



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

Fake News: Desinformación en la era digital desde la perspectiva
de los periodistas de Lima, 2020.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

AUTOR:

Cusi Vilchez, Anais (ORCID: 0000-0002-3938-2128)

ASESOR:

Dr. Ramos Palacios, Wilder Fabio (ORCID: 0000-0002-3730-1638)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la sociedad contemporánea

CALLAO – PERÚ

2021

DEDICATORIA

Se lo dedico a Dios Elohim y a mi madre.

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios Elohim por darme la oportunidad de vivir y a mi madre por ayudarme a cumplir mis metas físicas. Esta investigación fue posible por la ayuda y guía de ellos. Lo son todo en mi existencia.

Carátula	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN.....	v
ABSTRACT	vi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA.....	11
Diseño de investigación:.....	11
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización:	11
3.3. Escenario de estudio:	12
3.4. Participantes	13
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:.....	13
3.6. Procedimiento:.....	14
3.7. Rigor científico:	15
3.8. Métodos de análisis de información:	17
3.9. Aspectos éticos:.....	17
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	19
V. CONCLUSIONES	28
VI. RECOMENDACIONES.....	30
REFERENCIAS	31
ANEXOS	39

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo analizar de qué manera las fake news son causantes de desinformación en la era digital, desde la perspectiva de los periodistas de Lima. La metodología que se empleó fue de enfoque cualitativo, de tipo aplicada, de diseño fenomenológico, el instrumento se aplicó mediante un focus group con la participación de cinco periodistas. La investigación concluyó que la manera por la cual las fake news desinforman son debido a que el cibernauta no muestra interés por verificar la información que abunda en internet, esto se incrementa por los diversos niveles socioeconómicos que existen en el país, los cuales determinan si el cibernauta comprende o no la noticia que lee. Además, la difusión de noticias falsas se produce con el afán de desacreditar a un personaje para beneficio propio, esto se incrementa en momentos de crisis y por la falta de filtros e informalidad que existe en internet. Asimismo, se determinó que las fake news no son causantes de polarización; por otro lado, debido a que las redes sociales se rigen por la rapidez, brindan un amplio campo para escribir sin límites y permite actuar de forma anónima, las noticias falsas hacen de la era digital su hogar. Por último, no solo la falta de alfabetización informacional desinforma al cibernauta, sino que existe una “flojera intelectual”.

Palabras clave: Noticias Falsas, Redes Sociales, Periodismo.

ABSTRACT

The investigation aimed to analyze how fake news is causing disinformation in the digital age, from the perspective of journalists in Lima. The methodology used was a qualitative approach, applied type, phenomenological design, the instrument was applied through a focus group with the participation of five journalists. The investigation concluded that the way in which the fake news misinforms is due to the fact that the netizen does not show interest in verifying the information that abounds on the internet, this is increased by the various socioeconomic levels that exist in the country, which determine if the netizen understands or not the news he reads. In addition, the spread of false news occurs with the desire to discredit a character for their own benefit, this increases in times of crisis and due to the lack of filters and informality that exists on the internet. Likewise, it was determined that fake news is not the cause of polysemy; on the other hand, because social networks are governed by speed, provide a wide field to write without limits and allow you to act anonymously, fake news makes the digital age your home. Lastly, not only is the lack of information literacy misinforming the Internet user, but there is also "intellectual laziness".

Keywords: Fake News, Social Networks, Journalism

I. INTRODUCCIÓN

Con la aparición y desarrollo de las nuevas tecnologías, en la era digital, Internet se ha convertido en una herramienta indispensable para la búsqueda e interrelación cibernética. Hasta enero del 2019, Internet tenía 4,388 millones de usuarios, más del 57% de la población mundial.

Hasta antes de la creación de Internet, el acceso a las masas estaba monopolizado por quienes tenían el poder político o los dueños de diarios, radios y canales de TV. No obstante, Internet permitió el acceso sin límites a la información y le dio a quien quisiera una plataforma para comunicarse. La llegada de las redes sociales aumentó el alcance de los cibernautas, destruyendo esa gestión de la información que era exclusivo de los medios tradicionales de comunicación. Según el estudio de IMS Internet Media Services (2017), los cibernautas en Perú están 38.4 horas semanalmente interrelacionándose en medios digitales, 2.5 horas con revistas, 2.6 horas con periódicos, 5.2 horas con la radio y 6.7 horas con la televisión. En los Millennials las cifras difieren: 40.9 horas en medios digitales, 2.7 horas con revistas, 2.6 horas con periódicos, 5.1 horas con la radio y 6.3 horas con la TV.

La forma de acceder a la información se ha transformado en los últimos años. La prensa y televisión carecen de audiencia, específicamente de audiencia joven, esto se debe a que los jóvenes han optado por dedicarle más tiempo a las redes sociales (internet). Conforme a la investigación realizada por la firma ComScore (2019), el uso de Social Media entre los peruanos (conformado por cibernautas que emplean su tiempo en las redes sociales, blogs y demás espacios digitales) es de 93.2%.

Esto significa que el usuario peruano pasa mayor tiempo de su día en Internet, esto puede volverlo dependiente al mundo digital que no es real, debido a que en internet no hay fronteras, ni límites, cada segundo hay nueva información y un tema nuevo de qué hablar. Es en este punto donde el cibernauta ya no cuestiona lo que ve o lee, y se convierte en el conejillo de indias de los difusores principales de la información verídica o incierta que está en internet.

Acceder a información sin límites ni filtros en la era digital ha originado que las *fake news*, o noticias falsas, hagan su aparición como la estrella de estos días. A diferencia de la verdad y la razón, las noticias falsas predominan en mayor porcentaje de la población para esparcir la opinión de un lado a otro. Incluso el Diccionario Oxford nombró '*fake news*' como palabra del año 2017, lo cual causó conmoción a los principales difusores de información, como lo son los periodistas y medios tradicionales.

En ese contexto, surge el reto del Periodista 2.0, que debe identificar y enfrentar con responsabilidad las *fake news* difundidas deliberadamente en los medios digitales, que cada vez genera más desconfianza a la veracidad de la información que se consume. Las noticias falsas siempre existieron, pero con la era digital, donde prima la rapidez, se han esparcido como dinamita sin control, por individuos oportunistas.

Las *fake news* no solo afectan a la democracia y a la libertad de expresión, sino también a la estabilidad de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU, que tienen como finalidad al 2030 alcanzar instituciones eficaces y transparentes. Pero la otra cara de la moneda a estos Objetivos revela que los periodistas de diferentes Instituciones públicas y privadas están perdiendo credibilidad e incluso se ha puesto en juicio la ética periodística. Sumado a esto, el cibernauta no distingue si las noticias que recibe son verdaderas o falsas. Aun así, no hace esfuerzos para erradicar esto, solo sigue el sistema de mayor influencia que cada día emite más y más noticias falsas.

La circulación de *fake news* en el Perú, no ha sido un asunto aislado. Por el contrario, el tema de noticias falsas ha ido en aumento, sobre todo en las redes sociales. Hace cuatro años, uno de los casos de mayor repercusión fue el caso de traficantes de órganos en Huaycán, donde pobladores y vecinos arremetieron contra presuntos traficantes, hasta agredirlos físicamente. Esto se originó en Facebook y WhatsApp donde se difundieron imágenes y audios de presuntos traficantes de órganos que estaban secuestrando a niños en la zona de Huaycán.

Después de que esta noticia se hiciera viral, los pobladores se encontraban alarmados, apenas vieron circular a desconocidos por su zona los capturaron, asumiendo que eran los presuntos traficantes de órganos, los llevaron a la dependencia policial, donde los pobladores enfurecidos también arremetieron contra las autoridades. Luego de varios días el exministro del Interior Carlos Basombrío aclaró que toda esta situación se había tratado de una confusión a raíz de una noticia falsa, que tuvo inicio en redes sociales y consecuencias en la vida real.

Otro caso de noticias falsas más sonado en Perú, fue el supuesto estado de emergencia naranja en las zonas de Lima y Callao, emitido por un presunto trabajador del centro de operaciones de emergencia del Ministerio de Educación. El audio que se hizo viral en las redes sociales contenía el mensaje del presuntotrabajador de MINEDU, quién que afirmaba que el expresidente Pedro Pablo Kuczynski había declarado al país en estado de alerta naranja a causa de los huaycos registrados en el interior del país. Además, dicho audio advirtió a la población a juntar agua para varios días y que vendrán cosas peores. Ante esto, la Policía Nacional del Perú anunció que dicho audio era falso y alertó a la población a no caer en dichos engaños. Cabe resaltar, que la noticia falsa ya había conmocionado a gran parte de la población, tanto que empezaron a abastecerse de agua hasta vaciar los supermercados.

Estos fueron algunos de los casos de *fake news* que circularon en las redes sociales del Perú, como se lee, es muy fácil emitir una noticia falsa detrás de un ordenador o Smartphone. Por ello, para frenar esta difusión descontrolada de noticias falsas, las autoridades de instituciones públicas y privadas vienen trabajando. Asimismo, esta investigación pretende responder a qué se debe la difusión de *fake news* en la era digital y cómo genera desinformación en la población, desde la perspectiva de los periodistas. Entendiendo que, este problema es el motivo principal para que el periodista busque advertir a la población sobre las *fake news* y el cuestionamiento a la información que recibe por parte de los medios digitales.

II. MARCO TEÓRICO

Según la tesis de Corbillón (2018) titulada *Estudio de la posverdad y las fake news en relación con la crisis catalana del 1-O*, en la investigación se plantea comprender las noticias e imágenes falsas que se difundieron, primordialmente por las redes sociales, durante el Referéndum de Independencia ilegal festejado en Cataluña el pasado 1 de octubre de 2017. La metodología de esta investigación fue el análisis cuantitativo que responde a la fecha, titular, medio y link donde se han recogido las *fake news*, y el análisis cualitativo se basa en la interpretación de las noticias en base a su contexto dado que algunas de las noticias que corrieron por las redes no corresponden con el 1-O de 2017, sino que pertenecen a otros años y a otros lugares. En general se recopilaron 19 *fake news* por medio de un análisis experimental. La investigación concluyó que las redes sociales fueron aprovechadas como marketing político para conseguir ciertos fines electorales a favor del proceso independentista, desplazando a toda la población por medio de perfiles falsos en los que se producían y difundían noticias falsas. La razón de que estas noticias falsas se distribuyan con gran velocidad entre la población es porque el internauta no cuestiona lo que se difunde en los medios online, es decir, solo ingieren las noticias sin confirmar la veracidad del emisor.

Asimismo, en la tesis de Coreas de Mendoza, Mejía y Ventura (2019) titulada *Las noticias falsas (fake news) y su incidencia en la credibilidad del periodismo salvadoreño*, se demostró cuál es la crisis que viven los periodistas en El Salvador, ante el fenómeno de la desinformación en la población salvadoreña en los últimos años. Se empleó el método de investigación mixta, cuantitativo con el cuestionario que contiene preguntas con opción de respuesta cerrada y en cualitativa se realizó entrevistas con preguntas abiertas, para analizar la situación actual de la repercusión de Fake News en la fiabilidad del periodismo salvadoreño. Los profesionales en el área de comunicación concluyeron que la causa de propagar noticias falsas es primordialmente el de desacreditar a un personaje, pero este interés tiene más repercusión cuando se está en procesos electorales.

Además, Parreira do Prado (2019) en su estudio titulado *La proliferación de las "fake news" y sus algoritmos daña la cultura democrática*, en la investigación se plantea hablar sobre "fake news" (FN) y la idea es primar el éxito de los tiempos, en la trayectoria de Internet con la aparición de las redes sociales y mensajeros efímeros, que ponen en peligro la veracidad del periodismo. La metodología consistió en el análisis de la literatura, mediante un acercamiento teórico-descriptivo, fusionando la verificación con la crítica de la literatura sobre el tema y de las observaciones. Concluyó que la sociedad no sabe diferenciar entre lo que es periodista, colaborador o falsificador, o mejor, un mentiroso. Además, es indispensable aumentar esfuerzos para difundir lo que es la verdad, a fin de neutralizar las falsedades que asolan las redes. Los instrumentos para identificar las llamadas "fake news" se sienten probadas.

Las Fake News también han concitado el interés en investigaciones nacionales, Honores (2016), en su tesis *Libertad de expresión en Internet: informaciones falsas que generan polémica en las redes sociales*, su objetivo fue distinguir los intereses de los promotores de informaciones falsas y el porqué de la creación de éstas, y elaborar una lista de precauciones y recomendaciones para evitar ser engañado por los contenidos negativos. Fue de enfoque cualitativo, nivel exploratorio descriptivo, se empleó el instrumento de entrevista a profundidad y análisis. La investigación concluyó que el poder actuar de forma anónima en la internet incrementa la difusión de información falsa, debido a que el cibernauta peruano desconoce del conocimiento informático. Por ello, para evitar ser engañado por las informaciones falsas que abundan en las redes sociales, las formas de redacción de noticias y encabezados cambian constantemente; no obstante, siempre seremos sorprendidos por noticias falsas.

Por otro lado, en la tesis de Barja (2016), titulada *El perfil del nuevo periodista digital peruano en los procesos de convergencia de plataformas. Casos El Comercio, RPP Noticias y Epena*, plantea definir el perfil del nuevo periodista digital peruano y conocer los usos de la tecnología que emplea en los

procesos de convergencia de plataformas. La metodología fue mixta, con instrumento de encuesta y entrevista, se encuestaron a 32 periodistas digitales y se entrevistaron a 4 editores jefe encargados de la web. El estudio concluyó que la prontitud selectiva y la gestión de tecnologías son las cualidades más notables por el periodista digital en el proceso de convergencia de los medios estudiados para realizar su puesto de trabajo, y el CMS (Content Management System) es la herramienta que más emplea dicho profesional para desarrollar su labor periodística.

Además, Bravo (2016) en su investigación titulada *Factores que generan dilemas éticos en el periodismo digital peruano*, su objetivo fue determinar el rango de conocimiento de la norma ética, el tipo de noticia y el uso de redes sociales como fuente periodística cuyos factores generan dilemas éticos en el periodismo digital peruano. La metodología de la investigación es exploratoria de diseño descriptivo y enfoque cuantitativo, donde colaboraron 30 periodistas de tres medios peruanos. Como instrumento realizó una encuesta que cuantificara tanto la conducta ética del periodista digital, como circunstancias que pudieran predominar en su trabajo diario. Se propusieron tres factores: conocimiento de la norma ética, tipo de noticia y uso de redes sociales como fuentes periodísticas. La investigación concluyó que el primer y tercer factor mencionados, sí originan dilemas éticos. El segundo, tipo de noticia, no origina dilemas éticos. No obstante, uno de sus indicadores, la inmediatez, es un factor de tiempo que los periodistas consideran como originador de dilemas éticos. Asimismo, el uso de redes sociales como fuente de información periodística denota mayor repercusión en la creación de dilemas éticos.

