



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

**Posverdad y *fake news* en el programa “Beto a Saber” del
canal Willax Televisión durante la pandemia en Perú, 2022**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTOR:

Arangoitia Villanueva, Manuel Joel (orcid.org/0000-0003-1433-2586)

ASESORA:

Dra. Torres Rivera, Julia Lizet (orcid.org/0000-0003-2848-4978)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

CHIMBOTE - PERÚ

2022

DEDICATORIA

Dedicado a mis padres, Manuel y Marleny; y a mis hermanos, Abi y Ángel por apoyarme incondicionalmente en este largo camino hacia el título profesional.

AGRADECIMIENTO

A mi amiga Jet, por el soporte constante, a mis amigos universitarios, y a los docentes y expertos que contribuyeron en esta investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	iv
ÍNDICE DE TABLAS	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
Fundamentos teóricos.....	9
III. METODOLOGÍA.....	20
3.1. Tipo y diseño de investigación:	20
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización:	21
3.3. Escenario de estudio:.....	24
3.4. Participantes:	24
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	25
3.6 Procedimiento	26
3.7 Rigor científico	26
3.8 Método de análisis de la información	26
3.9 Aspectos éticos	27
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	28
V. CONCLUSIONES	51
VI. RECOMENDACIONES.....	52
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	53
ANEXOS	60

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. PARTICIPANTES	28
TABLA 2: MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN	62
TABLA 3.: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR EXPERTOS	62

RESUMEN

La presente investigación de enfoque cualitativo tuvo como objetivo analizar la posverdad y *fake news* en el programa “Beto a Saber” del canal Willax Televisión durante la pandemia en Perú para identificar sus características, visibilizar la recurrencia de estas prácticas e identificar las razones de la confiabilidad en la presentación de su contenido. A través de un análisis del programa y entrevistas a profesionales de la comunicación y periodismo, se recopiló sus percepciones y experiencias para contrastarlos con las teorías. Se concluyó que sí existen prácticas de desinformación y distorsión de la noticia con una intencionalidad evidente de influir o condicionar la conducta de los televidentes, por ende, de la población, en cuanto a la vacunación y a las acciones del gobierno de turno sobre el manejo sanitario de la pandemia.

El tipo de investigación fue aplicada y de nivel descriptivo. De diseño fenomenológico, no experimental. La muestra considerada fue no probabilística con criterios de inclusión y exclusión de especialistas en periodismo y comunicaciones. Para el recojo de información se empleó la técnica de la entrevista individual semiestructurada siguiendo una guía elaborada con indicadores que permitieron obtener respuestas a profundidad de los profesionales participantes.

Palabras clave: posverdad, noticias falsas, desinformación, teoría de los dos pasos.

ABSTRACT

The objective of this qualitative research was to analyze post-truth and fake news in the program "Beto a Saber" of the Willax Television channel during the pandemic in Peru to identify its characteristics, make visible the recurrence of these practices and identify the reasons for reliability. in presenting your content. Through an analysis of the program and interviews with communication and journalism professionals, their perceptions and experiences were collected to contrast them with the theories. It was concluded that there are practices of misinformation and distortion of the news with an evident intention of influencing or conditioning the behavior of viewers, therefore, of the population, in terms of vaccination and the actions of the current government on health management. of the pandemic.

The type of research was applied and descriptive level. Of phenomenological design, not experimental. The sample considered was non-probabilistic with inclusion and exclusion criteria of specialists in journalism and communications. For the collection of information, the semi-structured individual interview technique was used, following a guide prepared with indicators that allowed obtaining in-depth responses from the participating professionals.

Keywords: post-truth, fake news, misinformation, two-step theory.

I. INTRODUCCIÓN

Yuval Noah Harari, reconocido historiador e intelectual argumenta que los humanos somos los únicos mamíferos que podemos cooperar con numerosos extraños porque solamente nosotros podemos crear relatos ficticios, difundirlos y convencer a millones de personas para que crean en ellos. (Harari, 2018)

Actualmente existe acceso fácil a mucha información, tanta que se vuelve complicado conocer la fuente de origen de una información que ha sido compartida por varios medios y viralizada en redes sociales. Es ahí que aparece el término “infodemia”, acrónimo formado de info(rmación) y (epi)demia, que hace referencia al exceso de información, en gran parte falsa, que existe sobre un tema y que dificulta encontrar fuentes confiables (Fundeu.es).

La aparición de las redes sociales y su potencial *viralizador* ha generado que los medios de comunicación descuiden su corroboración y verificación de noticias para lograr lanzar la información primeros. En este sentido se ha cuestionado su credibilidad, incluso de los medios serios en cada país.

A nivel internacional se ha priorizado atraer la atención de las personas por medio de otras formas, como del tono y el modo de presentación o la rapidez de la información en lugar de la veracidad de los hechos.

Juan Lozano, exdirector de Noticias RCN, comentó que el rol de los medios debe ir más allá de informar bien. “No hay que llegar primero, sino que hay que saber llegar y tenemos que hacerlo con mayor capacidad de comprensión” (La República – Colombia, 2020). Refiriéndose a la facilidad con la que las personas podemos compartir una información por nuestros propios medios con un celular.

Esto ha hecho que los medios de comunicación actuales sean cuestionados por la credibilidad de su información difundida, tanto los tradicionales en prensa, radio y televisión como los nuevos, en redes sociales. La falta de corroboración y verificación de las noticias ha generado una exposición a ser engañados con información manipulada.

