

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

Desinformación y Fake News: análisis del Programa “Beto a Saber”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

**AUTORES:**

Del Aguila Rengifo, Jose Daniel ([orcid.org/0000-0003-1236-5843](https://orcid.org/0000-0003-1236-5843))  
Rojas Menor, Walter Alejandro ([orcid.org/0000-0001-7547-1710](https://orcid.org/0000-0001-7547-1710))

-

**ASESORA:**

Mg. Gilsa Carolina Lisboa Echeverre ([orcid.org/0000-0001-8089-0928](https://orcid.org/0000-0001-8089-0928))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TRUJILLO - PERÚ  
2022

## DEDICATORIA

En primer lugar, a Dios, por darme la salud para realizar este informe, también para mis padres, a mis abuelos Grima, Eberto y Enarda quienes fueron piezas fundamentales en mi vida enseñándome valores de las cuales me caracteriza y darme un mejor futuro por su apoyo incondicional durante este trabajo, a mí hermana, Anita y amistades por todo el apoyo que me han brindado.

el Aguila Rengifo, Jose  
Daniel

En primer lugar, a Dios, por darme la oportunidad de cumplir mis sueños, junto a mis padres Luis y Juana que me educaron con grandes valores para forjar mi futuro, también a mi hermana Grecia por su apoyo incondicional todas las madrugadas y más que todo a mi hijo Mateo, que por su futuro doy lo mejor de mi día a día, y también a todos nuestros maestros por la paciencia y virtud que tuvieron hacia mi persona.

R  
ojas Menor, Walter Alejandro

## AGRADECIMIENTO

Agradecemos a nuestros familiares por darnos el apoyo en nuestros estudios durante esta pandemia.

Agradecemos a Dios por darnos las fuerzas para seguir en los momentos más complicados.

Agradecemos a nuestros compañeros que nos apoyaron incondicionalmente cuando nos sentíamos cansados, o cuando necesitábamos alguna explicación y consejo en los estudios.

Agradecemos al mismo tiempo a nuestra asesora Gilsa Carolina Lisboa Echeverre, por brindarnos su ayuda profesional y la paciencia que nos tuvo para la realización del presente informe.

Por último, gracias a todos mis maestros y a la universidad por todo el conocimiento que nos han brindado para nuestra formación académica.

Los autores

## ÍNDICE

	DEDICATORIA	ii
	AGRADECIMIENTO	iii
	RESUMEN	iv
	ABSTRACT	v
I.	INTRODUCCIÓN.....	7
II.	MARCO TEÓRICO.....	10
III.	METODOLOGÍA.....	14
	3.1. Tipo y Diseño de investigación.....	14
	3.2. Matriz de categorización.....	14
	3.3. Escenario de Estudio.....	15
	3.4. Participantes.....	15
	3.5. Técnica e instrumentos.....	16
	3.6. Procedimientos.....	16
	3.7. Rigor Científico.....	16
	3.8. Método de análisis de datos.....	17
	3.9. Aspectos Éticos.....	17
IV.	RESULTADO Y DISCUSIÓN.....	18
V	CONCLUSIONES.....	25
VI	RECOMENDACIONES.....	27
	REFERENCIAS.....	28
	ANEXOS.....	33

## RESUMEN

El presente informe tiene como propósito analizar el programa de “BETO A SABER”, debido a que se obtendrá información valiosa y la importancia de la ética periodística cuya investigación presentó un enfoque cualitativo, de tipo hermenéutica. Utilizando las técnicas de entrevistas y observación, las cuales ayudaron a complementar bien los instrumentos de investigación para obtener los resultados correctos del análisis. El área de estudio está constituida por 10 programas televisivos seleccionados, 5 entrevistas a ciudadanos además de 2 entrevistas a periodista, recolectando datos importantes con el objetivo de analizar la desinformación y fake news del programa de “Beto a Saber”, De este mismo modo se realizó la validación de expertos, Finalmente se concluyó que el análisis de la desinformación y fake news en el contenido del programa Beto a Saber, fue la esperada, debido a que el periodista tergiverso sus contenidos periodísticos frente a los diferentes temas incluido de la COVID 19, utilizando un tono inadecuado para expresar su contenido donde sus notas fueron sospechosas, provocando temor y duda, llegando a consecuencias graves a la población, puesto que esto se debe al no verificar una fuente confiable llevando así a la desconfianza tanto en el canal televisivo como al periodista Beto Ortiz.

**PALABRAS CLAVE:** Desinformación, Fake news, ética periodística, Lenguaje verbal

## **ABSTRACT**

The purpose of this report is to analyze the "BETO A SABER" program, due to the fact that valuable information will be gathered and the importance of journalistic ethics, whose research presented a qualitative approach of a hermeneutic type. Using the techniques of interviews and observation, helped to complement the research instruments to obtain the correct results of the analysis. The study area is constituted by 10 selected television programs, 5 interviews with citizens in addition to 2 interviews with journalists, collecting important data with the objective of analyzing the disinformation and fake news of the program "Beto a Saber", In the same way, the validation of experts was carried out, Finally it was concluded that the analysis of the disinformation and fake news in the content of the program Beto a Saber, was as expected, because the journalist misrepresented his journalistic content on the different topics including COVID 19, using an inappropriate tone to express his notes and was also malicious causing fear and doubt, leading to serious consequences to the population, since this is due to not verifying a reliable source, thus leading to distrust in both the television channel and the journalist Beto Ortiz.

**KEYWORDS:** Disinformation, Fake news, journalistic ethics, Verbal language

## I. INTRODUCCIÓN:

Actualmente en el mundo se percibe una preocupante problemática, la mayoría de los periodistas usan los medios televisivos para dar a conocer información falsa o desinformar al público, según la Organización de la Naciones Unidas (ONU, 2020) nos menciona que una noticia sin fundamento expone rumores de desconfianza a las personas, observando los noticieros al cual se puede acceder con facilidad y visualizar un reportaje, asimismo muestran las diferentes notas periodísticas de los distintos canales televisivos, por otro lado, Masip et al. (2020) afirman que la ideología de las personas tiene un papel relevante, además influye en sus emociones a través de los diferentes medios.

La fake news es un problema que está teniendo más acogida en los últimos años; en el continente sudamericano existe una proporción alta de desinformación y fake news. Según el diario web Digital (2021) en un estudio realizado analizó que el país que da más preocupación por las noticias falsas o “fake news” y la desinformación es Brasil (84%), mientras que los Países Bajos (32,3%) es el menos preocupado por este asunto, además el 65,1% de los españoles asegura estar preocupado por no saber qué noticias difundidas en Internet son ciertas y cuáles son falsas, finalmente es un porcentaje parecido al país de Chile (64,6%).

La televisión es uno de los medios más observados por las personas para informarse de lo que sucede en la actualidad, sin embargo le dan un mal uso en el lenguaje verbal y visual, por una parte Medrano, 2006 menciona que es preciso examinar el discurso o debate debido a la visión del contenido comunicativo siendo como una variable aislada, inclusive el telespectador añade la noticia televisiva desde distinto entorno, además, Navarrete, 2020 reportó que la rapidez y poca profundidad en las que se elaboran las noticias en la actualidad está poniendo en riesgo la calidad del discurso periodístico, resta valor al lenguaje audiovisual y en cierto punto de vista estaría contribuyendo a que no se entienda el contexto.

Por otro lado, un (Estudio de comunicación, 2018) reportó que las fake news por su naturaleza llegan a impedir el avance de un juicio racional, ya que no llega a

poseer una base formal y esto traería como consecuencia la implementación de noticias falsas condicionando de forma negativa a los individuos que llegan a consumir dichos contenidos.

En el Perú las fake news comenzaron a tomar más auge en este último año, teniendo como principal tema de la salud, según el (Instituto de Estudios Peruanos IEP, 2021) señala que la desinformación en los medios de comunicación no solo pasa por una mala recepción de mensajes falsos sobre individuos, sino por el silenciamiento de los actos sucedidos, como temas que no tienen la veracidad, con la misión de captar un interés público. Asimismo, los medios llegan a defender su credibilidad para tener la confianza, al cual debe ser necesario dar una información verídica y comprobada, trayendo consigo un debate público entre la audiencia sobre la veracidad de los canales de televisión.

Beto Ortiz es un personaje característico de la televisión peruana, es criticado en varias oportunidades, teniendo controversias con algunos personajes de la televisión por lo cual fue denunciado de acoso, actualmente cuenta con una investigación en el Ministerio Público en su contra por sedición a la perturbación de la tranquilidad pública y actualmente se encuentra en la clandestinidad, el conductor en su programa de “Beto a Saber”, además, Consejo Consultivo de Radio y Televisión (Concortv ,2021) menciona que dicho programa cometió falta a la responsabilidad de la ética periodística del tratamiento en la noticia de la vacuna Sinopharm sobre la efectividad y al desprestigiar que solamente era agua destilada dando un informe preliminar que no tenía un sustento científico, también al no contrastar de fuente basados en datos oficiales.