Para conocer a detalle sobre el surgimiento de Fake News en la era digital, La Teoría de la Conspiración permite entender de manera profunda este fenómeno. La palabra Conspirar, en su origen romano (*conspiratio*), evidenciaba una dirección solidaria y positiva, utilizada por Tácito y Cicerón, que involucra la búsqueda del bien común, el aire que nos ayuda a “respirar juntos” y compartir un mismo sentir en la dirección favorable que “sopla el viento” según García-Noblejas (1998). Sin embargo, la teoría de la conspiración denota el interés superior de un ente o entidades que buscan

deslegitimar a un personaje o varios personajes mediante la difusión de información conspirativa e incierta. Por ello, la teoría de la conspiración vista desde la perspectiva del periodismo da pie a la gestión descontrolada de información en las redes sociales y de nuevos medios de comunicación, que genera una menor capacidad crítica y una mayor probabilidad de creencia en la conspiración. Van Prooijen (2017), señala que los individuos con un elevado nivel educativo son menos susceptibles a creer en las teorías de la conspiración, que los que tienen un nivel educativo menor, aunque no se determinó aún el porqué. Por otro lado, se denota una inclinación a apoyar la teoría conspirativa referente al mimetismo de información sobre el mundo público, manifestado en los periódicos digitales, los blogs o las redes sociales. Asimismo, los incrédulos a esta teoría de la conspiración, manifestaron mayor confianza hacia la televisión, los periódicos en papel, las revistas, la radio, así como hacia instituciones. Es así, como la teoría de la conspiración hace su reaparición con mayor fuerza en la era digital, donde no hay límites de difusión, donde con un solo clic se pueden esparcir las *fake news* en todo el globo terráqueo. Esto ha ocasionado un declive a la credibilidad y ética en los nuevos periodistas.

Asimismo, la Teoría Actor-Red citada por Parreira do Prado (2019), de Bruno Latour, se aproxima a la red social. Por ende, conforme a Santaella y Lemos (2010, p. 32), la teoría de Latour es adecuada para investigar las redes sociales, en la era digital (Santaella, Cardoso, 2014, p. 749). Latour reemplaza el indicador de causa por el indicador de actante (aquel que hace hacer), un intermediario que obra acciones de forma independiente. Algo que lleva a, que actúa, que irrumpe. El actante tiene el atributo etimológico de diferenciarse de actor por no concentrarse en un sujeto específico, sino directo en el resultado de un conjunto de componentes puestos en funcionamiento unánime (Santaella, Cardoso, 2014, p. 749). “Este funcionalismo extremado, capaz de anunciar distinción funcional entre sujeto / objeto, en la medida en que ambos son productores de resultados, hace de la Teoría del Actor-Red una osada Teoría de las Redes”, expresan los autores ante una percepción y claridad considerables. “En ella, todo lo que queda

desde el punto de vista funcional para comprender una red es mapear la topología del agregado y aclarar las propiedades de las asociaciones cuando están en actividad conjunta”. Es decir, el humano y la tecnología deben ser considerados como iguales (actantes), sin haber diferencia en alguno. Lo que abre la posibilidad de interactuar en la red sin ninguna diferencia o límite, creando así nuevas formas de comunicación y estilos de vida, en la era digital.

Asimismo, la Teoría del Conectivismo de George Siemens (2004) es orientado por la comprensión que las decisiones están basadas en principios que cambian rápidamente. Continuamente se está adquiriendo nueva información. La habilidad de realizar distinciones entre la información importante y no importante resulta vital. También es crítica la habilidad de reconocer cuándo una nueva información altera un entorno basado en las decisiones tomadas anteriormente. Además, esta teoría se presenta como un modelo de aprendizaje que reconoce los movimientos tectónicos en una sociedad en donde el aprendizaje ha dejado de ser una actividad interna e individual. La forma en la cual trabajan y funcionan las personas se altera cuando se usan nuevas herramientas. El área de la educación ha sido lenta para reconocer el impacto de nuevas herramientas de aprendizaje y los cambios ambientales, en la concepción misma de lo que significa aprender. El conectivismo provee una mirada a las habilidades de aprendizaje y las tareas necesarias para que los aprendices florezcan en una era digital.

Por otro lado, según la Teoría del pensamiento crítico de Lipman citada por De la Garza (2003), dice que el pensamiento crítico de Matthew Lipman es una de las teorías de mayor significancia que se ha producido desde los años ochenta (Johnson, 1992), junto a las de Siegel (1988), Paul (1993), Ennis (1993) y McPeck (1991). Para Lipman (1991), las personas emplean procesos críticos de pensamiento que les permiten diferenciar la información de mayor relevancia de la menos relevante, con referente a los resultados de búsqueda de información. De esta manera, el pensamiento crítico es un instrumento indispensable para contener opiniones no fundamentadas (pensamiento no crítico) y acciones irreflexivas. Es decir, la ventaja de tener una posición de pensamiento crítico ayuda a las personas a resguardarse contra la alienación,

que se da cuando el individuo A intenta influir a un individuo B, con suposiciones o afirmaciones sin ser confirmadas. Lipman sostiene que el pensamiento crítico "nos protege contra el hecho de creer de manera forzosa lo que nos dicen los demás, sin que tengamos la oportunidad de investigar por nosotros mismos" (1991, p. 144). De esta manera, la teoría del pensamiento crítico permite que las personas puedan razonar mejor y producir mejores juicios. La explicación planteada por Matthew Lipman es pragmática, donde se afirma que el pensamiento crítico es un proceso complicado, integrado por un diseño utilitario que busca el mejoramiento de la experiencia personal y social. Para Lipman (1991, 1995), el pensamiento crítico asume que las capacidades y posturas se desenvuelven según cuatro categorías: la conceptualización u organización de la información, el razonamiento, la traducción y la investigación. Al conocer estas definiciones y relacionarlas con el tema de *fake news*, se puede denotar que el pensamiento crítico requiere un contraste, es decir, la información no solo se debe recibir, sino también verificar. Este es el reto del nuevo periodista y de la sociedad que se sumerge día a día en el mundo digital que no tiene límites.

En este contexto, se plantea la problemática general: ¿De qué manera las *fake news* son causantes de desinformación en la era digital, desde la perspectiva de los periodistas de Lima? Seguida de los problemas específicos: ¿De qué modo la polisemia aporta a las *fake news* en la era digital, desde la perspectiva de los periodistas de Lima? ¿De qué forma los medios sociales aumentan las *fake news* en la era digital, desde la perspectiva de los periodistas de Lima? ¿De qué manera la falta de alfabetización informacional desinforma a la ciudadanía, desde la perspectiva de los periodistas de Lima?

Este trabajo se podrá utilizar para estudios periodísticos, para estudiantes de comunicaciones, estudiantes universitarios, entre otros. Además, con esta investigación se podrá identificar y reconocer de manera dócil las *Fake News* en la era digital. Esta investigación se aprovechará para futuras investigaciones en el Perú sobre *Fake News* en la era digital, ya que por el momento son muy escasas.

El objetivo general de esta investigación consiste en: analizar de qué manera las fake news son causantes de desinformación en la era digital, desde la perspectiva de los periodistas de Lima. Los objetivos específicos: examinar de qué modo la polisemia aporta a las fake news en la era digital, desde la perspectiva de los periodistas de Lima. Asimismo, estudiar de qué forma los medios sociales aumentan las fake news en la era digital, desde la perspectiva de los periodistas de Lima. Y, por último, analizar de qué manera la falta de alfabetización informacional desinforma a la ciudadanía, desde la perspectiva de los periodistas de Lima.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación:

Tipo de investigación:

El actual tipo de investigación es aplicada. Según Vargas (2009) sostiene que los conocimientos adquiridos se deben aplicar para dar respuestas específicas a los problemas planteados en una investigación.

Diseño de investigación:

La investigación será de diseño fenomenológico. Según Salgado (2007) con este diseño se puede enfocar en las experiencias personales de los participantes. Debido a que el eje del estudio busca conocer las experiencias vividas por los periodistas a estudiar.

El enfoque del estudio es cualitativo. Según Balcázar (2006) afirma que este enfoque proporciona al autor de la investigación procedimientos e instrumentos confiables, para hacer del estudio un surtidor de información y decisiones que aporten datos relevantes.

3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización:

La presente investigación tiene como principal variable a las Fake news, que bajo la definición conceptual: son fuentes que fabrican información falsa por completo, difunden contenido engañoso o distorsionan las noticias reales. Según: López-Borrull, Alexandre; Vives-Gràcia, Josep; Badell, Joan-Isidre (2018), "Fake News, ¿amenaza u oportunidad para los profesionales de la información y la documentación?". De la cual se desprende la definición operacional, que según el autor anterior explica que el concepto de noticia falsa puede llegar a ser polisémico [...] y es en los medios sociales donde el debate sobre las noticias falsas, la pos verdad y la utilización de noticias y

desinformación para la manipulación del estado de opinión de la sociedad ha sido más relevante. [...] uno de los objetivos de la alfabetización informacional es precisamente crear usuarios críticos en el uso de la información y, por supuesto, que sean capaces de distinguir fuentes de información fiable de las que no lo son. En ese sentido, se optó por elegir como la primera categoría la *Polisemia (pluralidad de significados)*, que comprende de la sub categoría lenguaje y la sub categoría sintaxis. La segunda categoría es *Redes sociales*, que comprende de la sub categoría Fact-checking (verificación), la sub categoría rapidez y la sub categoría Filtros. La tercera categoría es *Alfabetización Informacional*, que comprende de la sub categoría pensamiento crítico, la sub categoría meta cognición y la sub categoría aprendizaje competencial.

3.3. Escenario de estudio:

Según Begoña (1992) el escenario se da en un contexto natural, en el lugar donde ocurren los hechos. De acuerdo a la investigación a realizarse, Luiz de Matos(2019) menciona que la era digital está emergiendo como la cuarta revolución industrial, basada en la tecnología, la internet, la inteligencia artificial, las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), entre otros. En medio de este contexto, la manera de buscar y recibir la información está entrando a un estado crítico, donde mucha de la información que se percibe en la internet (web) no cuenta con un autorfidedigno. Además, los diferentes sitios web de la internet están repletos de información y noticias falsas. Ante esto, los principales difusores de información, como lo son los periodistas, se han visto afectados por la falta de credibilidad por parte de la audiencia hacia ellos. Asimismo, este escenario se desarrolla en el contexto de coyuntura nacional, donde se está cuestionando la credibilidad de los periodistas de Lima debido a la creciente ola de fake news difundidas en internet (web, redes sociales, blogs). La investigación se desarrolló mediante un focus group con cinco periodistas especializados con el tema. Los mencionados periodistas residen en Lima - Perú, provienen de diversos niveles económicos (B y C); asimismo, se desenvuelven en diferentes ramas y rubros del periodismo. Por otro lado, la tecnología, jugó un papel importante en el desarrollo del

escenario de estudio, ya que el focus group se realizó por una app digital debido a la pandemia que se vivía en el desarrollo de la investigación.

3.4. Participantes

Los participantes fueron cinco periodistas licenciados de Lima, de universidades públicas y privadas, especializados en la web 2.0, en política, en policiales, en culturales, en nacionales e internacionales. Los periodistas fueron divididos en dos segmentos: el primer segmento fue constituido por tres periodistas de la generación Y (millennials), con un rango de edad de 23 a 34 años, con experiencia de 3 a 5 años en el rubro periodístico, conformado por el periodista Renzo Salazar quien trabaja en el Diario El Comercio, la periodista Carla Patiño quien trabaja en la presidencia del Perú, la periodista Karina Reynafarge quien trabaja en canal de ATV (9) y el segundo segmento estuvo conformada por dos periodistas de la generación X, con un rango de edad de 35 a 48 años, con una experiencia de 5 a 7 años en el rubro periodístico, conformado por el periodista JuanCarlos Gambini del canal ATV+ y el periodista Gabriel Castro del canal América Tv (4) . Los periodistas que participaron de la investigación contaban con el indispensable requisito de estar ejerciendo su profesión en medios tradicionales y digitales, a fin de que su información pudiera ser más actualizada y fresca. Asimismo, los entrevistados debían estar en constante alimentación sobre la web y conocer los problemas sociales que se vienen dando en Lima metropolitana. Estas características fueron necesarias para obtener respuestas más específicas y fidedignas de acuerdo a lo solicitado en la investigación.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Al ser una investigación de enfoque cualitativo se realizará un Focus Group a cinco periodistas de la web 2.0 y política. De acuerdo a Gibb (1997), citado por Bonilla-Jimenez, F. I., & Escobar, J. (2017), indica que el objetivo del grupo focal es conocer las posiciones, sentimientos, creencias, experiencias y reacciones en los participantes; este proceso permite adquirir información pura para una mejor discusión al problema planteado. Asimismo, a comparación de la entrevista personal, los grupos focales ayudan a recoger

una amplia mirada al tema y genera procesos emocionales únicos dentro del contexto grupal. Según Quintana Peña, A. (2006) el foco grupal es una técnica que cuenta con dos características: en primer lugar, se focaliza en la aproximación a fondo de una cantidad muy reducida de temas o problemas; y, en segundo lugar, la selección del grupo a participar es según las características sobresalientes que se asemejan a los objetivos de la investigación, lo cual conlleva a escoger sólo entre seis y ocho individuos que tengan dicha característica. Finalmente, las preguntas del focus group buscaron ser propicias para cada uno de los periodistas que participaron, ya que cada uno es experto en el rubro donde se desenvuelve.

3.6. Procedimiento:

La mencionada investigación comenzó con la búsqueda del título del estudio, un título que responda a la problemática de falsas noticias en el Perú durante la creciente era digital. Después, se procedió a la recopilación de información, antecedentes de libros, noticias, tesis, menciones y demás, que puedan servir para el análisis de la investigación. Teniendo la información recopilada se hizo una selección óptima y de mejor provecho para los objetivos. Por consiguiente, se empezó a aplicar la información en la Introducción, recopilando solo lo esencial de acuerdo al tema central. Luego, se procedió a introducir parte de la información recogida a las matrices, para posteriormente usarlas en el método. En la metodología se buscó determinar el tipo, diseño, y enfoque de la investigación. La parte clímax de la investigación se da con la creación del instrumento para realizar el Focus Group con los periodistas a estudiar. Asimismo, la realización del Focus Group se dio por video llamada del aplicativo Zoom (se recurrió a ese método debido a la pandemia de Covid-19 que atraviesa el mundo entero, donde el Perú estuvo en aislamiento social por más de dos meses), el encuentro por video llamada fue previamente familiarizado por parte de los periodistas, donde pudieron interactuar, conocerse y compartir sus experiencias vividas como periodistas, dicha sesión tuvo una duración de alrededor de dos horas, se recogió la información por grabación de audio y video. Previo al desarrollo de este focus group se procedió a realizarse un focus group piloto (misma modalidad de video

llamada) antes de reunirse con los cinco periodistas. Pasando al siguiente punto, se procedió a transcribir las respuestas obtenidas en el focus group y colocarlos en los resultados. Luego, se procedió con la discusión. Y, por último, se añadieron las referencias y anexos. Cabe resaltar, que dicho procedimiento se realizó durante seis meses, con la aprobación de tres expertos y el asesor.

3.7. Rigor científico:

Es equipolente a la validez y confiabilidad de la investigación cuantitativa, empleando para ello: la dependencia o consistencia lógica, la credibilidad, la auditabilidad o confirmabilidad y la transferibilidad o aplicabilidad (Hernández, Fernández y Baptista, 2010). A continuación, se mencionan los detalles de cada uno de ellos:

Según Suárez (2006), la dependencia (consistencia lógica) comprende del nivel de consistencia o estabilidad de los resultados y hallazgos del estudio. A fin de mantener la dependencia, los resultados obtenidos a través de los participantes semantuvieron y no fueron sujetos a cambios posteriores a favor del investigador. Además, se evitó que la posición, opinión y dogmas del autor afecten la congruencia y estructura del análisis de los datos. Asimismo, no se prescribieron los resultados antes de que los datos sean evaluados. Y por último se tuvo en cuenta cada información obtenida mediante la sesión del focus group.

Siguiente, según Castillo y Vásquez (2003), la credibilidad se consigue cuando el investigador, por medio de observaciones y conversaciones amplias con los participantes en el estudio, reúne información que genera hallazgos que son reconocidos por los informantes como una verdadera aproximación sobre lo que ellos piensan y sienten. La credibilidad en el actual estudio, se apoya en las subsecuentes características:

- a) Valoración por los datos e información extraída en el contexto temporal y espacial de la investigación, desde donde se ha contemplado y considerado las respuestas de los periodistas en base a sus

experiencias.

