| N° | Ítems   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1  | No precisa información clara de la fecha en que ocurrieron los hechos noticiosos.         | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 2  | Verificación de la información con fuentes confiables                                     | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 3  | Presentación de las noticias utilizando sus aspectos más llamativos con fines comerciales | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 4  | Las noticias no separan la opinión de la información.                                     | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |

**Criterios de verificación**

| N° | Ítems   | Relevancia |   |   |   | Coherencia |   |   |   | Claridad |   |   |   | Sugerencias |
|----|---|------------|---|---|---|------------|---|---|---|----------|---|---|---|-------------|
| 1  | Selección de la frase, afirmación o declaración pronunciada en un ámbito público y que se vuelve noticia. | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |
| 2  | Conocer si se viralizó o no la noticia a partir del número de visitas que obtuvo.                         | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |
| 3  | Permite constatar la información con fuentes autorizadas y relevantes.                                    | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |
| 4  | Permite determinar si la noticia está dentro del contexto   | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |  |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--|--|
|   | social en el que se publicó.  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |  |
| 5 | Permite hacer la evaluación de los hechos con los pasos anteriormente presentados, para su posterior publicación. | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |  |  |

**Códigos deontológicos**

|   |  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |  |
|---|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--|--|
| 1 | Respeto en el tratamiento de la información                                    | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |  |  |
| 2 | Tener a la verdad como deber fundamental                                       | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |  |  |
| 3 | Consideración y respeto de la persona dentro del tratamiento de la información | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |  |  |

Luego, de haber revisado todas las categorías, sub categorías e ítems y de estar de acuerdo, firme este documento.



Firma: Paco Moreno Tineo

**ANEXO N°5**

**FORMATO DE VALIDES FIRMADO POR EL MG. TROY REQUENA  
PORTELLA**

**FORMATO DE VALIDEZ DEL INSTRUMENTO BASADO EN EL ANÁLISIS DE LAS FAKE NEWS**

Estimado(a) experto(a):

Reciba mis más cordiales saludos, mi nombre es Jhoselyn L. Apolaya Flores, estudiante de la Universidad Privada de Norte de la carrera de Comunicación y Periodismo.

El motivo del presente documento es para informarle que estoy realizando la validación del instrumento de mi investigación, la cual tiene como título: "Análisis de las fake news relacionadas con la pandemia del coronavirus, desmentidas en el portal Ojo Público en abril, mayo y junio, 2020". En ese sentido, solicito a usted, pueda validar los 15 ítems en tres criterios: Relevancia, coherencia y claridad.

Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas del instrumento.

Antes de la evaluación, es necesario que complete algunos datos generales:

**I. Datos Generales**

|   |                       |                       |                |
|---|-----------------------|-----------------------|----------------|
| <b>Nombre y Apellido</b>                            | Troy Requena Portella |                       |                |
| <b>Grado académico:</b>                             | Bachiller             | Magister (X)          | Doctor         |
| <b>Área de formación académica</b>                  | Publicidad            | Relaciones Públicas   | Periodismo (X) |
|   | Audiovisuales         | Otro: Corporativo (X) |                |
| <b>Área de experiencia profesional</b>              | Publicidad            | Relaciones Públicas   | Periodismo (X) |
|   | Audiovisuales         | Otro: Corporativo (X) |                |
| <b>Tiempo de experiencia profesional en el área</b> | 2 a 4 años (X)        | 5 a 10 años           | 10 años a más  |

**II. Breve explicación del constructo**

Las fake news o noticias falsas han tomado mayor relevancia en los últimos años gracias a la tecnología y al uso de las redes sociales que sirven, para los usuarios, como fuente de obtener información. Las fake news son creadas e '[...]intencionalmente diseñadas por parte de sus creadores para engañar o manipular a la opinión pública y generar desinformación'.

|                          |                          |           |                                |
|--------------------------|--------------------------|-----------|--------------------------------|
| <i>Nada</i><br>Coherente | <i>Poco</i><br>Coherente | Coherente | <i>Totalmente</i><br>Coherente |
| 0                        | 1                        | 2         | 3                              |

**c. Claridad**

Se trata de evaluar si el ítem es entendible, claro y comprensible, para ello, considerar la siguiente tabla:

|                      |                      |       |                            |
|----------------------|----------------------|-------|----------------------------|
| <i>Nada</i><br>Claro | <i>Poco</i><br>Claro | Claro | <i>Totalmente</i><br>Claro |
| 0                    | 1                    | 2     | 3                          |