Ante ello se planteó como interrogante, ¿ De qué manera se presentó la desinformación y las fakes news en el programa Beto a Saber?, La presente investigación se justifica de manera teórica porque buscó recopilar información en investigaciones realizadas para profundizar en el problema de investigación y enriquecerla con información concisa y verdadera, teniendo en cuenta las fuentes verificadas; de manera práctica, el estudio aportó para saber cómo se presenta la desinformación y fake news en el contenido del programa “Beto a Saber” con la finalidad de que los receptores sepan reconocer las características



de las fake news y desinformación en temas relevantes y además qué servirá como contribución a futuras investigaciones; de manera metodológica la presente investigación desarrolló una guía de observación y entrevistas las cuales permitieron analizar datos para llegar a las conclusiones, quedando como referente para futuras investigaciones; por último a nivel social la investigación busca generar un aporte sobre el rol del periodista para dar una buena investigación en los contenidos y que nos permita tener una buena realidad de lo que se percibe mediante las noticias, además de dar a conocer a la población el uso correcto en el manejo de la comunicación asertiva en los programas de televisión logrando tener una mejor visión del medio televisivo.

El objetivo general de esta tesis fue analizar la desinformación y fake News en el contenido del Programa de "BETO A SABER". Para ello, se plantearon los siguientes objetivos específicos: Describir la percepción de la desinformación y fake news en el programa Beto a saber; identificar los casos de fake news y desinformación del programa "BETO A SABER" y por último dar a conocer el impacto de la desinformación y fake news de los contenidos del programa Beto a Saber.

## II. MARCO TEÓRICO

En los últimos años se han realizado investigaciones previas relacionadas a la desinformación y fake news, puesto que Alcott & Gentzkow (2017) mencionan que las noticias falsas debieron ser verificables a través de fuentes fiables, porque pueden ser erróneas o engañosas con el fin de adquirir dinero y promover la ideología.

López (2020) cuya investigación tuvo como objetivo crear un medio digital capaz de poder llevar contenidos periodísticos veraces, y no haya desinformaciones o noticias incompletas; Ya que el Perú, llegó a ser un claro ejemplo debido que la información no es consultada por especialistas, así muestran las noticias, es probable que la audiencia llegue a creer lo apócrifo, con riesgo a poder compartirlo y ocasionar una reacción en cadena entre los ciudadanos.

Pangrazio (2018) menciona que las noticias falsas salieron como una dificultad en los comicios estadounidenses del 2016, y las historias fueron difundidas en tres meses de campaña, procediendo de sitios web falsos y blogs hiper partidistas. Estas historias se compartieron con una continuidad mucho mayor que cualquier otro artículo de noticias más importantes de los principales medios de información, generando más de 8,7 millones de acciones, comentarios y likes, se habló de que este fue un momento crítico con la manipulación en los medios, podría argumentar que fue el momento donde se tomó conciencia crítica de estas elecciones. De hecho, hace tiempo que existieron diversas formas de sesgo en los medios de comunicación. Además, las noticias falsas han surgido en un contexto de cambios sociales constantes, como la creciente desconfianza en las instituciones públicas y en los medios de comunicación, así como el declive de los periodistas profesionales. Este ensayo, sin embargo, se centró en el papel que desempeñan las plataformas digitales en el tratamiento de las noticias.

Mamani (2020) en su investigación tuvo como finalidad contener la desinformación ocasionada en los diferentes medios tradicionales por la falta de verificación en fuentes, siendo este tipo de noticias falaz, empezando abarcar temas de actualidad, y hoy en día no es ajeno encontrar personas que empiezan a creer en cosas que no tienen sustento científico, a su vez se empezó a producir

caos, confusión, miedo y una carencia de tino a la hora de tomar decisiones, en el cual su conclusión es realizar un proyecto en donde se difundió contenidos para combatir la desinformación, mejorar el juicio crítico de las personas para transmitir información de calidad, debemos considerar productos audiovisuales que puedan comunicar noticias veraz con fundamentos para dar un énfasis y generar confianza.

Sandoval y Miranda (2019) en su trabajo de investigación abordó los fenómenos de las fake news en el desarrollo de la conectividad y medios convencionales, permitiendo una variación de paradigma a la hora de crear contenido, donde se observó una gran cantidad de desinformación a través de las redes sociales, tuvo un gran auge, cada vez con más fuerzas usando ataques políticos, en conclusión se utilizó un tema de los propios medios de información, manipulando la noticia real con el fin de esparcir rumores, en este sentido se debe dar un buen tratamiento a la noticia, para que el público en general, no pueda ser víctima o cómplice de compartir noticias falsas.

Por tanto las noticias fueron trucadas en el cual la labor periodística se vio afectado por usuarios que difunden informaciones de dudosa procedencia, y han asestado un duro golpe a las relaciones entre público y medios informativos, desde la perspectiva de Rodríguez (2019) en su estudio realizado de la desinformación y comunicación organizacional: estudio sobre el impacto de las fake news con el objetivo de identificar las características de las noticias falsas en que afectan la reputación de las organizaciones, el ámbito de la comunicación institucional en relación con tipo de contenido político en el cual se difunde dicha investigación tiene como diseño exploratoria con una muestra de artículos académicos, noticias y estudios de empresas, según los resultados en total se recogió 168 verificaciones, la mayoría son noticias falsas también cabe destacar que hay demasiado desinformación, pero sin embargo el uso de las informaciones u opiniones ficticia generando desconcierto en los ciudadanos.

Respecto al marco teórico se tomó en cuenta dos teorías una es la agenda setting ya que nos permitió realizar un estudio con una agenda establecida por el medio de comunicación para la influencia del público, debido a que pueden ignorar el mensaje o prestar atención Vásquez (2018) y por otro lado también

se usará la teoría de la aguja hipodérmica según Cerroti (2019) menciona que los medios de comunicación inyectan mensajes directamente al público pasivo existiendo una característica, al cual lo atribuye el efecto omnipotentes de la comunicación y asimismo obtuvo efectos esperados como persuadir una determinada idea respondiendo satisfactoriamente al paradigma.

Las fake news son contenidos engañosos que a la vez genera una difusión de noticias falsas, habiendo temas pseudo periodísticos en el cual se difunde a los diferentes medios Pacasi (2020), en donde Maryoral et al. (2017) Denominan que las noticias falsas no son fenómenos nuevos, permitiendo la divulgación masiva y rápido de temas falsos, por otro lado, existe manipulación en la información llegando a tener consecuencia mediata o inmediata en la credibilidad de los periodistas.

Álvarez (2017) menciona que la definición más precisa de las fake news es que llegan a ser noticias en falsedad y por intención deliberada en lugar de accidente o error, sin embargo, las publicaciones de noticias en el pasado carecieron de credibilidad, puesto que los medios convencionales han aumentado por motivos de desasosiego, y las personas reaccionan ante una noticia equivocada García et al. (2019). Siguiendo la información, Parreyra (2019) afirma que la palabra “fake news” no puede ser descrita al pie de la letra, cómo han de llamarse no son consideradas como noticias.

Anteriormente en la desinformación se puede acceder con facilidad mediante una noticia, de los diferentes temas mediáticos a través de canales televisivos y que los contenidos son manipulados para sus propios intereses del canal o grupos de poder, así pudieran influir en sus decisiones del público dando otro contexto mostrando notas periodísticas (Bernabé, 2017).

Por una parte la desinformación se puede dar de una manera deliberada mal intencionada como un clima de opinión en los ciudadanos, al tratar de informar algún suceso de una forma distinta, y que los periodistas deben proporcionar una noticia verídica dando una orientación confiable al transmitir el mensaje, sin embargo la prensa debe promover dudas sobre lo que es verdad, verificando los

hechos, asimismo requieren respuesta garantizando la transparencia de la búsqueda de informaciones para la ciudadanía (OMS, 2020).

Además Richele et al. (2021) señalan que la mayoría de ciudadanos se encuentran desinformados respecto al tema de las vacunas, habiendo personas escrupulosas que mencionan una mala información de no salvar las vidas siendo un grupo de antivacunas pretendiendo tener un punto de vista diferentes a otros individuos del mismo modo hay una controversia por parte de la ciencia demostrando la efectividad, también una noticia errónea puede causar dudas sobre lo real o engañoso cuando difunden, Martínez y García (2019) mencionan que los mensajes audiovisuales son distorsionados para su conveniencia así poder velar por sus propios beneficios es decir tener nesciente a las personas.