- b) Elaboración del instrumento de investigación en base a la aprobación de tres expertos.
- c) Consideración por la posición, contraposición y dogmas de los participantes.
- d) La experiencia de trabajo en el ámbito periodístico por parte de los participantes de la investigación, se mueve entre los 3 y 7 años.
- e) Administración y proceso de triangulación como método de contraste y nexo entre la metodología, el instrumento y las respuestas obtenidas bajo el tópico de investigación. La mencionada característica permitió la realización de los resultados y la discusión.

Siguiente, según Guba y Lincoln (1981) se refieren a la auditabilidad (confirmabilidad) como la aptitud de otro investigador de continuar la pista o la ruta de lo que el investigador original ha realizado en la presente investigación. La auditabilidad comprende de los siguientes aspectos:

- a) Se garantiza que las informaciones recogidas en el proceso de la investigación a través de los participantes no son sesgadas, ni han sido alteradas por el autor.
- b) Se recopiló la información por medio de audio y video, la cual se expone en los resultados y discusión; todo ello incorporado en los anexos de la investigación.
- c) La información acopiada mediante el instrumento ejecutado con los periodistas fue íntegramente almacenada y tuvo el visto bueno para la utilización en la investigación.

Siguiente, según Guba y Lincoln (1981) indican que la transferibilidad (aplicabilidad) se trata de examinar qué tanto se ajustan los resultados con otro contexto. No obstante, las conclusiones de esta investigación, no son permutables ni traspasables a otros entornos y/o ámbitos de acción, criterio del cual uno es consciente, en base a la naturaleza social y compleja del

fenómeno estudiado, quedifiere de otras investigaciones. Aun así, podrán servir de guía los instrumentos y procesos de la investigación para ser aplicada a otra situación y/o contexto, esto vaa depender de la semejanza del proceso a desarrollar, por parte de quien investiga y desea producir esa transferencia (Fernández, 2006). Por ello, se aplicará el sistema de validación científica expuesta por Guba (1981) con el propósito de teneren claro el carácter científico de dicha investigación que se divide de la subsecuente estructura:

- Descripciones detalladas: manifestadas en las respuestas de los investigados queparticiparon del focus group, dada la singularidad de la investigación se procura especificar las respuestas de manera leal sobre los actores, sus experiencias y/o contextos vividos por ellos, con el objetivo de generar información lo más ajustada posible a la realidad.
- Abundante arqueo de datos e información: obtención de la información única y plenamente por los profesionales de la información en el focus group, quienes, con su colaboración excepcional, favorecieron la comprensión del tópico investigado.

3.8. Métodos de análisis de información:

La presente investigación tuvo una previa familiarización con el contenido encontrado para poder obtener una base de datos informativos más precisos. Luego, se procedió a preparar el material para aplicarlos con los usuarios a estudiar.El material fue un instrumento de preguntas abiertas, que se dividió en categorías yen subcategorías, donde las principales preguntas procuran responder el problema general y los problemas específicos. Prosiguiendo, se aplicó el instrumento con expertos para recoger correcciones y opiniones. Finalmente, se contrasto la información recopilada con las teorías expuesta en la investigación.

3.9. Aspectos éticos:

La validez científica, considera importante el correcto manejo y

utilización de la información recopilada, es por eso que se respetó la autoría de cada investigación que sirvió como fuente de guía para el presente estudio. Además, se optó por usar fuentes de repositorios académicos y de revistas indexadas, para una mayor confiabilidad en el resultado. El valor social requerido es que el internauta peruano empiece a informarse y a distinguir sobre las noticias falsas que circulan en internet sin filtro alguno; por ello, se respetó las respuestas de los entrevistados, con el fin de que sirvan de solución a la problemática presentada, es decir no habrá manipulación personal en las respuestas. Otro punto indispensable, es el consentimiento informado por parte de los periodistas que participarán, ellos dieron previa autorización para usar las respuestas recopiladas y poder añadirlas en la discusión.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La presente investigación sobre las fake news en Lima surgió para despertar la curiosidad de los futuros profesionales de la comunicación y motivarlos a seguir investigando sobre este tema innovador. A fin de lograr recoger información más completa para la mencionada investigación, se contó con la participación de periodistas con amplia trayectoria en el rubro de las comunicaciones. El escenario sedio en medio de la era digital que tiene a las personas sumergidas a la internet, lugar donde prima la desinformación y fake news.

En el transcurso se explicarán los resultados obtenidos en base al objetivo general y los objetivos específicos planteados con respecto a cada categoría y subcategoría.

Esta investigación buscó analizar de qué manera las fake news son causantes de desinformación en la era digital, desde la perspectiva de los periodistas de Lima. El total de periodistas concuerdan que la falta de verificación, el nivel socioeconómico, la informalidad, el bajo nivel educativo, la obtención ganancias monetarias, la desacreditación a un personaje, intereses políticos o tan solo por “moda” o “flojera intelectual”, las noticias o información falsa son causantes de desinformación en la era digital. Asimismo, cada uno de los periodistas infiere que a medida que el usuario es bombardeado de noticias en internet o redes sociales, solo opta por leer los encabezados y a replicarlas sin verificar la fuente inicial u oficial, lo cual en la actualidad se está convirtiendo en un hábito del usuariodigital. Lo mencionado antes genera problemas de desinformación para el usuario y la falta de credibilidad hacia los periodistas y el gobierno. Es por ello, que los participantes afirman que las fake news en la era digital están desinformado con más rapidez y facilidad que en cualquier otra época.

Con relación al primer objetivo específico planteado que procura examinar de qué modo las fake news son causantes de la polisemia en la era

digital, desde la perspectiva de los periodistas lima. Tres de los cinco periodistas afirmaron que las fake news no calza como causante de polisemia, debido a que este tópico es muy simple de identificar y se puede evitar caer en una noticia falsa. Por otro lado, los otros dos periodistas afirmaron que las noticias falsas vistas desde un punto estético procuran maquillarse como noticias verdaderas, lo que sí podría originar una malinterpretación del usuario, hasta desinformarlo, alegando que hay páginas que se dedican en exclusivo a confundir a la población con el propósito de percibir ingresos monetarios. A lo que Carla Patiño, enfatizó: “La polisemia del lenguaje no influye mucho en el hecho del crecimiento de la difusión del fake news porque las noticias falsas tienen un trasfondo político”. Asimismo, Juan Carlos Gambini, añadió: “La mentira muchas veces repetida se vuelve verdad y es bien difícil después regresar sobre los pasos y aclarar que esta mentira que se cree verdad era mentira”.

Cabe resaltar, que este primer objetivo contiene las preguntas de la categoría polisemia (pluralidad de significados) que comprende dos subcategorías ‘lenguaje’ y ‘sintaxis’. En la subcategoría ‘lenguaje’, la mayoría de periodistas indicaron que las noticias o información falsa que circula en internet se aclaran rápido en redes y no genera una alteración en la interpretación de información que se percibe. No obstante, Gabriel Castro resalto que el usuario si puede alterar la interpretación de la información que ve en internet en momentos de crisis o desesperación, esto se debe a que se alteran las emociones a nivel psicológico, a lo cual agrego una experiencia: “En los días de cuarentena, el gobierno peruano emitió subsidios económicos para la población, donde facinerosos empezaron a aprovecharse de esta situación enviando links falsos con errores ortográficos, pero debido a la desesperación la población no verificaba la información y solo accedía a ellos, luego se supo que querían robar información”. En la subcategoría ‘sintaxis’, los periodistas señalaron que existe una flojera intelectual por parte del cibernauta que sin verificar la información o las noticias solo las replican y generan una cadena de desinformación aprovechando la coyuntura.

Con relación al segundo objetivo, se buscó estudiar de qué forma las redes sociales aumentan las fake news en la era digital, desde la perspectiva de los periodistas de Lima. Cuatro de los cinco periodistas coinciden que debido a la rapidez que se requiere en las redes sociales muchas veces la información que emiten es paupérrima y carece de confirmación, todo esto con el propósito de ser los primeros en emitir la noticia. Asimismo, enfatizaron que la posibilidad de escribir sin límites en redes sociales es complemento de las fake news difundidas. Otro asunto relevante para los periodistas es que la escasez de filtros ha traído consigo mayor difusión de noticias falsas en redes sociales. Por otro lado, para la periodista que labora en el estado peruano afirma que la rapidez no es un difusor de noticias falsas en redes sociales, debido a que en el rubro en el que se desenvuelve es el primer eslabón en difundir la información, donde prima la verificación antes que la rapidez. El periodista Gabriel Castro menciona que en la actualidad tanto los cibernautas como sus colegas prostituyen la información para obtener ganancias.

El mencionado segundo objetivo específico está comprendido por la categoría Redes Sociales que contiene las subcategorías 'fact-checking' (verificación), 'rapidez' y 'filtros'. En la subcategoría 'fact-checking' (verificación), los periodistas enfatizaron que la mayoría de noticias que circulan en redes sociales no son verificadas e incluso los medios de comunicación también se equivocan al contrastar las noticias; sin embargo, enfatizan que se pueden reconocer o verificar las noticias falsas de forma visual, es decir, ver el tamaño de la letra, el diseño, los sellos, los logos. Asimismo, mencionaron que ya existen plataformas que te ayudan a verificar la veracidad de la información o noticias que circulan en las redes sociales. La siguiente subcategoría es 'rapidez' a lo cual indicaron que para el periodista es muy importante ser el primer medio en emitir la noticia, pero esto termina siendo contraproducente porque muchas veces las noticias llegan a ser falsas, esto también se replica en la población quienes no verifican la información y se dejan llevar por los likes o repost. En la tercera subcategoría 'filtros', los periodistas añadieron que al peruano le gusta consumir el morbo y al no haber límite en redes sociales, se convierten en los medios favoritos para emitir noticias falsas.

Prosiguiendo con el tercer objetivo se quiso analizar de qué manera la falta de alfabetización informacional desinforma a la ciudadanía, desde la perspectiva de los periodistas de Lima. Los cinco periodistas concuerdan que el usuario digital se deja llevar por sus emociones antes que usar el criterio para pensar de qué trata la noticia leída o vista. Otro punto que aclaran es que por razones socioeconómicas y bajo nivel intelectual la ciudadanía es más propensa a mantenerse desinformada. Por otro lado, un término más coloquial que emplearon tres de los cinco periodistas es que no necesariamente la falta de alfabetización informacional desinforma al cibernauta sino solo simple y llanamente “la flojera”. El tercer objetivo está comprendido por la categoría alfabetización informacional que contiene las subcategorías ‘pensamiento crítico’, ‘metacognición’ y ‘aprendizaje competencial’. En la subcategoría ‘pensamiento crítico’, la mayoría de los periodistas concuerda que el usuario digital no emplea el pensamiento crítico, sino que, se deja llevar por sus emociones del momento, según la situación que esté viviendo. La siguiente subcategoría es ‘metacognición’, el total de periodistas concuerda que el nivel socioeconómico es un gran influyente en la desinformación del cibernauta digital, esto va comprendido con que el usuario no analiza, ni cuestiona la información o noticia que ve en internet, por lo cual termina desinformado y desinformando a su entorno. La última subcategoría es ‘aprendizaje competencial’, los cinco periodistas enfatizan que el cibernauta al estar atiborrado de información los limita a seguir aprendiendo, debido a que ya están saturados con las diferentes plataformas que emiten información, lo cual hace caer al cibernauta en la mencionada “flojera”, que termina desinformándolo. Todo esto es aprovechado por facinerosos que solo buscan obtener ganancias monetarias a través de las noticias falsas que desinforman al usuario, en la era digital.

De esta manera, los resultados obtenidos en el focus group por medio de los periodistas fueron propicios para la investigación. Se procederá a continuar requiriendo las respuestas de los participantes para aplicarlas en la triangulación que se desarrollará para la discusión.

En base a lo expuesto, ahora se procederá a realizar la discusión, a partir de los hallazgos encontrados, en base al objetivo general que busca analizar de qué manera las fake news son causantes de desinformación en la era digital, desde la perspectiva de los periodistas de Lima, tuvo como resultado que la falta de verificación, el nivel socioeconómico, la informalidad, el bajo nivel educativo, la obtención de ganancias monetarias, intereses políticos, “moda” o “flojera intelectual”, las noticias o información falsa causan desinformación en la ciudadanía.

Estos resultados guardan relación con lo que sostiene Corbillón (2018), en su investigación de enfoque cualitativo donde realizó la interpretación de noticias, quien señala que las redes sociales son aprovechadas como marketing político para conseguir ciertos fines electorales a favor de procesos independentistas, desplazando a la población por medio de perfiles falsos en los que se producían y difundían noticias falsas. Asimismo, según lo que sostienen los autores Coreas de Mendoza, Mejía y Ventura (2019), en su estudio de enfoque cualitativo con entrevistas de preguntas abiertas, señalan que la causa de propagar noticias falsas es primordialmente el de desacreditar a un personaje, pero este interés tiene más repercusión cuando se está en procesos electorales. Ello es acorde con lo que en este estudio se halla.

Los resultados del objetivo general son válidos con la Teoría de la Conspiración de García-Noblejas (1998), quien afirma que el interés superior de un ente o entidades, busca deslegitimar a un personaje o varios personajes mediante la difusión de información conspirativa e incierta. Por ello, la teoría de la conspiración vista desde la perspectiva del periodismo da pie a la gestión descontrolada de información en las redes sociales y de nuevos medios de comunicación, que genera una menor capacidad crítica y una mayor probabilidad de creencia en la conspiración.

Prosiguiendo con los resultados del primer objetivo específico, el cual procura examinar de qué modo las fake news son causantes de la polisemia en

la era digital, desde la perspectiva de los periodistas lima, concluyó que las fake news no calza como causante de polisemia, debido a que este tópico es muy simple de identificar y se puede evitar caer en una noticia falsa. No obstante, las noticias falsas vistas desde un punto estético procuran maquillarse como noticias verdaderas, lo que sí podría originar una malinterpretación del usuario, hasta desinformarlos, alegando que hay páginas que se dedican en exclusivo a confundir a la población con el propósito de percibir ingresos monetarios.

Los resultados obtenidos en el primer objetivo específico complementan la investigación de Honores (2016), que fue de enfoque cualitativo, donde se empleó el instrumento de entrevista a profundidad y análisis, quien concluyó que el poder actuar de forma anónima en la internet incrementa la difusión de información falsa, debido a que el cibernauta peruano desconoce del conocimiento informático. Por ello, para evitar ser engañado por las informaciones falsas que abundan en las redessociales, las formas de redacción de noticias y encabezados cambian constantemente; no obstante, siempre seremos sorprendidos por noticias falsas.

Los resultados de esta investigación guardan mayor relación con la Teoría del Conectivismo de George Siemens (2004) que es orientado por la comprensión que las decisiones están basadas en principios que cambian rápidamente. Continuamente se está adquiriendo nueva información. La habilidad de realizar distinciones entre la información importante y no importante resulta vital. También es crítica la habilidad de reconocer cuándo una nueva información altera un entorno basado en las decisiones tomadas anteriormente. El conectivismo provee una mirada a las habilidades de aprendizaje y las tareas necesarias para que los aprendices florezcan en una era digital.

Continuando con los resultados del segundo objetivo específico, que buscó estudiar de qué forma las redes sociales aumentan las fake news en la era digital, arrojó que la mayoría de noticias que circulan en redes sociales

no son verificadas e incluso los medios de comunicación también se equivocan al contrastar las noticias debido a la rapidez que se requiere en las redes sociales, todo esto con el propósito de ser los primeros en emitir la noticia. Asimismo, enfatizaron que la posibilidad de escribir sin límites en redes sociales es complemento de las fake news difundidas. Otro asunto relevante para los periodistas es que la escasez de filtros ha traído consigo mayor difusión de noticias falsas en redes sociales.