**IV. Evaluación del instrumento**

Evaluación de las categorías de la variable: Fake news.

| N° | Categorías                | Relevancia |   |   |   | Coherencia |   |   |   | Claridad |   |   |   | Sugerencias |
|----|---------------------------|------------|---|---|---|------------|---|---|---|----------|---|---|---|-------------|
| 1  | Estructura                | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |
| 2  | Elementos                 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |
| 3  | Criterios de verificación | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |
| 4  | Códigos deontológicos     | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |

Evaluación de las sub categorías

**Estructura**

| N° | Sub categorías | Relevancia |   |   |   | Coherencia |   |   |   | Claridad |   |   |   | Sugerencias |
|----|----------------|------------|---|---|---|------------|---|---|---|----------|---|---|---|-------------|
| 1  | Titular        | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |
| 2  | Entrada o Lead | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |
| 3  | Cuerpo         | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |
| 4  | El remate      | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |

**Elementos**

| N° | Sub categorías       |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |
|----|----------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--|
| 1  | Inexactitud          | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |  |
| 2  | Contraste de fuentes | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |  |

|   |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|----------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3 | Sensacionalismo y especulación   | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 4 | Uso de la opinión (subjetividad) | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |

**Criterios de verificación**

|   |  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Selección de la afirmación.  | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 2 | Evaluación del impacto social.   | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 3 | Consulta de fuentes  | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 4 | Contextualización de la afirmación.  | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 5 | Otorgar una calificación con base en unas categorías establecidas (Evaluación de los hechos para su posterior publicación) | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |

**Códigos deontológicos**

|   |                         |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|-------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Libertad de información | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 2 | Veracidad               | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 3 | Respeto a la persona    | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |

**Evaluación de los ítems**

**Estructura**

| N° | Ítems  | Relevancia |   |   |   | Coherencia |   |   |   | Claridad |   |   |   | Sugerencias |
|----|--|------------|---|---|---|------------|---|---|---|----------|---|---|---|-------------|
| 1  | El titular contiene los datos básicos de la noticia.     | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |
| 2  | La entrada o lead invita al usuario a continuar leyendo. | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |
| 3  | El cuerpo desarrolla y completa la información.          | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |

|                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4                | El remate constituye el párrafo final de un texto periodístico.                           | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| <b>Elementos</b> |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| N°               | Ítems   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 1                | No precisa información clara de la fecha en que ocurrieron los hechos noticiosos.         | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 2                | Verificación de la información con fuentes confiables                                     | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 3                | Presentación de las noticias utilizando sus aspectos más llamativos con fines comerciales | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 4                | Las noticias no separan la opinión de la información.                                     | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |

**Criterios de verificación**

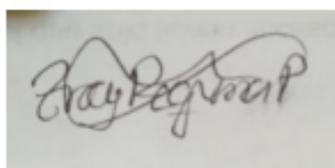
| N° | Ítems   | Relevancia |   |   |   | Coherencia |   |   |   | Claridad |   |   |   | Sugerencias |
|----|---|------------|---|---|---|------------|---|---|---|----------|---|---|---|-------------|
|    |   | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |
| 1  | Selección de la frase, afirmación o declaración pronunciada en un ámbito público y que se vuelve noticia. | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |
| 2  | Conocer si se viralizó o no la noticia a partir del número de visitas que obtuvo.                         | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |
| 3  | Permite constatar la información con fuentes autorizadas y relevantes.                                    | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |
| 4  | Permite determinar si la noticia está dentro del contexto   | 0          | 1 | 2 | 3 | 0          | 1 | 2 | 3 | 0        | 1 | 2 | 3 |             |

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--|
|   | social en el que se publicó.  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |
| 5 | Permite hacer la evaluación de los hechos con los pasos anteriormente presentados, para su posterior publicación. | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |  |

**Códigos deontológicos**

|   |  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Respeto en el tratamiento de la información                                    | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 2 | Tener a la verdad como deber fundamental                                       | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 3 | Consideración y respeto de la persona dentro del tratamiento de la información | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |

Luego, de haber revisado todas las categorías, sub categorías e ítems y de estar de acuerdo, firme este documento.