Según Romero y Torres (2020) indican que esta coyuntura se está evidenciando, el inadecuado uso de informaciones relevantes empleando la desinformación en los usuarios, del mismo modo las personas describen lo que escuchan y observan en los medios televisivos o su grupo de individuos dando a conocer una información incorrecta o innecesaria, pudiendo afectar la salud sobre supuesto métodos para curar la covid -19 creyendo que es algo real.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Tipo y Diseño de investigación:**

##### **Tipo de Investigación:**

La presente investigación es de tipo aplicada con enfoque cualitativo asimismo Lozada (2014) nos menciona que este tipo de estudio presenta un valor agregado, e impacta indirectamente en las decisiones de los ciudadanos, ya que se enfocará en observar los contenidos periodístico del programa Beto a Saber, las cuales se analizará cómo se percibe desde el punto de vista en sus diferentes fuentes si son auténticas, y brindar una profundidad a los datos con respecto a la contextualización del entorno en el programa televisivo (Hernández et al. , 2014).

##### **Diseño de Investigación:**

Es un diseño de investigación hermenéutica porque pretende explicar la descripción y estudiar fenómenos sociales significativos de manera rigurosa, libre como sea posible de supuestos teóricos previos, como ocurre en la actualidad, proveniente de muchas ciencias sociales y múltiples tradiciones según (Ángel, 2011) asimismo Arteta, 2017 menciona que es una ciencia para comprender el fenómeno teniendo un propósito en encontrar sentido a la nota periodística del programa.

#### **3.2 Categorías, Subcategorías y matriz de categorización:**

Para este estudio tenemos dos categorías entre ellos son la desinformación y fake news, incluso se clasifican en subcategorías de las cuales se explicará a continuación, empezando con la primera categoría de la Fake news que es la divulgación de noticias falsas o engañosas, en las cuales se difunde vídeos manipulados sin tener la veracidad de la información, ahora se va desglosar en dos subcategorías siendo una de ellas falsedad en la cual su defecto de autenticidad o verdad en las palabras con ideas de noticias relevantes, siguiendo con la segunda subcategoría la credibilidad según González (2013) hay factores de la ciudadanía que influyen para poder analizar y creer en un medio televisivo en lo que se muestra diariamente al televidente, continuando con la segunda

categoría en la desinformación Romero (2013) es una información errónea que se genera de manera intencionada siendo técnicas de manipulación en las masas y la opinión pública teniendo tres subcategorías la primera deliberada lo hace de forma premeditado con acciones que desarrolla a un propósito del individuo, siguiendo con la subcategoría es distorsionado transcribir información sistemáticamente la comunicación, cuando no hay una fuente con credibilidad, exista una gran incoherencia ver (anexo 2) .

### **3.3 Escenario de Estudio:**

Para el estudio se eligió el programa Beto a saber que sale en el horario de lunes a viernes a las 8:55 pm en el canal de Willax televisión, siendo un programa informativo, en los últimos meses comenzó a dar noticias con una información tergiversada por la noticia de la vacuna Sinopharm y otros temas polémicos.

También se analizó la calidad de programa que llega a ofrecer el canal de Willax Televisión, que, por su controversia dada por dicho programa, fue ciertamente criticado por ofrecer contenido no verás junto a un periodista respetado como lo es Beto Ortiz.

Se estudió a algunos ciudadanos de la región de La Libertad, para ver la percepción que llegan a tener frente a los contenidos ofrecidos en el programa Beto a Saber.

### **3.4 Participantes:**

Es el programa Beto a saber, conducido por el periodista Beto Ortiz y transmitido por el canal de Willax televisión en el horario nocturno, de Lunes a Viernes; asimismo se analizó diez contenidos periodísticos: del mes de febrero los días 10, 15, 17, 23 porque se habló del escándalo de la vacuna rusa, incluso el caso de Chile donde supuestamente aceptaban que los turistas podrían acceder una vacuna gratuita. De marzo los días 03, 05, 08, 09, 10 en el cual se menciona los niveles de efectividad de las diferentes vacunas en un cuadro comparativo y caso VACUNAGATE (Vacunación a políticos), tercera dosis de la lista vip de beneficiarios, asimismo el laboratorio suiza realizó una jugada en donde no tenía permiso por parte del estado peruano para realizar pruebas COVID, que los jefes

han sido inyectados de forma indebida. Por último, en el mes de abril el día 07 donde mostró documentos sin aval sobre la vacuna Sinopharm al mencionar que era solo agua destilada y el informe final del caso vacunagate, inclusive se podrá observar si su fuente fue verídica al abordar diferentes temas periodísticos.

### **3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos:**

Las técnicas que se usaron para el desarrollo es la entrevista a dos periodistas y cinco ciudadanos, que dieron su percepción y se hizo mediante la plataforma zoom, sobre la desinformación y fake news en el cual muestran el contenido periodístico del programa Beto a Saber; También se usará la observación en las notas periodísticas, se utilizó una guía de entrevista individual con siete preguntas previamente definidas para los periodistas por los investigadores y de igual manera se hará nueve preguntas a los ciudadanos seleccionados, de las cuales se recolectarán las respuestas en los entrevistados de acuerdo a los objetivos de estudio, incluso se hará una guía de observación a diez programas televisivo del periodista en mención el cual se basará con indicadores para poder analizarlos ver (anexo 3).

### **3.6 Procedimientos:**

El modo de recolección de datos es a través de entrevistas a dos periodistas teniendo un cuestionario de siete preguntas luego, se procedió a formular las nuevas preguntas para el ciudadano en la plataforma zoom, también se contactó a cinco ciudadanos mediante el aplicativo de WhatsApp, después realizamos un zoom formulando las nueve preguntas, la segunda técnica que se realizó es la observación teniendo como instrumento una ficha de observación para analizar los diez programas televisivo del programa Beto a Saber.

### **3.7 Rigor científico**

Cano (2017) afirma que el rigor llega a ser considerado como la aplicación disciplinada de la razón en temas ligadas a la comunicación y el conocimiento, además también llega a considerarlo como la insatisfacción con la incertidumbre con las respuestas inexactas, donde la medición no llega a ser del todo precisa con la amplitud del maso o menos.



Asimismo, Arias & Giraldo (2011) mencionan que la investigación cualitativa tiene una perspectiva de una manera más sintética, en la diferencia de su interpretación y aplicación, teniendo un objetivo del investigador que es generar y socializar conocimiento científico y verídico, en la cual se analizan temas relacionados con instrumentos.

### **3.8 Método de análisis de datos**

Acorde a la selección del diseño de investigación hermenéutica, las entrevistas y análisis del contenido periodístico, serán procesados por unidades de significados agrupando en dos categorías según lo que se requiera en nuestros objetivos obteniendo la información requerida mediante los instrumentos, teniendo como prioridad analizar la desinformación y fake News en el contenido del Programa de “Beto a Saber”.

### **3.9 Aspectos éticos**

El presente trabajo de estudio tiene como principios éticos la confidencialidad al garantizar a los entrevistados que se hará mediante el consentimiento de los individuos; además; se validó los instrumentos de recolección de datos con tres expertos en comunicación; respecto a la recopilación de antecedentes previos y trabajos, se usaron base teóricas respetando las normas APA séptima edición, para citar, referenciar autores y mantener la originalidad de la información pasando por turnitin obteniendo un porcentaje de 6%.

#### IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN:

Con respecto al primer objetivo específico, describir la percepción de la desinformación y fake news en el programa Beto a saber, se obtuvieron datos de los participantes entrevistados, los cuales precisaron que cuando veían el programa era notable que el contenido es engañoso, provocando temor y duda sobre los hechos noticiosos de salud que compartían a través de su pantalla.

Mi familia siempre veía el programa, pero cuando dieron las noticias, nos dio miedo y nerviosismo, pero su información no parecía real porque no había sustentos claros (Entrevista individual, ciudadana, Priscila, Trujillo).

Las noticias falsas debieron ser verificables a través de fuentes fiables, porque pueden ser erróneas o engañosas con el fin de adquirir dinero y promover la ideología. Es decir que los periodistas o canales tienen el deber de difundir noticias verídicas y confiables hacia los ciudadanos, proporcionando la credibilidad de los hechos informativos. Es aquí donde radica la importancia de la ética periodística y las posibles consecuencias que podría traer a la población, al otorgar información engañosa, sin ser verificada por alguna fuente confiable llevando provocar desconfianza hacia el canal televisivo. (Alcott & Gentzkow - 2017) .