Estos resultados se complementan con la investigación de Bravo (2016), la cual es de diseño descriptivo y enfoque cuantitativo, donde colaboraron 30 periodistas, concluyó que de tres factores: conocimiento de la norma ética, tipo de noticia y uso de redes sociales como fuentes periodísticas. El primer y tercer factor mencionados, sí originan dilemas éticos. El segundo, tipo de noticia, no origina dilemas éticos. No obstante, uno de sus indicadores, la inmediatez, es un contratiempo que los periodistas consideran como originador de dilemas éticos. Asimismo, el uso de redes sociales como fuente de información periodística denota mayor repercusión en la creación de dilemas éticos.

En base a los resultados anteriores, la teoría Actor-Red citada por Parreira do Prado (2019), de Bruno Latour, se aproxima a la red social. Dicha teoría de Latour es adecuada para investigar las redes sociales, en la era digital (Santaella, Cardoso, 2014, p. 749). Latour reemplaza el indicador de causa por el indicador de actante (aquel que hace hacer), un intermediario que obra acciones de forma independiente. Señalando la importancia de la tecnología en la explicación del mundo, tratándolo de una manera equitativa a la manera en lo que se trata lo social. Es decir, no hay diferencia entre humano y no-humano. La internet llega a ser un actor que trae consigo la creación de nuevas formas de relacionarse y la aparición de sociedades digitales.

Para finalizar, los resultados del tercer objetivo específico, que buscó analizar de qué manera la falta de alfabetización informacional desinforma a

la ciudadanía, desde la perspectiva de los periodistas de Lima, concluyó que el usuario digital se deja llevar por sus emociones antes que usar el criterio para pensar de qué trata la noticia leída o vista. Otro punto, es que por razones socioeconómicas y bajo nivel intelectual la ciudadanía es más propensa a mantenerse desinformada. Por otro lado, un término más coloquial que emplearon tres de los cinco periodistas es que no necesariamente la falta de alfabetización informacional desinforma al cibernauta sino solo simple y llanamente “la flojera”.

Estos resultados guardan relación con el estudio de Parreira do Prado (2019) que fue teórico-descriptivo, donde señaló que la aparición de las redes sociales y mensajeros efímeros, ponen en peligro la veracidad del periodismo. Por lo que concluyó que la sociedad no sabe diferenciar entre lo que es periodista, colaborador y falsificador, o mejor, un mentiroso. Además, es indispensable aumentar esfuerzos para difundir lo que es la verdad, a fin de neutralizar las falsedades que asolan las redes. Los instrumentos para identificar las llamadas “fake news” se sienten probadas. Asimismo, la tesis de Barja (2016), fue enfoque mixto, donde buscó analizar el perfil del nuevo periodista digital peruano. El estudio concluyó que la prontitud selectiva y la gestión de tecnologías son las cualidades más notables por el periodista digital en el proceso de convergencia de los medios estudiados para realizar su puesto de trabajo, y el CMS (Content Management System) es la herramienta que más emplea dicho profesional para desarrollar su labor periodística.

Los resultados del tercer objetivo específico se relacionan con la teoría del Pensamiento Crítico de Lipman (1991), quien menciona que las personas emplean procesos críticos de pensamiento que les permiten diferenciar la información de mayor relevancia de la menos relevante, con referente a los resultados de búsqueda de información. Así, el pensamiento crítico es un instrumento indispensable para contender opiniones no fundamentadas y acciones irreflexivas. Es decir, la ventaja de tener una posición de pensamiento crítico ayuda a las personas a resguardarse contra la alienación,

que se da cuando el individuo A intenta influir a un individuo B, con suposiciones o afirmaciones sin ser confirmadas. Lipman sostiene que el pensamiento crítico "nos protege contra el hecho de creer de manera forzosa lo que nos dicen los demás, sin que tengamos la oportunidad de investigar por nosotros mismos" (1991, p. 144). Para Lipman (1991, 1995), el pensamiento crítico asume que las capacidades y posturas se desenvuelven según cuatro categorías: la conceptualización u organización de la información, el razonamiento, la traducción y la investigación. Al conocer estas definiciones y relacionarlas con el tema de *fake news*, se puede denotar que el pensamiento crítico requiere un contraste, es decir, la información no solo se debe recibir, sino también verificar.

V. CONCLUSIONES

- a. En base al objetivo general, se concluyó que el cibernauta no muestra interés por verificar la información que abunda en internet, es porque el pertenecer a diferentes niveles socioeconómicos determinará si el internauta comprende o no la noticia que lee; además, la difusión de noticias falsas se produce con el afán de desacreditar a un personaje para beneficio propio, esto se incrementa con la informalidad y falta de filtros que existe en internet. Asimismo, el bajo nivel educativo del cibernauta peruano, su “flojera intelectual” para contrastar la noticia o información que lee, tendrá como resultado la desinformación para ellos, pero para los emisores de noticias falsas que quieren obtener ganancias monetarias, favorecer intereses políticos, les traerá enriquecimiento y manejo de las masas.

- b. Con referente al primer objetivo específico, se concluyó que las fake news no son causantes de polisemia. No obstante, las noticias falsas vistas desde un punto estético procuran maquillarse como noticias verdaderas, lo que sí podría originar una malinterpretación del usuario, hasta desinformarlo, alegando que hay páginas que se dedican en exclusivo a confundir a la población con el propósito de percibir ingresos monetarios. Asimismo, el usuario si puede alterar la interpretación de la información que ve en internet en momentos de crisis o desesperación.

- c. En relación con el segundo objetivo específico, se determinó que debido a que en las redes sociales el factor indispensable para emitir y recibir información es la rapidez, el amplio campo para poder escribir sin límites, el poder actuar de forma anónima y la escasez de filtros en este medio, son causantes del incremento de fake news. Por otra parte, para el periodista es muy importante ser los primeros en emitir la noticia, pero debido a la inmediatez que se requiere en las redes sociales, esto termina siendo contraproducente porque muchas veces las noticias que publican resultan ser falsas.

d. De acuerdo el tercer objetivo específico se concluyó que no solo la falta de alfabetización informacional desinforma al cibernauta, sino que existe una “flojeraintelectual”. Además, el usuario digital se deja llevar por sus emociones antes que usar el criterio para pensar o analizar de qué trata la noticia leída o difundida, esto se incrementa aún más en momentos de crisis. Asimismo, por razones socioeconómicas y el bajo nivel intelectual, el ciudadano peruano es más propenso a mantenerse desinformado y caer en noticias falsas.

VI. RECOMENDACIONES

- a. A los profesionales de la comunicación, implementar canales de verificación para que cuando redacten notas mantengan la ética, debido a que esta se está perdiendo por la inmediatez que se requiere al redactar las noticias.
- b. A la sociedad civil, buscar herramientas que les ayuden a contrastar la información brindada por los medios, con el propósito de mantenerse informado de una forma más certera y evitar así el incremento de la desinformación.
- c. Al Estado, crear plataformas para los centros educativos que ayuden a mejorar el pensamiento crítico a los estudiantes, lo cual permitirá que desde temprana edad el ciudadano pueda cuestionar la información que recibe.
- d. A los investigadores, proseguir con este estudio mediante diversas metodologías, de forma nacional e internacional, esto brindará un mejor bagaje de información para el mundo de las Comunicaciones.
- e. A los futuros periodistas y comunicadores, realizar más investigaciones referentes a fake news, debido a la escasez de estas en el Perú, con el fin de aportar posibles soluciones a las problemáticas que viene viviendo el país y el periodismo, con referente al mencionado tópico.

REFERENCIAS

Alonso González, M. (2019). Fake News: disinformation in the information society. *Ámbitos*.

Revista Internacional de Comunicación, 45, 29-52.

Recuperada de <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/88071>

Area, M., & Guarro, A. (2012). La alfabetización informacional y digital: fundamentos pedagógicos para la enseñanza y el aprendizaje competente. *Revista española de documentación científica, 35*(Monográfico), 46-74. Recuperado de

<http://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/view/744/825>

Barja, L. (2016). El perfil del nuevo periodista digital peruano en los procesos de convergencia de plataformas. Casos El Comercio, RPP Noticias y Epena (Tesis de Licenciatura). Recuperada

de

http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/4830/Barja_ml.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Bonilla-Jimenez, F. I., & Escobar, J. (2017). Grupos focales: una guía conceptual y metodológica.

Recuperado

de

<http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/957/1/Gupos%20focales%20una%20gu%C3%ADa%20conceptual%20y%20metodol%C3%B3gica.pdf>

Bravo, I. (2016). Factores que generan dilemas éticos en el periodismo digital peruano (Tesis

de

Licenciatura).

Recuperada

de

<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/620984/Factoresqu egenerandilemas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Castillo, E., & Vásquez, M. L. (2003). El rigor metodológico en la investigación cualitativa.

Colombia médica, 34(3),
164-167. Recuperada de

<https://www.redalyc.org/pdf/283/28334309.pdf>

Corbillón, C. (2018). Estudio de la posverdad y las fake news en relación con la crisis catalana del 1-O (Tesis de Licenciatura).

Recuperada de

<http://uvadoc.uva.es/handle/10324/30618>

Cordero, Z. R. V. (2009). La investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Revista educación*, 33(1), 155-165. Recuperado de

<https://www.redalyc.org/pdf/440/44015082010.pdf>

Coreas G., Mejía W., Ventura J., (2019). Las noticias falsas (fake news) y su incidencia en la credibilidad del periodismo salvadoreño (Tesis de Grado Técnico). Recuperada de

<http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/tesis/941001209.pdf>

Daniel, M. F., de la Garza, M. T., Slade, C., Lafortune, L., Pallascio, R., & Mongeau, P. (2003).

¿Qué es el pensamiento dialógico crítico? *Perfiles educativos*, 25(102), 22-39. Recuperado de

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982003000400003

Durán, M. E. S. (2007). El saber pedagógico de los profesores de la Universidad de Los Andes Táchira y sus implicaciones en la enseñanza (Doctoral dissertation, Universitat Rovira i Virgili). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=8123>

Ennis, R. (1991). Critical thinking: A streamlined conception. *Teaching philosophy*, 14(1),5-24. Recuperado de https://www.pdcnet.org/teachphil/content/teachphil_1991_0014_0001_0005_0024

“Fake News”: Campaña del Grupo de Diarios América busca combatir las noticias falsas. (24 de marzo de 2019). *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/mundo/fake-news-noticias-falsas-buenas-practicas-periodismo-619694-noticia/>

Fake News: ¿Cuánto nos afectan las noticias falsas? (07 de junio del 2019). *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/especial/perusostenible/paz/fake-news-cuanto-nos-afectan-noticias-falsas-noticia-1994336>

Fernández-García, N. (2017). Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática. Nueva sociedad, (269). Recuperado de http://www.iade.org.ar/system/files/5.tc_fernandez_269_0.pdf

Freire, F. C. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de comunicación social*, 11(63).

Recuperado de

[https://www.redalyc.org/pdf/819/81912006023.p](https://www.redalyc.org/pdf/819/81912006023.pdf)

[df](#)

García-Noblejas, J. J. (1998). *Medios de conspiración social*. Eunsa.

Recuperado de

http://www.academia.edu/download/33869535/Medios_de_conspiracion_social.pdf

Gualda, E. & Rúas, J. (2019). Teorías de la conspiración, credibilidad y confianza en la información. *Communication & Society*, 32(1), 179-195.

Recuperado de

[file:///C:/Users/ALUMNO/Downloads/37823-105895-1-PB%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/ALUMNO/Downloads/37823-105895-1-PB%20(3).pdf)

Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1981). *Effective evaluation: Improving the usefulness of evaluation results through responsive and naturalistic approaches*. Jossey-Bass.

Recuperada de

<https://psycnet.apa.org/record/1992-97542-000>

Honores Gutierrez, I. J. (2016). *Libertad de expresión en Internet: informaciones falsas que generan polémica en las redes sociales*. (Tesis de Licenciatura). Recuperada de

<http://repositorio.bausate.edu.pe/handle/bausate/23>

<http://www.noticiasfalsas.pe/posts/>

Huaycán: ¿Cómo empezó el rumor de los 'traficantes de órganos de niños'? (03 de diciembre del 2016 *Perú21*. Recuperado de

<https://peru21.pe/lima/huaycan-empezo-rumor-traficantes-organos-ninos-234879-noticia/>

Lipman, M. (1988). *Critical Thinking: What Can It Be?* Resource Publication, Series 1 No. 1.

Recuperado de <https://eric.ed.gov/?id=ED352326>

Marín M. (febrero, 2019). Las “fake news” el nuevo reto del periodismo.

Revista SumandoHistorias. Recuperado de

<http://www.sumandohistorias.com/reportajes/fake-news- reto-periodismo/>

Mello, S. L. D. M., Ludolf, N. V. E., Quelhas, O. L. G., & Meiriño, M. J.

(2019). Innovación en la era digital: nuevo mercado laboral y cambios educativos. Ensaio: Avaliação e Políticas Públicas em Educação, (ahead). Recuperado de

https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010440362020000100066&lng=en&nrm=iso&tlng=en

McPeck, J. E. (1991). What is Learned in Informal Logic Courses?. *Teaching Philosophy*,

14(1),

25-34.

Recuperado de

https://www.pdcnet.org/teachphil/content/teachphil_1991_0014_0001_0025_0034

Muñoz Núñez, M. D. (2017). La polisemia léxica y sus conexiones con algunas líneas de interrelación entre léxico y sintaxis.

Recuperado de

<https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/53110/1/6888-41871-1-PB.pdf>

Noticias falsas (2016) Parreira do Prado, M. (2019). La proliferación de las

“fake news” y sus algoritmos daña la cultura democrática. *Ámbitos*.

Revista Internacional de Comunicación 45, pp. 89-106. doi: 10.12795/Ambitos.2019.i45.06 .

Recuperado de

http://institucional.us.es/revistas/Ambitos/45/Mon/La_proliferacion_de_las_%E2%80%9D_fake_news%E2%80%9D_y_sus_algoritmos_da%C3%B1a_la_c

[ultura democratica .pdf](#)

Patrón, G. (15 de junio del 2017). Conoce cuánto tiempo pasan los peruanos en el Internet.

RPP. Recuperado de

<https://rpp.pe/blog/geek-and-chick/conoce-cuanto-tiempo-pasan-los-peruanos-en-el-internet-noticia-1057924>

Quevedo-Pacheco, N. (2014). Alfabetización informacional: aspectos esenciales.

Recuperado de

http://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/ulima/3826/Quevedo_Pacheco_Nelva.pdf?sequence=1

Quintana Peña, A. (2006). Metodología de investigación científica cualitativa.

Recuperado de

<http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/2724/1/Metodologia%20de%20investigacion%20cientifica%20cualitativa.pdf>

Saiz Olmo, J., & San Pablo-CEU, F. U. (2011). Periodismo de radio: De los estudios al ciberespacio. Moncada (Valencia): Universidad Cardenal Herrera-CEU: Fundación

Universitaria

San

Pablo-CEU,2005.

<http://opendata.dspace.ceu.es/handle/10637/3254>

Sampieri, R. H., Collado, C. F., Lucio, P. B., Valencia, S. M., & Torres, C. P. M. (1998).

Metodología de la investigación (Vol. 6). México, DF: Mcgraw-hill.