Firma:

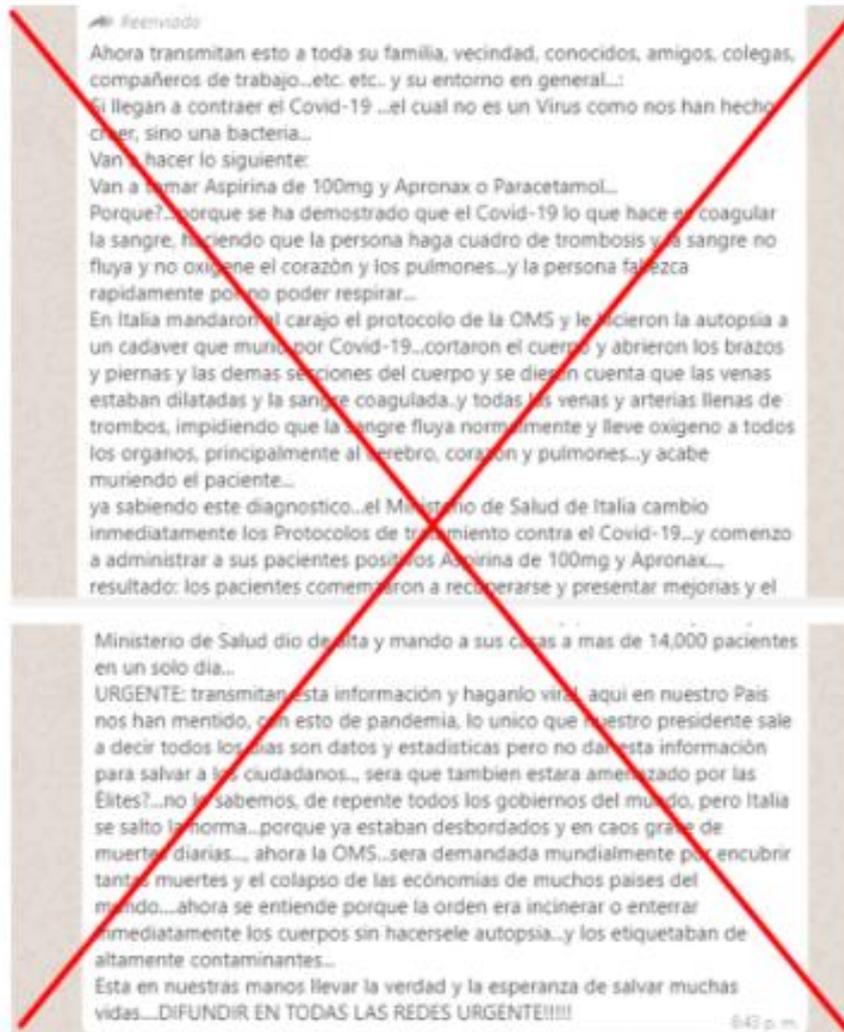
**ANEXO N° 6**

**FAKE NEWS N°01**



**FALSO.** Cadena de WhatsApp contiene varios datos imprecisos y falsos: desde la cura contra el Covid-19 hasta la recomendación de un tratamiento basado en antibióticos y aspirinas.

**Fuente: Captura del mensaje de WhatsApp.**



**ANEXO N°8**

**FAKE NEWS N°03**

**Últimas noticias de CNN: -**

**Dr. Li Wenliang**

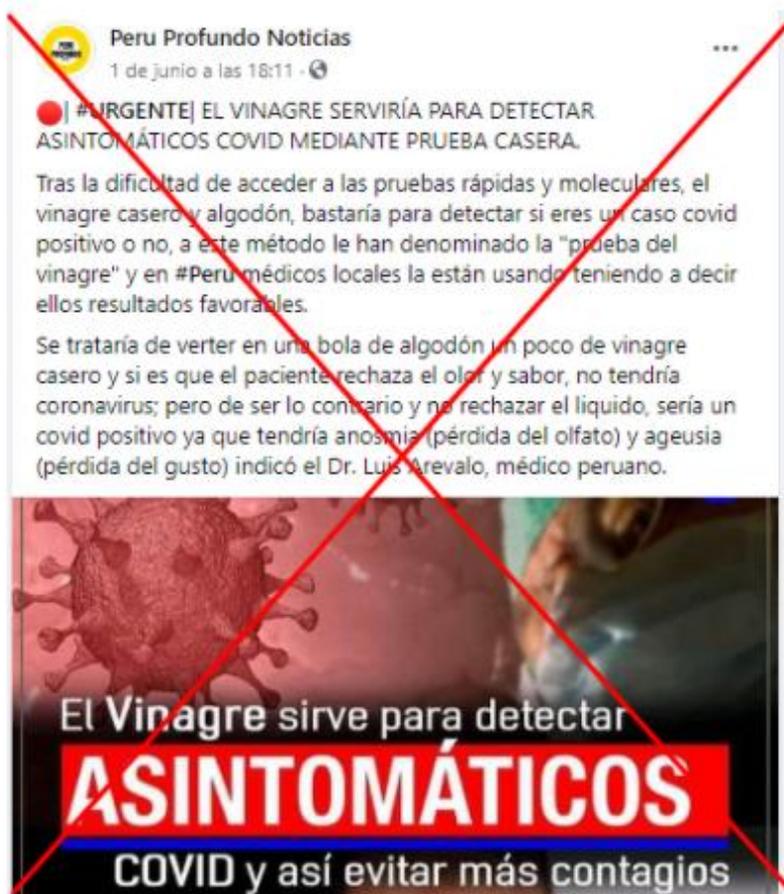
El héroe médico de China, que fue castigado por decir la verdad sobre el CoronaVirus y luego murió de la misma enfermedad, había documentado archivos de casos con fines de investigación y en los archivos propuso una cura que disminuiría significativamente el impacto de COVID - 19.