También se evidenció que los programas observados por los entrevistados fueron identificados como noticias verídicas en dicho momento generando una gran confusión en los ciudadanos que veían el programa donde Beto Ortiz se expresaba de manera discriminatoria, utilizando adjetivos indebidos hacia las diferentes clases sociales "ningunear". A continuación, los contenidos presentados en el programa "Beto a Saber" del canal de Willax televisión, donde los televidentes percibieron que algunas noticias no son reales, son totalmente engañosas y confusas. Además, se evidenció en las entrevistas, la incomodidad de algunos participantes por la manera como se expresa dicho conductor por la falta de ética.

Al principio le creímos ya que era un periodista conocido, pero después de salir la verdad, ya no (Entrevista individual, ciudadana, María, Trujillo).

También se observó que en casi todas las programaciones siempre está acompañado por un especialista, para dar sustento al tema hablado. Y en otros casos se dan a conocer noticias que son manipuladas dando información dudosa, a pesar que se proporcionan fuentes confiables, por ello es necesario potenciar los diversos hechos noticiosos con otras fuentes más sobresalientes, de esa manera lograr la confianza del receptor y no su disconformidad.

Algunos programas les faltaban un poco de información, ya que algunas noticias quedaban al aire, a pesar de traer invitados (Entrevista individual, ciudadana, Esmeralda, Trujillo).

De acuerdo a la información brindada los contenidos son inconclusos y distorsionados, porque los ciudadanos mencionan que en algunos informes no se dan los fundamentos de manera clara, es decir solo lo ven por ser un personaje mediático, ya que luego de observar otras fuentes periodísticas, mostraron los hechos con más precisión y credibilidad, dejando de creer en su palabra. Asimismo, el conductor del programa se refirió a la vacunación del ex presidente Sagastegui calificándolo de un “show armado”, al no saber que se utilizaba una aguja retráctil. Es por ello que el público al recibir información falaz y distorsionada, se pierde la credibilidad y ven el contenido como un modo de entretenimiento. Por ende, los reporteros y conductores de medios tradicionales deben conocer la noticia antes de difundirla.

Algunas personas entrevistadas nos mencionan que los programas llegan a tergiversar la información, utilizando la noticia como un método para captar la atención del televidente, generando confusión, en dicha información sobre las vacunas sputnik V y Sinopharm.

La mayoría de personas están desinformados respecto al tema de las vacunas, debido a que sostiene un dato erróneo, en consecuencia, el periodista mantuvo su posición en su programa, en la efectividad de la cepa de Beijing en un 13.5%, caso contrario la reportera Claudia Toro mencionó un 79% de eficacia en uno de sus reportajes, y esto puede causar dudas entre lo real o engañoso al difundirlo, por lo que las noticias mostradas en el programa tenían controversia en los temas expuestos.

No estaba seguro de dichas informaciones, debido a que era persistente en las noticias falsas, así que después de lo ocurrido con la vacuna Sinopharm al ser precipitado sacando una conclusión anticipada diciendo que era agua destilada (Entrevista individual, ciudadano, Anderson, Trujillo).

y por otro lado no tenía un sustento científico o de las fuentes oficiales como es de la Organización mundial de la Salud (OMS) y Administración de Alimentos y Medicamentos de los Estados Unidos (FDA), ya que son organismos mundiales que velan la seguridad de las personas y encargados de aprobar las vacunas, después de pasar los estudios clínicos en los diferentes países incluido el Perú (Richele et al, 2021)

Seguidamente la desinformación se da de manera deliberada, mal intencionada como un clima de opinión de temor en los ciudadanos, al tratar de informar algún suceso de una forma distinta, donde los periodistas deben proporcionar una noticia verídica, con una orientación confiable al transmitir el mensaje, sin embargo la prensa debe promover dudas sobre lo que es verdad, verificando los hechos, asimismo requieren respuesta garantizando la transparencia de la búsqueda de informaciones para la ciudadanía (OMS, 2020).

Las fakes news generan difusión en las noticias falsas, puesto que hay temas de la propia agenda mediática la cual difunden en los diferentes medios televisivos siendo manipuladas la información real con fin de esparcir rumores sin realizar contrastaciones con otras fuentes. Es por ello, que la información brindada por el periodista Beto Ortiz no estaba sustentada completamente, por lo que la actitud mostrada al expresarse sobre los ciudadanos ante la situación de emergencia sanitaria, no fue la adecuada, solo provocó la confusión, desconfianza y mala imagen como periodista. (Elias et al, 2022)

Con relación al segundo objetivo, dar a conocer el impacto de la desinformación y fake news de los contenidos del programa Beto a Saber, en el cual se mostró la disconformidad de los periodistas entrevistados, ya que el programa brindó una información falsa sin tener credibilidad puesto que es un personaje criticado.

Considero irresponsable la forma en cómo se brindaba la información en ese programa. La salud, incluso más en la pandemia, era lo máspreciado y el periodista jugaba un papel más político que a favor de la ciudadanía. Siendo este último uno de los pilares de la profesión (Entrevista individual, periodista, Kenny, Trujillo).

Asimismo, en el tema de la salud el periodista juega un papel más político que a favor de la ciudadanía, habiendo personas que consumen el medio y creen parte de lo que transmite el personaje, a su vez no se evidencia el correcto ejercicio periodístico.

Denominan que las noticias falsas no son fenómenos nuevos, permitiendo así la divulgación masiva y rápida de los temas engañosos, existiendo manipulación en la información llegando a tener consecuencia mediata o inmediata en la credibilidad de los periodistas, asimismo los periodistas entrevistados nos mencionan que si llegaron a observar fake news y desinformación en sus reportajes o ideas sueltas dadas en el mencionado programa.

Los contenidos periodísticos mostrados tienen la apariencia de estar "bien sustentados", ya que se debe considerar más de una fuente y documentos oficiales. Sin embargo, muchas veces eran malinterpretadas las noticias, transmitiendo un confuso mensaje a las personas (Entrevista individual, periodista, Kenny, Trujillo).

Y por otro lado dejaba el lado de la objetividad como periodista y basándose en sus opiniones personales sin tener un filtro imparcial. (Mayoral et al, 2017).

De forma similar Navarro (2020) dio a conocer que esta coyuntura actualmente de la covid 19 ha traído diferentes problemas sanitarios, además consigo mismo trajo informaciones no reales en el tema de curaciones dentro de la comunidad científica, trayendo noticias falsas y por otro lado existe desinformación en los diferentes medios, así como también puede ser exagerada en dar una noticia y sobre todo las notas periodística pueden ser manipulados basando en los sesgos políticos, recurren al: "te doy la información hasta donde me interesa que sepas", de igual manera Fernández (2019) menciona que fake news tienen una apariencia mundial del consumo de las noticias, después de lo cual, hay efectos

en personas que logran observar la desinformación que abundan, en los medios de noticias, siendo engañosas o manipuladas teniendo perjuicios al receptor final, por otro lado la información se debe manejar correctamente ya que se transmite un mensaje a los ciudadanos que necesita conocer un tema al cual se viene desarrollando, asimismo se observó en un programa donde luego de presentar los reportajes, comentaba con sus palabras dando confusión y por ello García et al. (2020) mencionan que la repercusión traen en las noticias falsas, en la pérdida de la credibilidad periodística aumentado una alarma social, debido al rápido crecimiento, y que representa una amenaza real y de gran calado para nuestra sociedad. Por lo tanto se vieron afectados los adultos mayores en la información dada en el programa Beto a Saber ya que ellos miran el medio convencional habiendo momentos donde se negaban a vacunarse con la dosis de Sinopharm, siendo los primero en ser inoculados los de la primera línea, por otra parte ConcorTV (2021) se refirió a las denuncias que le llegaron del programa de Willax televisión referidos al tratamiento de la noticia sobre la efectividad en la vacuna contra el coronavirus Sinopharm inciden en el deber legal ético de radiodifusores en el ejercicio de la libertad de información, compartiéndola a la debida contrastación de fuentes, basada en datos oficiales.