Recuperado de

[https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Sampieri%](https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Sampieri%20metodologia%20de%20la%20investigacion)

[2C+R.+H.%2C](#)
[+Collado%2C+C.+F.%2C+Lucio%2C+P.+B.%2C+Valencia%2C+S.+M](#)
[.%2C+%26+To](#)
[rres%2C+C.+P.+M.+%281998%29.+Metodolog%C3%ADa+de+la+in](#)
[vestigaci%C3%B](#)
[3n+%28Vol.+6%29.+M%C3%A9xico%2C+DF%3A+Mcgraw-](#)
[hill.&btnG=](#)

Salgado Lévano, A. C. (2007). Investigación cualitativa: diseños, evaluación del rigormetodológico y retos. *Liberabit*, 13(13), 71-78.
Recuperado de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S172948272007000100009&scrypt=sci_artte_xt&lng=en

Santaella, L., & Cardoso, T. (2014). Para inteligir a complexidade das redes. *Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*, 21(2), 742-765.
Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4955/495551016017.pdf>

Santaella, L., & Lemos Morais, R. (2010). Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter. Recuperado de <http://dro.deakin.edu.au/view/DU:30082220>

Siegel, H. (1987). *Educating Reason: An Essay on Rationality, Critical Thinking, and Education*. Recuperado de https://scholar.google.com/scholar?q=related:oCsmFJ60k9MJ:scholar.google.com/&scioq=&hl=es&as_sdt=0,5

Siemens, G. (2004). *Conectivismo: Una teoría de aprendizaje para la era*

digital. Recuperado el, 15.

https://www.comenius.cl/recursos/virtual/minsal_v2/Modulo_1/Recursos/Lectura/conectivismo_Siemens.pdf

Social Media: Perú es el primer país de la región con mayor porcentaje de alcance de redes sociales (11 de febrero del 2019). *Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/tecnologia/social-media-peru-primer-pais-region-mayor-porcentaje-alcance-redes-sociales-258321-noticia/>

Uribe-Tirado, A. (2013). Lecciones aprendidas en programas de learned in Information Literacy Programs at universities in Ibero-America (Doctoral dissertation, Universidad de Granada (España) Alfabetización Informacional en universidades delberoamérica/Lessons) Recuperado de

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3478015

Van Prooijen, J. W. (2017). Why education predicts decreased belief in conspiracy theories. *Applied Cognitive Psychology*, 31(1), 50-58. Recuperado de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/acp>.

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA – MATRIZ DE COHERENCIA (ENFOQUE CUALITATIVO)				
PROBLEMAS U OBJETO DE ESTUDIO	OBJETIVOS	CATEGORÍAS O VARIABLES	SUBCATEGORÍAS O DIMENSIONES	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN
GENERAL: ¿DE QUÉ MANERA LAS FAKE NEWS SON CAUSANTES DE DESINFORMACIÓN EN LA ERA DIGITAL, DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS PERIODISTAS EN LIMA?	GENERAL: ANALIZAR DE QUÉ MANERA LAS FAKE NEWS SON CAUSANTES DE DESINFORMACIÓN EN LA ERA DIGITAL, DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS PERIODISTAS DE LIMA.	VAR. X: FAKE NEWS	DIM. VAR. X.: POLISEMIA	A.-MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN TIPO: Aplicada
ESPECÍFICOS: ¿DE QUÉ MODO LAS FAKES NEWS SON CAUSANTES DE LA POLISEMIA EN LA ERA DIGITAL, DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS PERIODISTAS DE LIMA? ¿DE QUÉ FORMA LAS REDES SOCIALES AUMENTAN LAS FAKE NEWS EN LA ERA DIGITAL, DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS PERIODISTAS DE LIMA? ¿DE QUÉ MANERA LA FALTA DE ALFABETIZACIÓN INFORMACIONAL DESINFORMA A LA CIUDADANÍA, DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS PERIODISTAS DE LIMA?	ESPECÍFICOS: EXAMINAR DE QUÉ MODO LAS FAKE NEWS SON CAUSANTES DE LA POLISEMIA EN LA ERA DIGITAL, DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS PERIODISTAS LIMA. ESTUDIAR DE QUÉ FORMA LAS REDES SOCIALES AUMENTAN LAS FAKE NEWS EN LA ERA DIGITAL, DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS PERIODISTAS DE LIMA. ANALIZAR DE QUÉ MANERA LA FALTA DE ALFABETIZACIÓN INFORMACIONAL DESINFORMA A LA CIUDADANÍA, DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS PERIODISTAS DE LIMA.		DIME. VAR. Y: REDES SOCIALES	B.-UNIVERSO Y MUESTRA Población: Periodistas Muestra: Periodistas de Lima C.-UNIDAD DE ANÁLISIS D.- TÉCNICA DE INSTRUMENTO Técnica: Focus Group Instrumento: Cuestionario abierto
			ALFABETIZACIÓN INFORMACIONAL	

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE
VARIABLE: FAKE NEWS

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	CATEGORÍAS	SUB CATEGORÍAS	ITEMS		
FAKE NEWS	fuentes que fabrican información por completo, difunden contenido engañoso o distorsionan las noticias reales. según: 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 concepto de noticia falsa puede llegar a ser polisémico [...] y es en los medios sociales donde el debate sobre las noticias falsas, la pos verdad y la utilización de noticias y desinformación para la manipulación del estado de opinión de la sociedad ha sido más relevante. [...] uno de los objetivos de la alfabetización informacional es precisamente crear usuarios críticos en el uso de la información y, por supuesto, que sean capaces de distinguir fuentes de información fiable de las que no lo son. según: lópez-borrull,	POLISEMIA (PLURALIDAD DE SIGNIFICADOS)	LENGUAJE	1. ¿SERÁ LA POLISEMIA DEL LENGUAJE CULPABLE DEL CRECIMIENTO DE NOTICIAS FALSAS EN INTERNET?		
					2. ¿DE QUÉ MODO LAS NOTICIAS FALSAS SON CAUSANTES DE POLISEMIA EN LA ERA DIGITAL??		
					3. ¿OPINAN QUE LOS DIVERSOS TÉRMINOS DE LENGUAJE EMPLEADO POR EL USUARIO ALTERAN LA INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN QUE VE EN INTERNET?		
				SINTAXIS	4. ¿DE QUÉ MODO LA CARENCIA DE SINTAXIS DEL CIBERNAUTA INTERRUMPE LA NOTICIA INICIAL?		
					5. ¿DE QUÉ MODO AFECTA QUE EL CIBERNAUTA NO PERCIBA LA INTENCIÓN DEL AUTOR EN LA INFORMACIÓN QUE LEE EN INTERNET?		
					6. ¿CREEN QUE LAS NOTICIAS DIFUNDIDAS EN LAS REDES SOCIALES SON CONTRASTADAS POR PARTE DEL INTERNAUTA?		
		REDES SOCIALES	información es precisamente crear usuarios críticos en el uso de la información y, por supuesto, que sean capaces de distinguir fuentes de información fiable de las que no lo son. según: lópez-borrull,	REDES SOCIALES	FACT-CHECKING (VERIFICACIÓN)	FACT-CHECKING (VERIFICACIÓN)	7. ¿OPINAN QUE LA FALTA DE VERIFICACIÓN DE INFORMACIÓN OCASIONA EL AUMENTO DE NOTICIAS FALSAS EN LAS REDES SOCIALES?
							8. ¿CÓMO SE PODRÍA RECONOCER UNA NOTICIA FALSA EN LAS REDES SOCIALES?
							9. ¿EXISTEN PLATAFORMAS QUE SE DEDIQUEN A CORROBORAR LA VERACIDAD DE LAS NOTICIAS EN LAS REDES SOCIALES?
						RAPIDEZ	10. ¿CREEN QUE LA RAPIDEZ ES UN FACTOR QUE PROLIFERA LAS FAKE NEWS EN LAS REDES SOCIALES?
							11. ¿LA INMEDIATEZ REQUERIDA EN LAS REDES SOCIALES HA OCASIONADO LA PAUPÉRRIMA ELABORACIÓN DE LAS NOTICIAS EMITIDAS POR LOS PERIODISTAS?
							12. ¿LA ESCASEZ DE FILTROS EN LAS REDES SOCIALES SON UNA VENTANA ABIERTA PARA LAS NOTICIAS FALSAS?

	alexandre; vives-gràcia, josep; badell, joan-isidre (2018). "fake news, ¿amenaza u oportunidad para los profesionales de la información y la documentación?"		FILTROS	13. ¿AL NO HABER FILTROS EN LAS NOTICIAS EMITIDAS POR REDES SOCIALES SE DISTORSIONA LA OPINIÓN PÚBLICA?
			FILTROS	14. ¿SI EN EL FUTURO APARECEN FILTROS DE NOTICIAS EN LAS REDES SOCIALES SE PODRÁN CONTROLAR LAS NOTICIAS FALSAS?
			PENSAMIENTO CRÍTICO	15. ¿CREEN QUE EL USUARIO DIGITAL HACE USO DEL PENSAMIENTO CRÍTICO AL MOMENTO DE RECIBIR UNA INFORMACIÓN?
				16. ¿A QUÉ SE DEBE QUE EL USUARIO DIGITAL NO VERIFIQUE O CONTRASTE LA INFORMACIÓN QUE LEE?
		ALFABETIZACIÓN INFORMACIONAL	METACOGNICIÓN	17. ¿POR QUÉ CREEN QUE EL CIBERNAUTA NO LE DA EL VALOR REQUERIDO A LA INFORMACIÓN QUE LEE?
				18. ¿QUÉ FACTORES OCASIONAN QUE EL CIBERNAUTA NO DISTINGA LAS NOTICIAS SIN AUTOR QUE CIRCULAN EN INTERNET?
			APRENDIZAJE COMPETENCIAL	19. ¿CREEN QUE LA AUSENCIA DE LA METACOGNICIÓN HA ORIGINADO LA DESINFORMACIÓN DEL CIBERNAUTA?
				20. ¿OPINAN QUE EL CIBERNAUTA DEBE ESTAR EN CONSTANTE APRENDIZAJE A CAUSA DE LA GRAN VARIEDAD DE NOTICIAS NO VERIFICADAS QUE ABUNDAN EN INTERNET?
				21. ¿OPINAN QUE EL CIBERNAUTA DEBE ESTAR EN CONSTANTE APRENDIZAJE A CAUSA DE LA GRAN VARIEDAD DE NOTICIAS NO VERIFICADAS QUE ABUNDAN EN INTERNET?
				21. ¿OPINAN QUE EL CIBERNAUTA DEBE ESTAR EN CONSTANTE APRENDIZAJE A CAUSA DE LA GRAN VARIEDAD DE NOTICIAS NO VERIFICADAS QUE ABUNDAN EN INTERNET?

TRANSCRIPCIÓN DE FOCUS GROUP

Moderador: Vamos a comenzar alguien tiene algún aporte o algo que haya escuchado sobre Fake news, ahora por la coyuntura creo que todos estamos viviendo a gran escala lo que son las noticias falsas, esta investigación se planeó el año pasado (2019) cuando no era tanto el tope, pero creo que este contexto social ha hecho que se incrementen en gran manera y abran las puertas a más investigaciones. Vamos comenzar, las preguntas son abiertas, pueden responder todos y las veces que deseen.

Gabriel Castro: Buenos días, a ver vamos a empezar el tema de Fake News nos ha impactado los periodistas en dos maneras no: primero personalmente porque estamos con una cantidad de chats, una cantidad de preguntas del entorno personal de "Oye me acaba de llegar esto y tienes que estar respondiéndole a todo el mundo, Vizcarrasale hoy a las 12:30" y por la idea de que los medios tradicionales supuestamente no van a morir. Porque finalmente tú recibes el WhatsApp, tú recibes el mensaje y ahí automáticamente es "oye este prende la radio, prende la tele no, o ándate a la web del Comercio o ándate la web de no sé de la República y confirma". Entonces creo que eso hace que te sigamos tendiendo vida, nos dan por muerto, que muy pronto vamos a morir y creo que no es así, nos tenemos que adaptar, pero no es que vayamos a morir, ese es mi primer análisis de lo que ha generado el Fake News.

Juan Carlos Gambini: Sería bueno digamos delimitar dos ámbitos de la noticia falsa las primeras que son digamos divertimento e inocuas que no causan ningún tipo de problema reacción social, y las otras que sí, que están hechas con un fin de crear miedo, desear pánico, zozobra de desinformar a la gente que están hechas con malacon mala intención. Y que ahora felizmente en esta coyuntura incluso se ha creado una normativa legal para castigarla, eso no existía antes, eras libre, tú podías poner cualquier cosa en internet y como noticia que era falso que podía crear algún desenlace social y no pasaba nada. Ahora por lo menos a raíz de esta coyuntura se ha creado castigo para eso y se está persiguiendo a las personas y tratando de detectar aquellos que hacen eso, es algo positivo que ha nacido en esta coyuntura especial que estamos viviendo.

Moderador: Hemos preparado las preguntas que son en base a categorías y subcategorías. Justamente lo que decía el señor Juan Carlos, hay leyes por primera vez en Perú, pero en otros países ya se habían puesto leyes, pero por este contexto pienso que es muy bueno que ese tipo de leyes puedan ayudar a nuestro país y sobre todo nosotros, bueno a ustedes periodistas y próximamente a mí.

1. ¿SERÁ LA POLISEMIA DEL LENGUAJE CULPABLE DEL CRECIMIENTO DE NOTICIAS FALSAS EN INTERNET?

(13:05 min) Por si la duda polisemia se refiere a la dualidad de significados.

Juan Carlos Gambini: no creo, no creo, porque en realidad yo creo que con lo que decía antes, respecto a las dos intenciones, que pueden crear una noticia falsa. Una para divertir que básicamente la noticia falsa y solamente es la intención de divertir. La otra la intención verdadera es desinformar, crear un caos, pero en las dos hay unaintención. La polisemia de seda casual yo digo una cosa, pero como esa palabra o esa frase puede tener varios significados algunos entienden de una manera y otras de otra manera, pero es totalmente natural, casual en este caso, yo creo que hay una intención directa de eso, para divertir con una noticia falsa o querer crear un daño, un caos social. Pero, es intencional finalmente no sé qué piensa usted.

Karina Reynafargue: Estoy totalmente de acuerdo contigo Juan Carlos. Porque en realidad yo pienso, por ejemplo el panfleto todos estos periódicos virtuales que son fake news, voy a qué son creados intencionalmente, incluso todas estas noticias son difundidas en redes sociales de manera intencional y no solamente hablo del Facebook, el Instagram, el Twitter; también hay cosas que te llegan ahí números de teléfono que usa específicamente para mandarte noticias falsas por WhatsApp, ya le debe haber pasado a ti, a los dos estoy segura, haber pasado que les llega por WhatsApp una noticia que es falsa, a mí me ha pasado, por ejemplo: en el tiempo de los huaicos nos mandaban fotos de casas que se notaba que se iban a caer, hemos llegado a la zona llamado al teléfono y decían “no que me lo pasó un vecino, que me lo pasó el otro”, total la casa no existía, todo eso en realidad era con intención y pueden haber palabras que se pueden confundir, si sucede. Pero eso que eso se aclara muy rápidamente en redes, porque la noticia cuando alguien la quiere

comprobar vuela, es incluso más rápida que nosotros, que todo un aparato de prensa para comprobar una

noticia, otra en cambio es una noticia falsa, de hecho, que es con intención Yo sí de verdad pienso igual que Juan Carlos.

Renzo Salazar: Hola, me presentó. Ahora hay un mundo del Fake News, que hasta hay variaciones, también se puede clasificar a los fake news. Por ejemplo, así como decía Karina existe el panfleto, última noticia, que por lo menos ya tienen una línea y dentro de lo que es su campo el fake news, tienen un estilo y se sabe en qué momento están jugando con la realidad. Ahora está también el otro lado de que ahora todo está monetizado en redes sociales y cualquier vídeo, cualquier publicación que tenga más interacción con el público no importa qué tan cierto sea lo que está compartiendo, pero lo que interesa es ese algo que llame la atención y que genere esa interacción con la gente no; entonces, un video con más vistas no interesa de lo que sea, pero va a seguir generando ingresos para quién o quiénes están detrás de todo eso. También existen esos medios que se dedican a eso, pero por lo menos mantienen un estilo dentro de lo que hacen porque sus videos deben ser viralizados.