Las sustancias químicas **Metilxantina Teobromina y Teofilina** que estimulan compuestos que pueden evitar estos virus en humanos con al menos tener un sistema inmunitario promedio. Lo más sorprendente es que estas palabras complejas que fueron tan difíciles de pronunciar para las personas en China son **EI CAFÉ** Nuestro CAFÉ regularmente tiene todos estos químicos. La principal **metilxantina** en el café es la cafeína.

Otras metilxantinas que se encuentran en el CAFÉ son dos compuestos químicamente similares, la **Teobromina** y la **Teofilina**

La planta de CAFÉ crea estos químicos como una forma de alejar los insectos y otros animales. Quién diría que la solución completa a este virus sería una simple taza de café y esa es la razón por la cual tantos pacientes en China, están siendo curados.

FAKE NEWS N°04



**ANEXO N°10**

**FAKE NEWS N°05**

 **Ranulfo Cavero Carrasco**  
26 de mayo · 🌐

HOJA DE COCA Y COVID-19  
Ranulfo Cavero  
juan.cavero@unsch.edu.pe

Conversando con mi colega el antropólogo Juan José García, me decía que el protocolo de la OMS frente al COVID-19 estaba fracasando; que el protocolo de los médicos clínicos estaba en experimento y tenía algunos resultados, y que existe una tercera alternativa, la medicina andina ancestral. Ya por mi parte y motivado por esta plática, comencé a revisar algunos libros y artículos y llegué a una primera convicción: que la sagrada hoja de coca (masticada o como mate) puede ayudar a enfrentar en distintas dimensiones al COVID-19. No sostenemos que la coca cura la enfermedad, sino que serviría para prevenir y mitigar sus efectos y contribuiría a conservar la salud mental en estos "Tiempos Difíciles", como titula la novela de Charles Dickens. Estas dimensiones serían:

1. Para la prevención: la hoja de coca sirve para fortalecer el sistema inmunológico (es un producto alimenticio de primer orden, contiene ingentes proteínas, vitaminas y minerales) y tiene antioxidantes.
2. Para atenuar los efectos: al mascar (acullicar, chacchar, "bolear"), durante el tiempo que dura este proceso (puede ser de media hora a dos horas), uno mantiene la boca y la garganta húmedas, hecho que no permitiría (además de las sustancias que contiene) que el virus penetre a la tráquea. Solo o junto con la sal sirve para hacer gárgaras y desinfectar la garganta y la boca. Según las investigaciones realizadas, la coca tiene efectos favorables en el aparato respiratorio: incrementa respiración; facilita la oxigenación en terrenos carentes de oxígeno (permite soportar fuertes cambios de presión y cambios climáticos); aumenta las expansiones torácicas, disminuye la exhalación de agua por los pulmones y tonifica los músculos de la caja torácica. La coca, hace que la sangre tenga mayor alcalinidad.
3. Para conservar la salud mental: otro de los usos terapéuticos de la sagrada hoja de coca es que es antidepresivo de rápida acción; y favorece o motiva la interacción social placentera si se chaccha o acullica en grupo y conversando, como lo hacen y hacían nuestros pobladores andinos. Hay que seguir investigando...



**Información falsa.** Verificado por verificadores de datos independientes.

[Ver motivo](#)

👍👎👉 1,3 mil      135 comentarios 5,4 mil veces compartido

ANEXO N°11

FAKE NEWS N°06