Nunca he confiado y solo he llegado a ver algunos de sus programas para comprobar que verdaderamente falta a la verdad en muchos de sus reportajes o comentarios. No se puede llegar a consumir algo que sabemos que es nocivo para nuestra salud como periodistas tenemos otros medios independientes que verifican mejor su información y no responden a intereses particulares. puesto que no se puede llegar a consumir algo que es nocivo para nuestra salud como periodista, y que luego se hacen cuestionamientos al noticiero. (Entrevista individual, periodista, Raúl, Trujillo).

siendo evidente que no es un contenido confiable, por su parte Del Fresno (2018) la desinformación tiene una intención del periodista que al mencionar una noticia puede ser utilizada de una manera política y cambiar la información para distorsionar los hechos, por otro parte es un concepto complejo, por último, los entrevistados nos hablaron que el programa no es confiable por diferentes motivos mencionados anteriormente no suelen manejar bien la información. Los

temas se deben tratar con un tratamiento, no solo decir con pocas fuentes o documentos ya que hay temas que son complicado de tocar se debe decir con la verdad y verificadas, finalmente Sanches & Fuentes (2020) mencionan que adviertan el precario equilibrio en la información que se fue consolidando mediante la investigación periodística, puesto que en algunas fuentes no llegan a estar bien sustentadas o dando una información equivocada malintencionada. Por ello, tuvo un impacto negativo ya que las noticias mostradas en el programa, la mayoría no presenta un sustento científico teniendo repercusión en los ciudadanos que la noticia no es confiable, puesto que no presentó otras fuentes especialistas y transmitían mensajes confusos.

Con relación al tercer objetivo específico identificar los casos de fake news y desinformación del programa "BETO A SABER", se reconoció mediante la observación de los programas que en lo que compete a los contenidos audiovisuales de las fake news y desinformación, se dio a conocer la existencia de temas engañosos de una forma deliberada que llegaba a dar en su programa televisivo. Por ello Pacasi (2020) menciona que las noticias falsas son contenidos engañosos que a la vez genera una difusión de engañosos, habiendo temas sensacionalista en el cual se difunde a los diferentes medios. Es por ello que algunos periodistas utilizan esta forma de expresión en sus notas para causar una respuesta directa por parte del consumidor, mostrando un informe preliminar y no un documento oficial. También se logró identificar, la propuesta de contenidos falsos en sus programas, donde salía a exponer acusaciones sin sustentos confiables con el tema de las vacunas, dentro de ello tenemos el informe preliminar de la vacuna Sinopharm, vacunagate, la jugada de laboratorio sui también los escándalos realizados por el periodista al referirse de forma apresurada mencionando que la vacuna rusa seria la ideal para que se vacunen las personas, debido a su bajo costo y a su no completa aprobación por los organismos mundiales, afectando directamente al público receptor trayendo consigo una ola de críticas masivas hacia su canal. Esto quiere decir que se comenzó a manipular los contenidos tergiversando toda la información sin mencionar un sustento confiable basándose en una simple opinión, perjudicando directamente a los receptores.

Así mismo se encontró que su información llega a ser inconclusa llegando a utilizar el morbo de por medio, realizándose varias veces expresando en un tono de exageración en los programas, además que utilizaba palabras inapropiadas que no era apto para el público, con el fin de captar más la atención, usando hipérbole ya que tildaba de manera irónica los sucesos que pasaban en sus programas. García & Salvat (2021) comentan que la desinformación es un gran desafío que vive en la actualidad en los medios televisivos puesto que algunos periodistas lo usan para llamar la atención o captar más público, debiendo dar más a profundidad las investigaciones, a su vez deben contar con fuentes fiables y verídicas. Es así que a través de los autores se confirma la desinformación en el programa Beto a saber además que el mismo conductor insultaba de una manera prepotente para poder llamar la atención del público del mismo modo traía confusión por parte de los televidentes ocasionando un debate público.

También llegó a traer especialistas para fundamentar su información, usando los medios necesarios siendo respaldado por expertos, ya sean autoridades por parte del exministro. Sin embargo, los especialistas son los conocidos del conductor donde puede carecer un poco de objetividad. Por su parte Flores (2019) La desinformación aborda mucho más allá del término noticias falsas, por otro lado, cada vez se ha expandido por los diferentes medios, debido que otros tienen una caída vertiginosa de la credibilidad en las organizaciones de las noticias, haciendo asimismo que los ciudadanos dejen de creer en medios tradicionales como la televisión por los motivos al mostrar noticias engañosas sin tener veracidad en fuentes fiables.

Por otro lado, en la demostración de fuentes confiables y verídicas que el programa Beto a saber, utiliza fuentes confiables tales como documentos oficiales de la página del Minsa (Chile), también se visualizó el comunicado del embajador ruso en Perú dando a conocer las negociaciones con el gobierno nacional y empresas privadas a pesar de la vacuna no fue aprobada, Sin embargo, también se muestra fuentes con información incompleta como de la universidad Peruana Cayetano Heredia, también mostró un cuadro de las vacunaciones de las cepas de bejín y Wuhan. Es por ello que García & Salvat (2021) nos comentan que es recomendable el sustento profesional de un



especialista. Por ende, el objetivo es enriquecer el contenido, para eso se debería potenciar la información con más especialistas que sepan del tema y que no tenga ninguna afinidad por parte del entrevistador, así aumentaría la percepción y confiabilidad por parte de los receptores. De ese mismo modo se puede evidenciar por los autores un sustento claro y formal que logra apoyar al contenido, aumentando la confiabilidad de la noticia por parte del receptor careciendo de ello el programa Beto a saber debido a que llegó a falsear su contenido dando un contenido falso y engañoso, ocultando la problemática que estaba trayendo consigo la desinformación de la poca eficacia que tenían las vacunas.

Por otra parte, Tabja (2021) menciona que las fake news es una representación narrativa que busca engañar y manipular mediante los noticieros informativos, puesto que utilizan montaje siendo noticias insidiosas para transmitir un mensaje confuso. Por otro lado, Diaz & Ruiz (2020) comentan que actualmente hay abundancia de informaciones sobre las diferentes curaciones en la covid 19, adicionalmente es uno de los principales problemas comunicativos ya que habitualmente hay noticias, suelen conducir o tergiversar la realidad durante la crisis sanitaria, puesto que afirman ante la audiencia diferentes formas de medidas, tratamientos o medicamentos que no sirven para prevenir esta enfermedad. Es así que algunos medios tratan de ocultar la información verdadera con el fin de no afectarles tanto económicamente como en la forma de confiabilidad, ya que si algún contenido saldría a la luz, la confianza tanto al canal como al periodista decayera de una forma instantánea.

## V. CONCLUSIONES

Se concluye, que el contenido ofrecido en el programa Beto a Saber fue insidioso, provocando temor y duda, llegando a consecuencias graves a la población, puesto que esto se debe al no verificar una fuente confiable llevando así a la desconfianza tanto en el canal televisivo como al periodista Beto Ortiz. Asimismo, llegó a utilizar mensajes inadecuados para el público trayendo consigo opiniones críticas. A su vez también se dio a conocer noticias que son manipuladas dando información dudosa, es aquí donde radica la importancia de la ética periodística.

Por otro lado, se llegó a concluir que los casos de fake news y desinformación del programa "BETO A SABER", eran engañosos, con poca credibilidad y falta de ética periodística por parte del conductor ocasionando controversia en los ciudadanos, habiendo noticias falsas, siendo una de ellas el documento Preliminar de la vacuna Sinopharm mostrando información errónea a los televidentes, asimismo causando temor a la ciudadanía, siendo un informe no oficial llegando a una conclusión anticipada diciendo que era agua destilada. Consigo mismo llevó a tener una falta de ética con el fin de obtener más rating en su programa.

Se determinó que el impacto es negativo, ya que el rol del periodista es contribuir a la sociedad con noticias confiables, dado que la información debe ser trata con diversas fuentes confiables y sustento científico, puesto que los temas expuestos en el programa eran engañosos, trayendo consigo un fuerte debate de la desinformación y fake news en los contenidos del programa Beto a Saber, esto llevó a tener denuncia por parte del estado peruano, llegando a tener una mala crítica hacia su programa ocasionando que Beto Ortiz salga del país.

Para acabar, se concluye que el análisis de la desinformación y fake news en el contenido del programa Beto a Saber, fue la esperada, debido a que el periodista tergiverso sus contenidos periodístico frente a los diferentes temas incluido de la Covid 19, utilizando un tono inadecuado para expresar sus notas, además que las fuentes que brindaba dicho periodista no eran fiables y a pesar que traía consigo algún especialista de apoyo para fortalecer los temas de salud, no era suficiente debido a que el tema coyuntural era muy complejo, ocasionando el pánico y miedo a la ciudadanía.

## **VI. RECOMENDACIONES**

A las escuelas profesionales de ciencias de la comunicación y periodismo, promover la práctica de la ética periodística, en los futuros comunicadores, los cuales pueden usar este estudio como referencia para fines educativos.

A los periodistas, se recomienda verificar las noticias con diversas fuentes confiables, a su vez generar criterios objetivos para el correcto uso de la información, además practicar la ética y la imparcialidad en el ámbito político, salud y social.