Carla Patiño: la polisemia de lenguaje no tiene mucho o sea no influye mucho en el hecho del crecimiento de la difusión del fake news porque definitivamente la velocidad de las redes sociales ahora es increíblemente veloz. Entonces un tweet, una publicación de Facebook publicado con un fake news va a volar mucho más rápido que una noticia real no, una noticia real va a demorar la vida en que llegue y necesitamos prácticamente todos los canales de comunicación para que llegue y que informe a la gente como debería ser, mientras que un Fake news, la velocidad en la que llega la información a las manos de las personas es otra no, justamente por el hecho de la desinformación que tiene como objetivo en mucho de los casos, en otros casos como dice Juan Carlos también puede ser un distractor, algo mucho más de humor no. Visto desde este punto de vista, para el gobierno está bien complicado, porque siempre en la mayoría de casos se trata de temas políticos, se tiene un trasfondo político el hecho de la publicación de un fake news que ataca directamente al gobierno, si nosotros tratamos de publicar algo que esté a favor y que estemos constantemente recordándole a la gente, ponte

el lavado de manos no, en ese mismo mensaje y en esa misma línea siempre, pero aparece un fake news que te dice “que no que ese lavado de manos no sirve” esa publicación va a volar mucho más rápido,

iba a ser mucho más complicado para nosotros, tú ya has visto todos hemos visto las publicaciones con las franjas de “falso” no, que se ha viralizado mucho más rápido, se ha propagado mucho más rápido esa franja ahora en tiempos de pandemia.

2. ¿DE QUÉ MODO LAS NOTICIAS FALSAS SON CAUSANTES DE POLISEMIA EN LA ERA DIGITAL?

(20:26 min) Como bien han dicho no, para ustedes o para algunos de ustedes, no tiene nada que ver la polisemia, tan solo con ser rápida cualquier información automáticamente si es que no está verificada se convierte en una noticia falsa, pero igual en la pregunta está abierta si alguien desea responder. Juan Carlos Gambini: No creo que calce el término polisemia en este caso, la polisemia es una mala interpretación de una palabra que tiene varios significados o una frase que tiene varios significados. En este caso, hay una intención manifiesta de crear algo, dar algo como cierto que no es verdad y en ese caso yo quería decir una frase: “la mentira muchas veces repetida se vuelve verdad” y es bien difícil después regresar sobre los pasos y aclarar que esa mentira que se cree verdad era mentira, ya la gente cree incluso que los estamos tratando de engañar, cuando en realidad estamos tratando de contar la verdad, y eso pasa mucho, es fácil diseminar una mentira que se crea verdad pero es muy difícil después aclarar que esa mentira es mentira, y no es verdad, aunque suene un juego de palabras, es más fácil hacer que una mentira sea haga verdad que desde decir la mentira .

Gabriel Castro: Estoy tratando de entender la pregunta y la paso a un tema estético a qué me refiero con esto, que de repente el fake news trata de maquillarse lo mejor posible para pasar a ser otro o tal vez verse como verdadero no, entonces de repente por ahí sí calce y el tema de la polisemia obviamente utilizan palabras, utilizan algún tipo de infografía lo más parecido posible y repito para ponerlo en un tema estético se maquillan de tal forma de que sean lo más creíble posible no, creo que de repente podría entrar el término de polisemia a tallar en esto que estamos conversando de alguna

forma.

3. ¿OPINAN QUE LOS DIVERSOS TÉRMINOS DE LENGUAJE EMPLEADO POR EL USUARIO ALTERAN LA INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN QUE VE EN INTERNET?

Karina Reynafargue: La onda va por el hecho de que quiere saber si es que puede haber un mal uso de lenguaje y esto tergiversar el entendimiento de una noticia o de alguna publicación, pero mi punto de vista es que en realidad y era lo que te decía anteriormente es que rápidamente estas cosas se aclaran ahora en redes, o sea es como: “será” con tilde o sin tilde, no sé o “papa” o “papá” no, es rápido eso, se aclara en un segundo o sea ya también porque siento que la gente está acostumbrada a que pueda haber una falta ortográfica o ese tipo de cosas que hay muchísimas en internet y entonces eso no creo que sea el punto de mala interpretación o decir chévere “causa” o decir causa y que piensen que estamos hablando de un plato, yo la verdad es que pienso que ese tipo de cosas se aclara muy rápidamente en redes y no necesariamente pueden generar un problema de entendimiento es lo que yo veo, lo que yo pienso.

Gabriel Castro: Podríamos pasar al tema de la estafa, justo por ejemplo juegan con este tema del “bono”, pero cogen y no ponen bonos y no ponen “bonus”. Pero obviamente y ahí Renzo ha dado un punto muy importante, yo no la había visto el tema monetario, mientras más veces esto corra más plata van a recibir estos facinerosos, y claro con la desesperación a veces de repente la palabra “bonus” la lees como “bono” y le das clic y te ensartas y te estafan, quizás ahí sí podríamos hablar del tema del detenimiento de tener que leer correctamente algún mensaje. De repente los que han estudiado un poquito de psicología o le han puesto más atención al curso de psicología en la carrera saben de este tema de la ruta central y de la ruta periférica no, a que me refiero con esto hay muy pocas personas que utilizan la ruta central que es el tema analítico no, “vamos a darle este contenido real a la persona”; muchos de nosotros utilizamos el atajo ¿cuál es el atajo? el tema periférico, el tema emotivo. Oye imagínate una persona humilde lee esto automáticamente le va a dar clic, hay

otra cosa que medi cuenta es “quédate en casa” el hashtag y cuando la página web del gobierno es “yome quedo en casa”, entonces imagínate lo que es para Carla estar repitiendo esto todos los días de verdad es agotador y hasta da pena porque justamente juega con la desesperación, juegan con justamente con esa persona que no tiene el nivel de educación que se sienta a leer sino que es el tema emotivo “oye mira ahora me están hablando a mí”, le doy clic y caigo no, ese es el problema.

Karina Reynafargue: sí yo también pienso que por ahí puede haber un montón de ejemplos claros si hablamos de estafas, por ejemplo eso que te llega de haz clic aquí para ganar no sé de tu banco del banco con el que tú trabaja y ahí sí eso sí pasa no, ahí es donde hay que leer pero yo no he visto muchas noticias que se malinterpretan información, que se mal interprete por una palabra, lo que sí he visto claro como dice Gabriel es el tema de las de las estafas, eso sí hay un montón puntualmente.

4. ¿DE QUÉ MODO LA CARENCIA DE SINTAXIS DEL CIBERNAUTA INTERRUMPE LA NOTICIA INICIAL?

(29:20) Juan Carlos Gambini: sintaxis tiene que ver con la escritura y yo aquí hablaría de un problema de comprensión lectora, más que de sintaxis, con lo que decía Gabriel, muchas veces no vamos a interpretar y voy a poner un ejemplo para que se entienda lo que estoy diciendo: hace unos días circula una noticia que incluso venía como una captura de pantalla de algunos medios de comunicación de ATV y Latina, con un con un cintillo abajo que decía que sea “delfines aparecen en el río Rímac” y eran los delfines blancos de la Amazonía hacia decía la noticia, que habían nadado desde la Amazonía hasta el río Rímac, entonces uno que conoce un poco de geografía alto que hace un análisis, es imposible que un delfín nade desde la Amazonía hasta el río Rímac, no hay conexión entre uno y otro, esa noticia es falsa, pero mucha gente la replicó y no se habían dado cuenta de eso, ya muchas veces la gente no tiene ganas no lo hace por flojera intelectual digámoslo así y no lee, no interpreta más allá de lo que está leyendo, mejor dicho, entonces réplica eso sin darse cuenta y no necesita ser un gran leído ni nada para interpretarlo porque yo vi esa noticia replicada en amigos del colegio que son profesionales y que han estudiado en la Universidad y lo replicaban sin pensar. Muchas veces

la gente ni siquiera lee, solo lee el encabezado y lo replican y se empieza a generar esta cadena de desinformación, hay ahí creo una flojera intelectual en interpretar las noticias que abiertamente son falsas porque son imposibles sencillamente.

5. ¿DE QUÉ MODO AFECTA QUE EL CIBERNAUTA NO PERCIBA LA INTENCIÓN DEL AUTOR EN LA INFORMACIÓN QUE LEE EN INTERNET?

(32:12) Juan Carlos Gambini: Yo respondo rapidito para no acaparar la conversación, eso es básico, el que replica una noticia falsa es porque no intuyo no vio la intención que había ahí y la tomo como verdadera.

Gabriel Castro: el ejemplo de los delfines, lees los encabezados y lo peor de todo es que lo haces tuyo no, desde que tú compartes algo te vuelves parte de eso y eso es lo peligroso. Como decía Carla el tema de virilizarlo porque claro dependiendo a qué grupo social pertenezcas, con cuánta credibilidad tu tengas en este grupo, tu compartes algo y dice “oye si él lo está diciendo es correcto”, entonces empieza y la ola y la ola y crece la ola y eso es peor todavía.

Karina Reynafargue: en defensa de todos los que compartieron lo de los delfines, yo te digo, lo que pasa es que también ha sido como que una mezcla de sucesos extraños los que nos trae obviamente esta situación, como por ejemplo las gaviotas en agua dulce no, los mismos delfines en la costa verde, entonces ha sido como “manyas”, a mí me paso, yo tengo un amigo camarógrafo que ustedes también lo conocen, Mario Tarazona y Mario colgó en su Facebook un día después de lo que salió sobre los delfines, Mario cuelga en su Facebook : “oigan estoy en el río Rímac, miren, sigue cochino, es mentira déjense de inventar tonterías”, incluso él ha ido con su drone a sacar imágenes. Ustedes saben el cholo en one quiso captar las imágenes y era mentira. Entonces éste el tema va un poco por ahí no, que de hecho también es si se van juntando los sucesos, que piensas tú en ese momento y es lo que mucha gente. Esta gente que fabrica fake news aprovecha la coyuntura no, es como que no sé, puede ser se enfermó el primer Ministro con coronavirus y entonces es verdad o ponen Donald Trump con coronavirus, lo replicas porque digamos que en ese momento es creíble no, en ese momento tú te la crees

pucha sí, esto es posible no, justamente porque si es posible que Donald Trump tenga coronavirus ya que ha caído pues mediomundo con el coronavirus no, pienso yo que por ahí va y entonces cómo aprovechan la coyuntura, cuán importante es que la gente que está leyendo o qué malinterprete pucha, obviamente ese es el ejemplo más claro no, finalmente creas un reguero de pólvora y bum haces de un fake news una noticia internacional.

Renzo Salazar: Igual también es el lenguaje ahora digital también es o sea es muy distinta la forma en la que nos comunicamos ahora no, y las formas como corroboramos esa información ejemplo, a lo que voy es que de la era digital ya cuando las personas te ponen un link y un encabezado llamativo lo más probable es que la gente le dé para comprobar el encabezado, pero ahora lo que sucede que estamos en una era en la que prueba de algo tiene que ser un pantallazo, entonces la forma también de comunicarnos o la forma también que utilizan estos fake news este creo que se basan en eso no, en el pantallazo en la prueba inmediata que necesita la persona cada vez que quiere comprobar algo, "mándame un pantallazo", entonces se aprovechan del diseño incluso, eso de los delfines salió, eran tres imágenes con la letra igualita pero el logo: uno era de Latina, otro era de Panamericana, otro era del 9, o sea, la fuente que habían usado en la letra en las tres imágenes eran las mismas, la calidad de la franja de abajo también era la misma, la gente como decías en la pregunta, como harían para que no se den cuenta, se están aprovechando de esta prueba no, que la gente pide ahora que es el pantallazo y ya no investigan más, ya vieron el pantallazo y con eso creen. Eso ocasiona que lo crean y lo compartan. O en todo caso ir hasta el lugar volando, pensando que vas a encontrar la primicia y no hay no, todo lo contrario. Como decía Juan Carlos, tener unos conocimientos mínimos de geografía no, o sea, te das cuenta que es imposible que los delfines lleguen allá, bueno obviamente antes de que se termine de leer la noticia o las letras ya te das cuenta que es falsa, pero para otras personas todo es tan visual ven el pantallazo y punto.

6. ¿CREEN QUE LAS NOTICIAS DIFUNDIDAS EN LAS REDES SOCIALES SON CONTRASTADAS POR PARTE DEL INTERNAUTA?

(38:47) TODOS: No, la mayoría de casos no.

Karina Reynafargue: yo creo es más, o sea, a mí me ha pasado y les debe

de haber pasado a muchos de ustedes cantan tanto a los periódicos como en los canales de televisión que te mandan una noticia de WhatsApp y te dice la persona “señorita que paso esto”, no sé si se acuerdan del caso de Huaycán que era esta leyenda de los “pistachos”, que supuestamente había habido niños y esa noticia terminó con dos personas casi linchadas en la comisaría de Huaycán, que eran dos encuestadores, me acuerdo clarísimo, yo estuve en el lugar, es más, o sea, a mí un patrullero me tuvo que subir a un carro porque decían que ATV que había dicho otra cosa y no era cierto, porque yo estaba al aire y yo le decía “señora yo no he sido”. O sea, era una intención

de simple y llanamente levantarse la comisaría porque era lo que querían, levantarse la comisaría, amparados en una en una leyenda falsa. Entonces, mucha gente que quiere creer eso o le pagan por creer eso y mueren creyendo eso porque les dieron 50 soles, porque eso pasó, eso pasa no, o si viene me escribes al WhatsApp y te dicen “señorita mire”, ¿señora esto es verdad? o “señor ese video es pasado”. Como por ejemplo ahorita pasa mucho en tiempos de cuarentena de pandemia pasa mucho quiete mandan “esta señora está tirada en el piso y tiene coronavirus” y ¿cómo sabemos que es coronavirus? ¿cómo sabemos que es covid-19? ¡Porque tose! ¿ya?, a mí me han mandado en las últimas dos semanas por lo menos a cuatro muertos, cuatro fallecidos, de verdad que en paz descansen, que no eran por covid-19 un señor fue por un paro cardíaco, acá en los Olivos, muy cerca a mi casa, que era como “si estamos seguros y miren los protocolos”, o sea, con decirles que me ha pasado algo muy chistoso, mi mamá sufre de laberintitis, llamamos a la ambulancia para que vengas a inyectarle por los mareos y la vecina grabo un video y se lo mandó a otra vecina “amiga en la casa de ellos hay coronavirus y mi amiga me lo reenvió” y me dice Karina mira lo que están diciendo y yo, o sea, nada que ver, no estamos contagiados, ni nada. Pero eso pasa y yo seguro que ha ustedes le ha pasado.

Juan Carlos Gambini: lo que decía antes una mentira se convierte en verdad y después es bien difícil que la gente crea que es mentira. Como decía Karina lo de Huaycán, ahí murió gente, ellos creían en lo que querían creer.

7. ¿OPINAN QUE LA FALTA DE VERIFICACIÓN DE INFORMACIÓN

OCASIONA EL AUMENTO DE NOTICIAS FALSAS EN LAS REDES SOCIALES?

(42:42) TODOS: Sí.

Juan Carlos Gambini: Incluso muchas están diseñadas para que con verificación sigas en el engaño, te doy un ejemplo que paso en el canal, le paso a una productora que era muy buena, muy rigurosa en la verificación, claro, no tiene nada que ver con el coronavirus, pero sirve de ejemplo, mandaron al WhatsApp del canal unas imágenes que en el Hospital de salud de Comas “Sergio Bermeo”, un video donde dos personas estaban teniendo sexo dentro del hospital y ahí decían que el hospital era un caos y que el Director no hacía nada.