A los medios masivos de comunicación se recomienda ser cuidadosos y responsables en las investigaciones periodísticas, a su vez difundir noticias de una manera formal, para evitar que impacte negativamente en la sociedad.

Para finalizar, a los directivos del canal Willax TV se recomienda supervisar la parrilla de este tipo de programas periodísticos antes de ser emitidos para evitar futuras denuncias, de esa manera obtendrá credibilidad el canal.

## REFERENCIAS

- Allcott, Hunt and Matthew Gentzkow (2017), Social media and fake news in the 2016 election, *Journal of Economic Perspectives*. Recuperado: Allcott, Hunt and Matthew Gentzkow (2017), Social media and fake news in the 2016 election, *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.
- Ángel Pérez, Dorio Alberto (2011), Hermeneutics and research methods of Social Science (Grupo de investigación Ética y Política Universidad Autónoma de Manizales Manizales, Caldas – Colombia) <http://www.scielo.org.co/pdf/ef/n44/n44a02.pdf>
- Arteta Ripoll, Cristobal (2017), *Hermenéutica, pedagogía y praxeología* (Universidad Libre de Colombia).
- Blanco Alfonso, I.; García Galera, C.; Tejedor Calvo, S. (2019). The impact of fake news on Social Science Research. Systematized bibliographic review 24 (2), 449-469
- Bernabé Fraguas, Javier (2017), *El periodismo preventivo como técnica pedagógica para evitar la desinformación en crisis y conflictos: los casos de Chihuahua y Ciudad Juárez* (Universidad Complutense de Madrid).
- Bustos Díaz, J., & Ruiz del Olmo, F. J. (2020). Fuentes verificadas ante las Fakes News. El caso de Facebook, Google y Microsoft frente a la desinformación durante el COVID-19. *Revista De Estilos De Aprendizaje*, 13(26), 7–18. <https://doi.org/10.55777/rea.v13i26.2158>
- Cáceres López, Moisés Alejandro (2021), *La comunicación y el modelo de Lasswell, Análisis de la vigencia de la aguja hipodérmica en tiempos actuales*, <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/19923/1/UPS-TTQ250.pdf>
- Consejo consultivo de Radio y Televisión (2021), *Concortv se pronuncia frente al tratamiento informativo del programa Beto a saber del canal de Willax*, <https://www.concortv.gob.pe/concortv-se-pronuncia-frente-al-tratamiento-informativo-del-programa-beto-a-saberdel-canal-de-tv->

willax/?fbclid=IwAR0iLCw-DG\_pVsKM6tdwbjqCrNJJu2dwOvUdyKg08-YwzdTXv7Ae59bU275M

Catalina García, Beatriz; Pedro Sousa, Jorge; Cristina Silva Sousa, Li Chang (2019), Consumption of news and perception of fake news among Communication students from Brazil, Spain and Portugal.

Cerruti, Pedro (2019), Comunicação, política e poder: Uma reconsideração da obra de Harold Lasswell.

Digital (2021). Cuanto nos preocupan los fake news. SATISTA. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>

Flores Vivar, J. M. (2019). Inteligencia artificial y periodismo: diluyendo el impacto de la desinformación y las noticias falsas a través de los bots. *Doxa Comunicación*, 29, pp. 197-212.

García-Galera, M. C., Del-Hoyo-Hurtado, M. y Blanco-Alfonso, I. (2020). Disinformation and communicative intention: a proposal to classify fake news produced in professional journalistic environments. *Revista Mediterranean Journal of Communication*.

García Marín, David & Salvat Martinrey, Guiomar (2020), Research on disinformation in Spain. Analysis of thematic trends through a systematic literature review,

Giraldo Mora, Clara Victoria, & Arias Valencia, María Mercedes (2011). Scientific rigor in qualitative research. *Nursing Research and Education*, 29(3),500-514. Ediciones Universidad de Salamanca Fonseca, *Journal of Communication*, 23, 2021, pp. 199-225

Gloria Ponjuán, Dante & Déborah Torres, Ponjuán (2020), the other side of information: disinformation and inaccurate information as challenges for the management of institutional information, *Cuban Journal of Information in Health Sciences*.

González Cantarutti, Carolina Gimena (2013), Persuasión y credibilidad en la marca.

- González, M. A. (2019). Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* 45, pp. 29-52. doi: 10.12795/Ámbitos. 2019.i45.03
- Instituto de Estudios Peruanos (2021). Fake News y desinformación en el Perú. <https://iep.org.pe/noticias/critica-y-debates-fake-news-y-desinformacion-en-el-peru-por-rodrigo-gil/>
- López Segura, Miguel (2020), Propuesta de medio digital periodístico como respuesta ante la creciente desinformación y fake news en medio de una pandemia mundial y una cierta coyuntura política-social en el Perú, (Universidad de Lima).
- Lozada, José (2014), Investigación Aplicada: Definición, Propiedad Intelectual e Industrial (Centro de Investigación en Mecatrónica y Sistemas Interactivos, Universidad Tecnológica Indoamérica, Quito, Pichincha, Ecuador),
- Mamani Sánchez, Manuel André (2020), Ilustración y diseño como medio para combatir la desinformación generada en las redes sociales por falta de verificación de fuentes en usuarios de redes sociales de 20 a 30 años (Universidad San Ignacio de Loyola).
- Mayoral, J.; Parratt, S.; Morata, M. (2017). Desinformación, manipulación y credibilidad periodísticas: una perspectiva histórica, en *Historia y comunicación social* 24 (2), 395-409.
- Martínez Vega, J. I. y García Salgado, C. M. (2019). La desinformación como elemento esencial en la discriminación de las personas con síndrome de Down: cada uno a su tiempo (trabajo de suficiencia profesional para optar el título profesional de Licenciado en Comunicación). Universidad de Lima.
- Masip, Pere; Suau, Jaume; Ruiz-Caballero, Carlos (2020) "Perceptions about media and disinformation: ideology and polarization in the Spanish media system". *Information Professional*, v. 29, n. 5, e290527.

- Medrano Samaniego, Concepción (2006), El Poder educativo de la televisión. *Revista de psico didáctica*, 11(1),93 -107.
- Navarrete Pinto, Víctor Manuel (2020), Análisis del tratamiento de la noticia televisiva en la civilización del espectáculo: Caso América Televisión.
- NAVARRO GUERE, H. (2020). Cómo es la información que recibimos sobre la COVID-19. Estudio de percepción y consumo. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 1(145), 67-92.
- Organización de las naciones unidas para la Educación la ciencia y la cultura (2020), Periodismo, libertad de prensa y COVID-19, [https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco\\_covid\\_brief\\_es.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_covid_brief_es.pdf)
- Organizaciones de las Naciones Unidas, (16 de abril del 2020). Noticias falsas y desinformación, otra pandemia del coronavirus.
- Pacasi Tirado, Jorge Alfredo (2020), Influencia de las “fake news” en la opinión de los adultos de 50 a 65 años del distrito de San Miguel sobre el coronavirus.
- Pangrazio (2018). What's new about 'fake news'?: Critical digital literacies in an era of fake news, post-truth and clickbait. Australia.
- Ramón San Miguel, A., Sánchez-Gey Valenzuela, N., y Elías Zambrano, R. (2022). Los profesionales de la información y las fake news durante la pandemia del covid-19. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 155, 131-149. <http://doi.org/10.15178/va.2022.155.e1312>
- Rodríguez Fernández, Leticia (2019), Desinformación y comunicación organizacional: estudio sobre el impacto de las fake news, *Revista Latina de Comunicación Social*.
- Rodríguez Pérez, Carlos (2019), Do not say fake news; say disinformation: a review article about the fake news phenomenon and its implications, (Universidad de Ibagué).
- Romero Rodríguez, Luis (2013), Towards a state of the art of disinformation disinformation research (Universidad de San Martín de Porres).



Romero Romero, Heydi Jazmin; Torres Loor, Dayana Maite (2020), Strategies to identify fake news on Facebook and digital skills in users machaleños to avoid misinformation in news about covid-19.

Sandoval Latorre, Jhon & Miranda Castañeda, Irving David (2019), "Fake News y credibilidad de los medios de comunicación digitales en Lima, Perú. caso: suicidio de Alan García" (Universidad Tecnológica del Perú).

Sánchez de la Nieta, Miguel Ángel & Fuente Cobo (2020), Carmen, Journalism vs Disinformation: the Social Role of the Professional Journalist in the Fake-news and Post-truth Era.

Servimedia (2018), Influencias de las noticias falsas en la opinión pública. Estudio comunicación.

Tabja Salgado, Jorge (2021), Fake News and Fake Science: The Two Sides of Disinformation in Democracy, Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad - CTS, vol. 16, núm. Esp.46, pp. 41-53, 2021.