Karina: Déjame complementarte, mandan el video de las personas teniendo relaciones y otro video de los pasadizos de un hospital, ya no sabemos si era ese hospital, con gente tirada en el piso, entonces eso fue lo que daba de pensar.

Juan Carlos G.: Esta chica verificando la información, llamo al teléfono del cual habían enviado esa información y le respondieron: “sí, yo soy el miembro del sindicato y eso es lo que está pasando”, bueno, noticia confirmada y la pusieron al aire y era falsa, esas imágenes eran de Centroamérica, de otro año, no tenía nada que ver con el hospital, y esa situación le costó el puesto a esta chica. Porque Es salud salió al día siguiente con un comunicado, indignados porque se estaba malinterpretando. Incluso, cuando uno intenta confirmar hay noticias falsas muy bien está bien armadas que te llevan al error y finalmente esa es la intención que caigas en el error.

Carla Patiño: Estoy de acuerdo con todas las respuestas que dan, porque definitivamente es así no, vivirlo desde adentro también es tal cual, por ejemplo cuando mencionaron lo de la noticia falsa que dijeron que la ministra estaba con covid porque había llegado de un viaje, también luego salió corrió la voz por allí que el presidente estaba contagiado y muchos de ustedes de nuestros compañeros llamaron y consultaron y preguntaron “oye es cierto esto, esto es cierto”, entonces esa línea directa que se tiene por lo menos puede corroborar que la información sea verdadera o no, tanto que el mismo presidente luego en las horas en la misma conferencia de prensa, él dijo que no tenía síntomas

y que no sabía no era necesario que se haga la prueba porque no tenía síntomas de que no tenía el virus. Pero a ese nivel de información es que llega las fake news, es que llega la noticia no, tanto que nosotros desde aquí también tenemos una chamba bien complicada porque no solamente llegamos noticias del fake Bono sino también las noticias de la cantidad de policías que están infectados y eso genera una desinformación en la gente que los hace ponerse un poco más paranoico, la falta de verificación definitivamente es un plus allí no, porque es que la gente no, tiene flojera de corroborar la información y espera de que los periodistas básicamente nuestro trabajo no. Pero espera que diga vamos a esperar a que esté MINSA diga que es cierto o que no es cierto, entonces justamente ustedes que están más en contacto con ese tipo de noticias tengan que resolver el tema y decir “no esto es mentira” y “eso es falso”, y así se va a ir viendo el tema del fake news

desde aquí. Lo de las redes sociales como la última pregunta no, cómo se podría reconocer una noticia falsa en redes sociales, por ejemplo, como decía Renzo las noticias, esta noticia de los delfines fue bastante visual, primero lo que pensé fue justamente de ¿cómo puede venir un delfín de la Amazonía? y ahí dije o hay forma, luego después de ver eso, después de ver estas letras no coinciden en nada con el borde, con la franja que normalmente se ponen, las letras estaban sobrepuestas, se notaba visualmente que era una noticia falsa, encima un señor parado en medio del río dirigiendo a los delfines, visualmente era mala y sale “hombre juega con delfines”. Una forma de reconocer la noticia falsa, es una forma visual.

Karina Reynafargue: lo que yo te quería decir volviendo un poquito al tema anterior que estás tratando hace dos o tres días no, vi que Palacio tuvo que mandar un pantallazo con el WhatsApp, este ya sabía antes de que el presidente anunciaba que se alargaba la cuarentena un día antes, ya habían pasado un WhatsApp que ya bueno sigue el consejo de ministros pero ya se dijo el WhatsApp así como de alguien de dentro de Palacio que supuestamente y a mí me llegó como en 4 chats y yo les decía no está confirmado, no está confirmado, yo estoy en chat con los periodistas de Palacio, no es cierto. Además, no tiene sello no, y yo y me pasa con colegas que me mandan no, y me dicen “Karina esto es cierto” y yo “oye somos

comunicadores lo mínimo que tenemos que hacer es investigar”.

Carla Patiño: Si, es cierto. Ahí habido una reunión ahora ultimo con editores, que han tocado justamente esos temas, porque el grupo de periodistas oficialmente acreditados están un WhatsApp y eso es mucho más fácil de falsear la noticia, tú mismo haces un print de pantalla del WhatsApp lo metes al Photoshop, cambias un par de palabras y lo vuelves a mandar como un print de pantalla y ya se hizo una supuesta “noticia real”. Pero como dice Karina se tiene que corroborar la información con una fuente oficial y siempre se ha tratado de decir que por lo menos a la gente en general, se trata de decirles que corroboren las fuentes oficiales que están del Gobierno, de cifras, sino también de datos mayores que están sobre los bonos y todo eso. Habido también problemas con lo de los mercados que supuestamente había mucho “desabastecimiento y como posible” y llegarán noticias de la misma forma cómo llegaban, a mí me llegaron un montón de WhatsApp que decía “en este mercado

está ese desabastecido” y había otra lista que decía “en este mercado están infectados” y una lista gigante de mercados que decía que “están infectados” y corroborando la información, o sea, en realidad no, no, estaban infectados todos los mercados que mencionas, sólo que la gente ya está llegando a un nivel en el que no quiere, o sea, es un nivel de paranoia demasiado grande y obviamente se entiende porque la situación es grave, la situación nosotros nunca la hemos vivido. Pero para esto habría que corroborar la información directa con la fuente oficial no, es lo que siempre se trata de decir, es un fallo que a veces los periodistas tenemos, porque es como que también ya la periodista está de salud no, que hace una publicación sin corroborar la información a la fuente oficial de salud y allí terminamos fallando nosotros.

Gabriel Castro: La pregunta es ¿cuándo sera el privilegio de poder levantar el teléfono y qué tengamos esta información de primera mano? y como decía Juan Carlos no, también lo decía yo, el tema de no querer hacerlo, vemos la noticia y la pasamos, entonces ahí también hay otro tipo de problema.

Juan Carlos G.: Los periodistas juegan con nuestros sentimientos no, porque finalmente el periodista siempre quiere una primicia y se la lleva una noticia fuerte, también queremos que sea verdad no, porque bueno si es fuerte y la

podemos divulgar bien por otros, pero para nosotros, sí pues a veces gana eso no, en el caso del periodista porque caso de la población común y corriente llega y no tiene forma de levantar un teléfono para llamar a la fuente directa.

Gabriel Castro: Yo creo que si tiene forma, lo que pasa es que no le da para hacerlo me entiendes, o sea y ese es el tema yo creo que la gente tiene formas de hacerlo porque no me digas que el Gobierno no tiene plataformas para comunicarse, claro que tiene, el tema es que como bien decíamos hace un rato, la gente no tiene ganas de hacerlo y justamente está maquillada la cosa que dice: “ah sí, esto es cierto” y ahí también viene el otro tema que es el “prosumer”, para ya hablar de temas digitales, del consumidor que se vuelve productor, si tú estás en un grupo de chat y eres el “reconocido” del chat, así decirlo de una manera, y compartes ya pues, ya está, si este ha compartido, si este se ha vuelto en productor de algo que replicado, para el grupo va a ser suficiente no, y lo empiezan a ser viral y viral y viral.

Karina Reynafargue: Ahora por ejemplo cuando estaba hablando Gabriel y estaba hablando Carla me di cuenta de una cosa, sabes que pasa, es que, era lo que usted también decían, es cuando tú también quieres creerte lo que se dice. Juan Carlos lo que tú quieres que la noticia sea porque obviamente es un gol soltar una noticia así, es lo que aprovecha la gente y los estafadores y también los creadores de fake news. Cuando por ejemplo en ATV nos ha pasado por años que la gente te llama a decirte que han ganado un premio, es una camioneta Toyota Yaris 4x4 no, y no sé cuántos mil soles, les juro que ya estoy harta y ahora ya le respondo porque hasta amigos míos y respondo diciendo “¿usted ha participado en algún concurso?” “¡no!” “¿y entonces cómo pretende haber ganado un concurso en el que no participó?”, pero hay tanta necesidad no, hay tanta necesidad de saber si se alarga o ya se suspende la cuarentena porque todo el mundo está desesperado por salir de su casa, que la gente lo cree y es lo que pasa, lo que dice Gabriel ya no quieres comprobarlo, quieres que sea verdad, es igual a lo que dice Juan Carlos “wau es un gol si yo lo anuncié, si yo lo hago”, pero claro eso obviamente resulta siendo contraproducente y terminas fallando y terminas haciendo que Carla termine haciendo el comunicado que esto es falso.

8. ¿CÓMO SE PODRÍA RECONOCER UNA NOTICIA FALSA EN LAS

REDESSOCIALES?

9. ¿EXISTEN PLATAFORMAS QUE SE DEDIQUEN A CORROBORAR LA VERACIDAD DE LAS NOTICIAS EN LAS REDES SOCIALES?

(55:42) Renzo Salazar: yo sé de una pero no recuerdo ahorita el nombre, hay algunas páginas, muy pocas que funcionan en eso. Digamos, si has visto una noticia en cualquier lugar no necesariamente falsa éste o bueno pero tienes dudas basta con que pongas algunos datos algunos nombres y rebota un montón de fuentes confiables y te bota ahí en una barra que nivel tiene no, o sea, este sí es que es un medio que se caracteriza por fake news de gente caracteriza por informaciones de verdad, no recuerdo ahorita el nombre pero sé que si existe, porque justo hace unos dos días estaba viendo algo así, sobre eso, pero no existe en español, pero de que funciona si, está en inglés no recuerdo el nombre.

Juan Carlos: Bueno hay, en google tu puedes poner video o una foto y puedes ver cuál es el origen, puedes ver la fecha. A veces, llegan noticias con videos que

aparentemente son actuales y son pasados, ahí tu puedes sacar si es verdadero o falso, le das click ahí al botón derecho y ahí te puede dar la fecha, por ejemplo: esa foto es de 2009 y es en República Dominicana, donde se publicó por primera vez, allá entonces esto es falso.

Karina Reynafargue: O a la ausencia mortal también, lo que pasa mucho es como que “oye está pasando esto en redes sociales”, a mí me pasa mucho, en la mesa informaciones me manda a corroborar información no, o sea, es verdad que el río Rímac a ver anda, mira el río Rímac; o sea, eso pasa con todos los canales, nos ha pasado un montón de veces, encontrarnos a varios colegas por poner un ejemplo del río Rímac buscando el delfín a ver si es verdad, pero, o sea, es lo que finalmente tenemos que hacer porque es algo tan fuerte no, o te das cuenta que creció tan fuerte la bola en redes, sabes que a la gente le va a interesar saber si es verdad o no, esta noche en el noticiero. Entonces, a los que “ausencia mortal”, hacemos lo que nos mandan a buscar: la casa que se puede estar cayendo, el delfín el río o lo que vaya hacer.

Gabriel Castro: te acuerdas cuando ocurrió lo de las paradas que empezaron

a ver saqueo supuestamente en todos los mercados, era como que anda Magdalena anda Pueblo libre, era terrible y nos mandaban a todos lados.

Carla Patiño: Yo estaba buscando, pero es para verificar imágenes falsas, o sea, fotos falsas, y hay unas cuantas páginas que te permite averiguar lo y te dice los datos exactos del lugar, la fecha y la hora, hasta la metadata de la fotografía de dónde has tomado. A veces, eso es bastante útil para nosotros.

Karian Reyanfargue: Lo que yo hago cuando una noticia me parece un poco alucinante, que nos ha pasado en el canal, como lo que decía Juan Carlos de supuestamente dos doctores teniendo relaciones dentro de un hospital, yo lo pongo en Google, o sea, lo pongo, es como por ejemplo "sujeto arrancó oreja de hijo" y pongo el apellido a ver si sale al y me ha pasado, unas dos o tres veces, que es del año pasado, que es mentira y entonces como que, claro, de hecho me gustaría conocer más las páginas que ustedes están diciendo, pero ya por último no, entra a Google y más o menos jugar con nombres, apellidos, para saber si esto es verdad, lo que están diciendo no.

10. ¿CREEN QUE LA RAPIDEZ ES UN FACTOR QUE PROLIFERA LAS FAKE

NEWS EN LAS REDES SOCIALES?

(01:00:44) TODOS: Sí.

Gabriel Castro: Ahí yo quería hacer un hincapié, poner de ejemplo a la agencia Reuters, a mí me paso un caso muy particular. Cuando PPK se estaba voceando el tema de que, si declinaba o no, Reuters fue la única agencia que no dijo nada hasta las 2 de la tarde o sea una hora antes que PPK se pronuncia y la agencia Roy te confirmo a las 2 de la tarde y me parece impecable este ejemplo porque todos especulábamos a qué hora iba a hablar el presidente, que va decir, a qué hora va a salir, y la agencia Reuters no dijo absolutamente nada hasta las 2 de la tarde, o sea, una hora antes que PPK se pronuncie, la agencia Reuters confirmo a las dos de la tarde, y dijo todavía tenemos (en el twitter) dos fuentes que nos acaban de decir que el presidente PPK va hablar en una hora y va a declinar, y fue como que todos le creímos Reuters y después yo decía y porque le terminamos creyendo a esta agencia y ahí me surgió el bichito de investigar el origen de Reuters, resulta que Reuters es una agencia que nació dando datos económicos, no periodísticos. Entonces, éste

origen de esta agencia de dar datos económicos la hace creíble porque imagínate darle una empresa un dato erróneo económicamente que apuesta en la bolsa no sé yen 10 mil, 15 mil millones de dólares la traes a la quiebra. Entonces, creo que ese origen de esta agencia hace que se equivoquen poco y te soy honesto, yo sí, soy uno de los fans de la agencia Reuters por justamente eso, y aquí viene un poco el tema de que si nos engloba a todos, no hay que caer en el que primero da la noticia sino en el que da la noticia correcta y a veces el "like" a veces el repost gana no, y lamentablemente no sé si la palabra suena muy fuerte, pero prostituimos esto no, porque este oficio, este antiguo oficio quiere más dinero, a veces nosotros queremos más likes y es casi lo mismo y nos terminamos equivocando.

Juan Carlos: Además, creo que se ha generado un trabajo extra, verificar una noticia entre tantas falsas es una chamba que no queremos hacer o nos da flojera hacer, hay que estar verificando cada una de las noticias, miles y miles de noticias, antes teníamos que verificar cuando no existían redes sociales, una o dos noticias a ver si eran verdaderas o no, ahora son miles de miles, es un trabajajo.

Karina Reynafargue: Una cosa puede ser tan simple "ay sí, entrar a internet a mirar" y

otra es como te dice Gabriel y es lo que nos pasa en la calle, "anda y mira si está el delfín", "anda y mira si están saqueando el mercado", te juro que a veces yo no sé qué desear, si desear que estén saqueando el mercado, porque ya sabes que si están saqueando el mercado te tienes que quedar y comerte la piedra, el palo, el gas lacrimógeno y todo. Es como que, oh por Dios, por favor que no estén saqueando el mercado, pero si no hay nada dices que "ojalá que lo saquen" y también piensas "que estoy deseando", peor pasa. Te pasa eso y es súper terrible, es terrible tener que ir y preguntar se murió su hijo, porque es como "el paciente tal" como pasaba en el caso de Villa el Salvador. Hay cosas buenas como el mercado, pero hay cosas súper crueles como lo que pasaba en Villa el Salvador, como que dicen se murieron todas las víctimas de Villa el Salvador y es como que ¡Qué!, "a ver, llámale a la señora o tu que estas en la zona, pregúntale si su hijo se murió" y tienes que comprobarle y cómo vasa decirle a una mamá "¿oiga su hijo se murió?", eh tenido que comerme cosas,

así como que “señora su esposo está bien” y que te diga “si, está mejorando”, “ok, ya ya, gracias” porque no le vas a decir a la señora que le llegó la noticia que su esposo se murió, eso pasa, pero te lo tienes que comer porque estas en la calle y esto pasa por las noticias falsa y exageradas. Me acuerdo que había una familia, que eran cuatro hermanitos que estuvieron en emergencias pediátricas y a nosotros nos llegó que habían muerto los cuatro, pero lamentablemente cada uno de ellos iba falleciendo cada una semana, si fallecieron, pero me acuerdo el primer día, busco a la mamá para saber si esto es verdad, y obviamente la mamá esta con el dolor de tener a tres de sus hijos en UCI y yo le tenía que preguntar “señora como están sus hijos” y me dijo “no, no es cierto” y yo escribiendo “no, no es cierto”. Pero, estas cosas pasan y el tener que comprobarlas in situ es más fregado, más difícil y más duro, hasta a veces cometer imprudencias, in situ es bien difícil.