VIGNOLI, Richele Grengé, & RABELLO, Rodrigo, & de ALMEIDA, Carlos Cândido (2021). INFORMAÇÃO, MISINFORMAÇÃO, DESINFORMAÇÃO E MOVIMENTOS ANTIVACINA: MATERIALIDADE DE ENUNCIADOS EM REGIMES DE INFORMAÇÃO. Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação, 26 <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14768130004>

**ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA**

PROBLEMA	OBJETIVOS	MARCO TEÓRICO	METODOLOGÍA	CATEGORIAS / SUBCATEGORÍAS
<p>¿CUAL ES EL NIVEL DE CONTENIDO DE DESINFORMACIÓN DE FAKE NEWS DEL PROGRAMA BETO A SABER?</p> <p>¿ De qué manera se presentaron la desinformación y las fakes news en el programa Beto a Saber?</p>	<p>Objetivo General:</p> <p>Analizar la desinformación y fake News en el contenido del Programa de “BETO A SABER”.</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <p>Describir la percepción de la desinformación y fake news en el programa Beto a saber.</p> <p>Identificar los casos de fake news del programa “BETO A SABER”</p>	<p>Cuya investigación tuvo como objetivo crear un medio digital capaz de poder llevar contenidos periodísticos veraces, que no haya desinformaciones y noticias completas (López, 2020)</p> <p>Menciona que la definición más precisa de las fake news es; que llegan a ser noticias en falsedad y aparecer</p>	<p><b>TIPO DE INVESTIGACIÓN</b></p> <p>Cualitativo</p> <p><b>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN</b></p> <p>hermenéutica</p> <p><b>TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS</b></p>	<p><b>CATEGORÍA APRIORÍSTICA</b></p> <p>fake news</p> <p>Desinformación</p> <p><b>SUB CATEGORÍA: AXIAL</b></p> <p>Falsedad</p> <p>Credibilidad</p> <p>Deliberada</p>

	<p>Dar a conocer el impacto de la desinformación y fake news de los contenidos del programa Beto a Saber.</p>	<p>por intención deliberada en lugar de accidente o error. <b>(Álvarez, 2017)</b></p> <p>Actualmente la ciudadanía accede a la información de diferentes temas mediáticos mediante los canales de televisión y que los contenidos son manipulados para sus propios intereses del medio televisivo o grupos de poder, para que pudieran influir en sus decisiones del público dando otro contexto según <b>(Bernabé,2017)</b>.</p>	<p>Análisis</p> <p><b>INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS</b></p> <p>Guía de observación.</p> <p>Entrevistas a Especialistas</p> <p>Entrevistas a Ciudadanos</p>	<p>Engañoso</p> <p>Distorsionado</p>
--	---	---	--	--------------------------------------

## ANEXO 2: MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN

Ámbito Temática	Problema de Investigación	Preguntas de Investigación	Objetivos Generales	Objetivos Específicos	Categorías	Subcategorías
Desinformación y fake news en el programa televisivo Beto a Saber	¿De qué manera se presentaron la desinformación y las fakes news en el programa Beto a Saber?	<p>¿Cómo se puede identificar la percepción de la desinformación y fake news?</p> <p>¿Cómo se puede verificar las fake news y la desinformación?</p>	Analizar la desinformación y fake News en el contenido del Programa de “BETO A SABER” en el mes de abril 2021	<p>Describir la percepción de la desinformación y fake news en el programa Beto a saber.</p> <p>identificar los casos de fake news y desinformación del programa “BETO A SABER”</p>	DESINFORMACIÓN	<p>Engañoso</p> <p>· Distorsionado</p> <p>Deliberada</p>

		¿De qué manera se puede percibir el impacto?		Dar a conocer el impacto de la desinformación y fake news de los contenidos del programa Beto a Saber	FAKE NEWS	Falsedad · Credibilidad
--	--	--	--	---	-----------	----------------------------

### ANEXO 3: TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

GUIA DE ENTREVISTA N°01 CIUDADANO	
Apellidos y Nombres:	
Fecha	
Presentación	
<b>DESARROLLO DE ENTREVISTA</b>  <ol style="list-style-type: none"><li>1. ¿Cómo reaccionó usted frente a los contenidos dados por el programa Beto a Saber sobre las vacunas contra el covid 19?</li><li>2. ¿Alguna vez identificó algún contenido de desinformación y fake news en el programa Beto a Saber?</li><li>3. ¿Cree usted que los contenidos están bien sustentados?</li><li>4. ¿Cree usted que los contenidos de Beto a saber llegan a dar una información inconclusa?</li><li>5. ¿Su contenido de Beto a saber llega a ser realmente verídico?</li><li>6. Después de lo ocurrido, -¿Sigues confiando tanto en el programa, como en el periodista Beto Ortiz?</li><li>7. ¿Crees que el programa Beto a Saber llega a tergiversar su contenido?</li><li>8. ¿Alguna vez llegaste a ver alguna noticia falsa en el programa?</li><li>9. Si una noticia no es sustentada por fuentes confiables, ¿Crees que un periodista tiene derecho a transversal la noticia? ¿Y qué efectos crees le traería si sale a la luz la verdad?</li></ol>	
Conclusión	

<b>GUIA DE ENTREVISTA N°02 PERIODISTA</b>	
Apellidos y Nombres:	
Fecha	
Presentación	
<p><b>Desarrollo de Entrevista</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Cómo reaccionaste frente a los contenidos dados por el programa Beto a Saber sobre las vacunas contra el covid 19?</li> <li>2. ¿Alguna vez identificas algún contenido de desinformación y fake news en el programa Beto a Saber?</li> <li>3. ¿Los contenidos están bien sustentados?</li> <li>4. ¿Llegan a dar una información inconclusa?</li> <li>5. Te llegaste a sentir afectado al revelar que era falso el contenido dado por el periodista Beto Ortiz</li> <li>6. Después de lo ocurrido, ¿Sigues confiando tanto en el programa, como en el periodista Beto Ortiz?</li> <li>7. ¿Consideras que el programa Beto a Saber es confiable?</li> </ol>	
Conclusión	

## GUÍA DE OBSERVACIÓN

Nombre del canal	WILLAX TV
Nombre del programa	BETO A SABER
Horario de Emisión	8:55 pm

Objetivo: Observar y evaluar el desempeño realizado por el programa

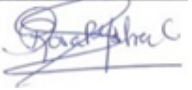
N°	Aspectos a evaluar	SI	NO	TAL VEZ	OBSERVACIONES
1	Llega a ofrecer contenidos falsos en sus programas				
2	Se identificó algún contenido de fake news y desinformación				
3	Su información llega a ser inconclusa y exagerada utilizando el morbo de por medio				
4	Llegan a traer especialistas para fundamentar su contenido				



5	El programa llega a tergiversar su contenido				
6	Llegan a demostrar fuentes confiables y verídicas en sus contenidos.				
7	Su contenido es agradable para todo público				


#### ANEXO 04: VALIDACIÓN POR JUICIOS DE EXPERTOS

**TABLA 01: MATRIZ DE VALIDACIÓN DE GUÍA DE ENTREVISTA AL CIUDADANO**


Nombres y Apellidos	Rosa Patricia Gálvez Carrillo	DNI N°	18141741
Nombre del Instrumento	Matriz de validación de guía de entrevista al ciudadano.		
Dirección domiciliaria	Manuel Tejada 645-Urb. San Fernando.	Teléfono domicilio	044-295273
Título Profesional/Especialidad	Biologo-Microbiologo Metodóloga	Teléfono Celular	968055575
Grado Académico	Doctor		
Mención	Ciencias Ambientales		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Trujillo 18 de Noviembre 2021

**TABLA N°02: MATRIZ DE VALIDACIÓN DE GUÍA DE ENTREVISTA AL PERIODISTA**


Nombres y Apellidos	Rosa Patricia Gálvez Carrillo	DNI N°	18141741
Nombre del Instrumento	Matriz de validación de guía de entrevista al periodista.		
Dirección domiciliaria	Manuel Tejada 645-Urb. San Fernando.	Teléfono domicilio	044-295273

Título Profesional/Especialidad	Biologo-Microbiologo Metodóloga	Teléfono Celular	968055575
Grado Académico	Doctor		
Mención	Ciencias Ambientales		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Trujillo 18 de Noviembre 2021

**TABLA N°03: MATRIZ DE VALIDACIÓN DE GUÍA DE OBSERVACIÓN**


Nombres y Apellidos	Rosa Patricia Gálvez Carrillo	DNI N°	18141741
Nombre del Instrumento	Guía de Observación.		
Dirección domiciliaria	Manuel Tejada 645-Urb. San Fernando.	Teléfono domicilio	044-295273
Título Profesional/Especialidad	Biologo-Microbiologo Metodóloga	Teléfono Celular	968055575
Grado Académico	Doctor		
Mención	Ciencias Ambientales		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Trujillo 18 de Noviembre 2021

**TABLA N°04: MATRIZ DE VALIDACIÓN DE GUÍA DE OBSERVACIÓN**


Nombres y Apellidos	Kilver Manuel Fasanado Lescano		DNI N°	18149021
Nombre del Instrumento	GUÍA DE OBSERVACIÓN			
Dirección domiciliaria	Av. Pablo Casals Urb. Mochica		Teléfono domicilio	
Título Profesional/Especialidad	Licenciado de ciencias de la comunicación		Teléfono Celular	968055575
Grado Académico	Magister			
Mención	Relaciones Públicas e Imagen Corporativa			
FIRMA			Lugar y Fecha:	Trujillo 22 de Noviembre 2021

**TABLA N°05: MATRIZ DE VALIDACIÓN DE GUÍA DE ENTREVISTA CIUDADANO**

Nombres y Apellidos	Kilver Manuel Fasanado Lescano		DNI N°	18149021
Nombre del Instrumento	GUÍA DE ENTREVISTA CIUDADANO			
Dirección domiciliaria	Av. Pablo Casals Urb. Mochica		Teléfono domicilio	

Título Profesional/Especialidad	Licenciado de ciencias de la comunicación	Teléfono Celular	968055575
Grado Académico	Magister		
Mención	Relaciones Públicas e Imagen Corporativa		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Trujillo 22 de Noviembre 2021

**TABLA N°06: MATRIZ DE VALIDACIÓN DE GUÍA DE ENTREVISTA PERIODISTA**


Nombres y Apellidos	Kilver Manuel Fasanado Lescano	DNI N°	18149021
Nombre del Instrumento	GUÍA DE ENTREVISTA PERIODISTA		
Dirección domiciliaria	Av. Pablo Casals Urb. Mochica	Teléfono domicilio	
Título Profesional/Especialidad	Licenciado de ciencias de la comunicación	Teléfono Celular	968055575
Grado Académico	Magister		
Mención	Relaciones Públicas e Imagen Corporativa		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Trujillo 22 de Noviembre 2021

**TABLA N°07: MATRIZ DE VALIDACIÓN DE GUÍA DE OBSERVACIÓN**

Nombres y Apellidos	Francisco Javier Barquero Cornelio	DNI N°	40379695
Nombre del Instrumento	GUÍA DE OBSERVACIÓN		
Dirección domiciliaria	Hermilio valdizan 1225 – interior 22	Teléfono domicilio	044568329
Título Profesional/Especialidad	Comunicador Social	Teléfono Celular	951701906
Grado Académico	Magister		
Mención	Relaciones Públicas e Imagen Corporativa		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Trujillo 24 de Noviembre 2021

**TABLA N°08: MATRIZ DE VALIDACIÓN DE GUÍA DE ENTREVISTA A CIUDADANO**

Nombres y Apellidos	Francisco Javier Barquero Cornelio	DNI N°	40379695
Nombre del Instrumento	GUÍA DE ENTREVISTA A CIUDADANO		
Dirección domiciliaria	Hermilio valdizan 1225 – interior 22	Teléfono domicilio	044568329

Título Profesional/Especialidad	Comunicador Social		Teléfono Celular	951701906
Grado Académico	Magister			
Mención	Relaciones Públicas e Imagen Corporativa			
FIRMA			Lugar y Fecha:	Trujillo 24 de Noviembre 2021

**TABLA N°09: MATRIZ DE VALIDACIÓN DE GUÍA DE ENTREVISTA A PERIODISTA**

Nombres y Apellidos	Francisco Javier Barquero Cornelio	DNI N°	40379695
Nombre del Instrumento	GUÍA DE ENTREVISTA A PERIODISTA		
Dirección domiciliaria	Hermilio valdizan 1225 – interior 22	Teléfono domicilio	044568329
Título Profesional/Especialidad	Comunicador Social		Teléfono Celular 951701906
Grado Académico	Magister		
Mención	Relaciones Públicas e Imagen Corporativa		

FIRMA

Lugar  
Fecha:

y Trujillo 24 de  
Noviembre 2021

**ANEXO 04: VALIDEZ DE AIKEN**

INSTRUMENTO DE GUÍA DE ENTREVISTA CIUDADANO																			
Validez de Aiken		PERTINENCIA					CÓMERCIA					REPRESENTATIVIDAD							
CATEGORÍAS	Ítem	EXPERTO 1	EXPERTO 2	TOTAL VALORES en la de	V. Aiken SF (e [-1])	VALORES por ESCALAS	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	TOTAL VALORES en la de	V. Aiken SF (e [-1])	VALORES por ESCALAS	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	TOTAL VALORES en la de	V. Aiken SF (e [-1])	VALORES por ESCALAS	
FAKENEVS	1	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	
DESINFORMACIÓN	2	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	2	3	3	3	0.89	Validez aceptable	
SUB CATEGORÍAS																			
FALESDAD	6	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	
CREDIBILIDAD	7	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	
DELIBERADA	8	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	
ENGARROSO	9	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	
DISTORSIONADO	10	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	
Total Validez del instrumento e Índice		1.00					Validez fuerte	1.00					Validez fuerte	1.00					Validez fuerte

**VALIDEZ DE AIKEN GUÍA DE ENTREVISTA CIUDADANO**

INSTRUMENTO GUÍA DE OBSERVACION																					
Validez de Aiken		PERTINENCIA					CÓMERCIA					REPRESENTATIVIDAD									
CATEGORÍAS	Ítem	V. Aiken SF (e [-1])	VALORES por ESCALAS	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	TOTAL VALORES en la de	V. Aiken SF (e [-1])	VALORES por ESCALAS	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	TOTAL VALORES en la de	V. Aiken SF (e [-1])	VALORES por ESCALAS	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	TOTAL VALORES en la de	V. Aiken SF (e [-1])	VALORES por ESCALAS
FAKENEVS	1	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte
DESINFORMACIÓN	2	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	2	3	3	3	0.89	Validez aceptable
SUB CATEGORÍAS																					
FALESDAD	6	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte
CREDIBILIDAD	7	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte
DELIBERADA	8	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte
ENGARROSO	9	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte
DISTORSIONADO	10	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte
Total Validez del instrumento e Índice		1.00	Validez fuerte	1.00					Validez fuerte	1.00					Validez fuerte	1.00					Validez fuerte

**VALIDEZ DE AIKEN GUÍA DE OBSERVACIÓN**

INSTRUMENTO DE GUÍA DE ENTREVISTA PERIODISTA																							
Validez de Aiken		CONSISTENCIA					PERTINENCIA					CÓMERCIA					REPRESENTATIVIDAD						
CATEGORÍAS	ÍTEM	EXPERTO 1	TOTAL VALORES en la de	V. Aiken SF (e [-1])	VALORES por ESCALAS	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	TOTAL VALORES en la de	V. Aiken SF (e [-1])	VALORES por ESCALAS	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	TOTAL VALORES en la de	V. Aiken SF (e [-1])	VALORES por ESCALAS	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	TOTAL VALORES en la de	V. Aiken SF (e [-1])	VALORES por ESCALAS
FAKENEVS	1	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte
DESINFORMACIÓN	2	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	2	3	3	3	0.89	Validez aceptable						
SUB CATEGORÍAS																							
FALESDAD	6	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte
CREDIBILIDAD	7	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte
DELIBERADA	8	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte
ENGARROSO	9	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte
DISTORSIONADO	10	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte	3	3	3	3	1.00	Validez fuerte
Total Validez del instrumento e Índice general		1.00					Validez fuerte	1.00					Validez fuerte	1.00					Validez fuerte				

**VALIDEZ DE AIKEN GUÍA DE ENTREVISTA PERIODISTA**





**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, LISBOA ECHEVERRE GILSA CAROLINA, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis titulada: "DESINFORMACIÓN Y FAKE NEWS: ANÁLISIS DEL PROGRAMA "BETO A SABER", cuyos autores son DEL AGUILA RENGIFO JOSE DANIEL, ROJAS MENOR WALTER ALEJANDRO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 6.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TRUJILLO, 11 de Julio del 2022

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
LISBOA ECHEVERRE GILSA CAROLINA <b>DNI:</b> 43767281 <b>ORCID:</b> 0000-0001-8089-0928	Firmado electrónicamente por: GLISBOA el 14-07- 2022 20:24:03

Código documento Trilce: TRI - 0334531