Renzo Salazar: Ahora, tu hablabas Anais de la inmediatez que efectivamente pueda ser un problema, que, si es un problema, porque estamos en la era de la inmediatez en los medios, pero hay programas que tienen que esperar a salir en vivo o las que tienen que esperar cierto horario para salir en vivo, o en la misma radio también necesita esperar cierta hora para salir en vivo, pero los medios digitales pueden salir en cualquier momento y se pelean por quien sale primero, también las webs no, todas

las webs, no solamente de medios digitales, sino de los mismos diarios de las mismas radios y todo, se pelean también porque la nota sale más rápido en google y al final si la nota salió primero y más rápido y todo, cada vez que pongas en google va a ser en ese momento la que salga primero, y eso también es ahora un problema con las webs no, hay diarios que sus webs están bien alimentadas y hay esta nueva forma de actualización o como decía Gabriel esperarse un poquito al estilo Reuters y sacar la información ya corroborada y todo, pero en esta era en la que todos se pelean por quien sale primero es muy difícil, que todos hagan un trabajo calidad y no inmediatamente.

11. ¿LA INMEDIATEZ REQUERIDA EN LAS REDES SOCIALES HA OCASIONADO LA PAUPÉRRIMA ELABORACIÓN DE LAS NOTICIAS

EMITIDAS POR LOS PERIODISTAS?

(01:08:58)

Gabriel: Una pregunta un poco fuerte no.

Karina: Yo no considero haber hecho una noticia o un enlace de forma paupérrima, pero si es que a lo que te refieres es que tenemos que sacar algo a golpe, si se saca algo incompleto, si pasa, las redes te obligan, pero no considero que podamos calificar un enlace o una nota o lo que sea paupérrima, porque a veces es lo que tienes y con eso tienes que armar, porque la noticia no da para más y tienes solo dos o tres elementos para contar, por más que averigües o te pases las ocho horas del turno en el tema.

Gabriel: Comparto lo que dijo Renzo quien había respondido la pregunta de la inmediatez, esta desesperación por ser el primero, a veces hace que se cometan muchos errores.

Juan Carlos: Y a veces los errores se disfrazan con esto y esto puede ser peligroso, pero lo usamos mucho hay que reconocerlo, ha aparecido esta noticia la damos así al aire, pero no está confirmado vamos a confirmarlo, pero ya la diste finalmente, y después ni siquiera tienes que rectificarte porque vas a decir "bueno dimos esto, pero es falso lo vamos a confirmar y lo hemos confirmado es falso". Entonces, a veces jugamos con eso también, al borde de la línea.

Carla: Desde el lado del gobierno la inmediatez es diferente, porque la información se maneja de otra forma, y conozco el tema de cerca de lo que están haciendo mis compañeros, como comento Renzo lo de la inmediatez, pero desde el otro lado es diferente porque nosotros podemos esperar un poco más, ponte para soltar la nota oficial o podemos esperar un poco más para soltar el flicker de fotos porque somos la fuente principal. Entonces, necesitamos ponte una conexión inmediata de la conferencia de live ponte en Facebook live pero esa nota de prensa el producto que viene después puede esperar un poco más, no necesita ser tan inmediato. Pero sí ponte en un tuit cosas así definitivamente se maneja la inmediatez, pero obviamente este tema de la inmediatez ha generado muchos problemas en la elaboración de noticias y que luego se convierte, yo creo, en unos casos en fake news pero no necesariamente porque este mal elaborado una noticia es que sea un fake

news.

Gabriel: Lo que dice Carla es interesante porque hasta deben aguantarse de decir, justamente para que más bien a ellos les conviene de repente estoy haciendo una conjetura, pero de repente este les conviene más bien que esto se propague para justamente okay ahora el poder de la información la tengo yo y es mejor aguantar para que cuando yo salga todos se enteren de una vez. Entonces es un tema estratégico, bien interesante estar del otro lado.

Carla: esta es una estrategia de comunicación que se maneja mucho allí y éste es un acuestión un poco más de manejo de temas, de manejo de criterios y manejo de tiempos no, esto es un conjunto de cosas y obviamente también la aprobación del presidente que es absolutamente, nosotros no sacamos nada sin la aprobación de él. A veces, tenemos una noticia y ya vamos a salir, y viene alguien y dice no, el presidente ha dicho que no va a salir y ya te quedas con la noticia, con todo el paquete armado y obviamente ya no puedes hacer nada.

12. ¿LA ESCASEZ DE FILTROS EN LAS REDES SOCIALES SON UNA VENTANA ABIERTA PARA LAS NOTICIAS FALSAS?

(01:14:12)

Renzo: Aunque en la web existe ahora este check que te avisa si ese sitio web es de confianza y todo. O sea, lo de las fotos es en Facebook, que es prácticamente como un google ahora, igual te bota eso, ese check de confirmación.

Karina: Claro, si, obvio, al peruano le gusta consumir el morbo, obviamente el hecho de que facebook no te ponga ningún límite, tu puedes subir lo que desees, como decíayo “una cabeza sin ojos”, por ahí puede llegar un momento en la que te obligan a sacarlo, pero hasta que eso llegue, tu fake news ya llego a todo el mundo. WhatsApp no tiene límites, a mí me han llegado unas imágenes que son realmente too much, es como que ya no puedes ver más esas imágenes y las tienes que borrar, pero obviamente, eso hace que se difunda. Hay mucha gente que quiera verla. A mí me ha pasado que me preguntan “tienes el muerto”, porque sabes que no lo van a poner en televisión, porque televisión si tiene un filtro, y te dicen “a ver, pásamelo”. Me ha pasado una señora víctima de feminicidio con un balazo en la cabeza dentro de la

casa y viene la vecina “señorita dice que la han disparado en la cabeza”, y les dices si hay una imagen de eso, se te escapo y te dicen “haber usted la tiene, haber muéstrémelo”. Yo que detesto ese tipo de cosas y digo “para que”, “necesita ver una cabeza sangrando”. Por eso estas fake news vuela tan rápido, porque a la gente le gusta el morbo, en Perú mucho más, pero no hemos inventado la pólvora. Pasa obviamente porque no hay filtros.

13. ¿AL NO HABER FILTROS EN LAS NOTICIAS EMITIDAS POR REDES SOCIALES SE DISTORSIONA LA OPINIÓN PÚBLICA?

(01:18:12)

Juan Carlos: yo creo que sí claro, cuando una noticia es falsa se propaga, se está distorsionando la perspectiva que tiene la gente sobre ese tema no, por mucho, yo creo que sí.

Carla: el objetivo de la fake news es distorsionar la opinión pública, yo creo que no necesariamente, porque la opinión pública la creas tú, es una opinión propia, porque ya tienes tú ya una idea, al menos de que en el camino, obviamente tu opinión cambie, pero la distorsión yo creo que estaría más ligada al tema de la información ya no el tema de la opinión.

14. ¿SI EN EL FUTURO APARECEN FILTROS DE NOTICIAS EN LAS REDES SOCIALES SE PODRÁN CONTROLAR LAS NOTICIAS FALSAS?

(01:19:28)

Gabriel: es un poco lo que Juan Carlos decía acerca de estas estas normativas estas

leyes que acaban de salir para para delimitar este tema para sancionar las redes las noticias falsas o sea correcto sale la noticia pero hasta que actuó en la ley hasta que se cree la denuncia hasta que se haga el proceso es demasiado tarde y como también se iba Karina, o sea, tú mandas la foto alguien de Renzo alguien le tomó un screenshot y ya te dejó de pertenecer o sea esos 30 segundos esos 10 segundos que pusiste el mensaje en el grupo de WhatsApp y que después lo borraste ya fue demasiado tarde, porque alguien ya lo tiene.

Juan Carlos: salvo que hipotéticamente se cree un departamento en cada una de las redes sociales facebook, Twitter, Instagram, etc, que filtre la información

antes de que tú, antes que aparezca en el aire, ya te la hayan filtrado para ver si es verdad o falsa, eso es imposible sería un departamento demasiado grande y pesado.

Gbariel: se me ocurre la Inteligencia artificial, estos robots que de repente antes de que pase al ciberespacio tu mensaje está Inteligencia artificial, obviamente con un montón de códigos y de coordenadas digan “oye esto si no podemos dejarlo pasar”. Renzo: Análisis de este filtro de esta censura para que ya existe en cada vez que alguien sube fotos de gente muerta que si yo no estoy seguro si ese filtro no sé es automático o es porque el mismo sistema reconoce de repente, así como como contenido delicado en la misma gente que de repente lo denuncia porque realmente es muy fuerte, pero también creo que la de sociales tiene un equipo de gente que está viendo qué contenido se publica y sobre todo cuando se hace viral. Ahora lo ideal sería que un grupo de periodistas bien organizado estén siempre atentos a las redes sociales todo el contenido y de repente ellos podrían ser hasta un medio de confianza que te diga sabes que esa noticia “si es verdad, esta no”, para adaptarnos a esta época. Porque antes para la gente buscar una tribuna para ser escuchado era muy difícil, pero ahora en las redes sociales, puedes ser abanderado en dos minutos, y ya dio la vuelta al mundo y quien puede controlar eso, por ello lo ideal es que haya gente chambeando en eso, y también periodista trabajando en ello.

15. ¿CREEN QUE EL USUARIO DIGITAL HACE USO DEL PENSAMIENTO CRÍTICO AL MOMENTO DE RECIBIR UNA INFORMACIÓN?

(01:24:04)

Juan Carlos: No, pero puede ser la minoría.

Karina: La gente critica todo, me han pasado noticias, foto y todo, con denuncias falsas, con veinte mil comentarios, y abajo uno poniendo “ya se comprobó que esto no es cierto”, pero igual si pasara está mal. Igual y con lo que ven en televisión no hay criterio de parte del usuario, creo que los peruanos somos muy emocionales, dejamos llevar nuestras emociones antes que el criterio para pensar de que se trata o que es lo que realmente sucede, tal y tal cosa.

16. ¿A QUÉ SE DEBE QUE EL USUARIO DIGITAL NO VERIFIQUE O CONTRASTELA INFORMACIÓN QUE LEE?

(01:25:20)

Juan Carlos: flojera, es una chamba, que a nadie le gusta.

Gabriel: Volvemos al tema de la psicología, buscamos los atajos, no nos da las ganas de buscar, y aquí va la persona, quien da la noticia, muchas veces confiamos en quien da la noticia.

Karina: Les debe haber pasado a todos, les mandan un fake news un familiar y les pregunta “esto es verdad, sabes si esto es cierto”, tu eres periodista tú debes saber si esto es cierto, y yo respondo “no sé”. Hay esta flojera, pero como tú eres de un medio, pero te preguntan a ti porque más fácil que tú le confirmes la noticia.

17. ¿POR QUÉ CREEN QUE EL CIBERNAUTA NO LE DA EL VALOR REQUERIDO A LA INFORMACIÓN QUE LEE?

(01:27:12)

Renzo: estamos bombardeos de información por todos lados, todo es muy visual, facebook es el nuevo periódico, la nueva radio, el nuevo medio por donde se enteran de todo. A través de facebook, la gente recién se enlaza a las páginas de los diarios. El primer filtro está por redes sociales, de ahí se van a la página que los enlaces que van porque también hay público solamente en la publicación que supuestamente era para llevarlo a un lugar donde hay información y algunos medios recurren a resumir toda la información lo menos posible para saber más.

Karina: yo he visto colegas buscando noticias en Facebook te juro, o sea es increíble cómo es posible, o sea, pero eso pasa, o sea hay mucho eso porque digamos que hay quienes venimos de una generación donde a golpes nos enseñaron a confirmar ya corroborar y hay otra generación que viene detrás de nosotros que considera que

google, Wikipedia son fuentes recontra fidedignas. Entonces, si eso pasa entre colegas, imagínate con la gente.

Juan Carlos: sí tiene que ver con la pregunta anterior que respondimos que era la flojera y también pasa no pasa nosotros y pasa todo el mundo sea uno

está hueveando en Facebook, Instagram y entonces ven las noticias entre el hueveo y la pasan por ahí y no hace mayor esfuerzo en corroborarlas y nada más por eso se han vuelto como como fuente para para todo el mundo porque uno está ahí de paseo y por ahí pasan las noticias también gente que si no existiera eso, de repente ni siquiera miraría noticias.

18 ¿QUÉ FACTORES OCASIONAN QUE EL CIBERNAUTA NO DISTINGA LAS NOTICIAS SIN AUTOR QUE CIRCULAN EN INTERNET?

(01:30:18)

Karina: Si no es flojera es ignorancia.

Carla: el nivel socioeconómico, educativo, hasta la misma informalidad que nos caracteriza a nosotros, también los factores sociológicos, cuando una persona va y busca una información diferente a la de Renzo. La diferencia de búsqueda de contenido de cada persona tiene mucho que ver con la información.

19. ¿CREEN QUE LA AUSENCIA DE LA METACOGNICIÓN HA ORIGINADO LA DESINFORMACIÓN DEL CIBERNAUTA?

(01:31:40)

Juan Carlos: depende de cada persona como la analiza, cada uno tiene un poco de cada uno, tiene su mirada y eso influye en como ver las noticias, como las analizas, hay gente que no las analiza nada, gente que es más analítica, depende mucho de cada persona y eso sí tiene que ver con sistema socioeconómico nivel intelectual, educación.

Gabriel: va a influir el nivel educativo que tengas, el background, va a influir y también un poco atípica que a veces compartes algo y por ahí en un grupo de chat viene otra y te dice eso no es, ya tienes experiencia que antes de compartir algo de una manera reactiva tienes que de alguna manera comprobarlo o esté verificando si pasa también por un poco el tema de la experiencia que tengas.

20 ¿OPINAN QUE EL CIBERNAUTA DEBE ESTAR EN CONSTANTE

APRENDIZAJE A CAUSA DE LA GRAN VARIEDAD DE NOTICIAS NO VERIFICADAS QUE ABUNDAN EN INTERNET?

(01:34:36)

Karina: en el mundo ideal sí

Gabriel: el hombre se está poniendo metas tan altas, la tecnología avanza a tal violencia, no sé si el ser humano esté listo para toda la tecnología que el hombre crea

21. ¿SERÁ LA CARENCIA DE INFORMACIÓN SOBRE EL CONTEXTO SOCIAL LOQUE CONTRIBUYE LA DIFUSIÓN DE NOTICIAS FALSAS EN INTERNET? Gabriel: juegan con la desesperación, incluso ahora que estamos en casa. Lo que me llegue al twitter o al WhatsApp, sin no tengo como contrastarlo caeré.

Juan Carlos: las noticias falsas juegan con la desesperación.

Carla: las fake news están para desinformar independientemente del nivel socioeconómico.

Gabriel: el emisor de noticias falsas es muy malicioso. Aun así, al estar atiborrados de información nos hace entrar en crisis.

Juan Carlos: todos pueden ser emisores de información.