Ahora podemos observar cómo la incertidumbre de la ciudadanía crece al momento de ver una noticia y debe decidir en dónde informarse y a qué medio creerle.

Es entonces que aparecen la posverdad y *fake news*, términos conocidos para los medios de comunicación periodísticos, pero para un público general sus conceptos son ambiguos y no suelen estar presentes al momento de recibir una noticia. Uno no piensa inmediatamente si lo que está viendo, escuchando o leyendo es falso si tiene verosimilitud con lo que pensamos.

La posverdad, fue elegida la palabra del año en 2016 por el diccionario inglés de Oxford, definiéndola como “relacionar o denotar circunstancias en las que los hechos objetivos influyen menos en la formación de la opinión pública que las apelaciones a las emociones y las creencias personales”.

Varios autores utilizan este concepto en sus artículos al fundamentar que en la posverdad se menosprecian los hechos para priorizar el refuerzo de pensamiento preconcebidos.

Salas (2018) rescata un concepto de *fake news* del libro del periodista español Marc Amorós (2018), “Las *fake news* son informaciones falsas diseñadas para hacerse pasar por noticias con el objeto de difundir un engaño o una desinformación deliberada para obtener un fin político o financiero”.

De igual forma Castillo et al. (2021) rescata el concepto de Lazer et al. (2018) sobre las *fake news*: “Pueden ser entendidas como una alteración deliberada de un hecho real o la invención de un hecho ficticio con el fin de desinformar o confundir a una audiencia, generalmente presentadas en formatos que evocan al de una noticia tradicional”. sostiene, además, que estas noticias falsas pueden tener múltiples propósitos, como intereses políticos, influir en la opinión pública o monetizar el tráfico de visitas de las páginas web visitadas, y hace énfasis en la carencia de revisión editorial; falta de “procesos que aseguren el cumplimiento de estándares mínimos como la precisión de la información, la contrastación de sus fuentes, la calidad de la argumentación y la valoración de su impacto”, aspectos con los que todo medio informativo serio y formal debe contar.

En este contexto, la presente investigación desarrolla el problema general de la desinformación presentadas desde la posverdad y las *fake news*, conociendo previamente que estos no son términos nuevos en el ámbito periodístico, pero sí para una población que consume noticias asumiendo que estas son verdad porque están en televisión o en un medio que transmite verosimilitud, ya sea por reforzamiento de su pensamiento, opinión, creencia o por la forma en la que se las presentan.

Es pertinente mencionar la teoría del encuadre (*framing*), la cual analiza cómo se construyen las creencias, las percepciones, el sentido común y las formas en las que pueden ser manipulados a través del lenguaje. Desde la comunicación se observa la construcción de la opinión pública como consecuencia de la forma en la que se presenta la información en medios, más que de la información misma.

Koziner (2013) en su artículo profundiza en la teoría del *framing* y concluye que “los medios de comunicación pueden considerarse actores sociales, capaces de generar marcos que produzcan y limiten el significado otorgado a los temas, ya que generan diferentes formas de comprender la realidad”, enfatizando en que los medios tienen la facilidad para mostrarnos una parte de la información con cierta intencionalidad de generar una opinión específica en el receptor.

Por lo tanto, si llevamos este problema al contexto de una crisis sanitaria por la pandemia del coronavirus, se agrava, porque involucra la salud y vida de las personas. Como explica Lazer et al. (2018)

Las noticias falsas han atraído principalmente la atención reciente en un contexto político, pero también se ha documentado en información recopilada sobre temas como vacunación, nutrición y valores de existencias. Es particularmente pernicioso en el sentido de que es un parásito del estándar de los medios de comunicación, beneficiándose simultáneamente y socavando su credibilidad.

La desinformación ha afectado al sector médico durante toda la pandemia y se han visto en la necesidad de afirmar o desmentir noticias desde sus propios medios oficiales.

Como se mencionó previamente sobre la infodemia, la cantidad de información que existe en la web hace difícil rastrear una noticia falsa o engañosa. Estas *fake news* se alimentan de cada medio que decide publicar o compartir sin previa verificación, pero la posverdad no solo involucra noticias falsas, sino una serie de distorsiones a todo lo que potencialmente puede ser una noticia de interés para la población, desde la descontextualización de las declaraciones de cualquier profesional o especialista hasta la malinterpretación de documentos médicos donde en lugar de observar y mostrar los hechos con rigor científico o periodístico, se priorizan las opiniones banales.

No obstante, varios medios informativos difundieron noticias falsas o distorsionadas bajo la defensa de la libre expresión y sin muestra de rigor periodístico ni científico al hablar de temas médicos, los cuales en su momento fueron desmentidos por redes de verificación, conocidas como *fact checking* (“verificar los datos”), donde contrastan y corroboran los hechos. Sin embargo, estas redes hacen uso de herramientas que, a pesar de su fácil acceso, la población no aplica para las noticias del día a día, más aún frente a una gran cantidad de información (infodemia) que recibe por diferentes medios.

El presente trabajo de investigación se justifica porque es conveniente para todas las personas que busquen conocer sobre las nuevas formas de manipulación y distorsión de la información al presentarla como noticia en medios de comunicación, ya que se brinda contenido teórico amplio y comprensible.

La relevancia social de esta investigación es en favor de la ciudadanía peruana, debido a que la información brindada es de interés público y puede ser verificada en sus fuentes directas, otorgando al lector la facilidad para aplicar la teoría cuando observe noticias en cualquier medio y sospeche de su veracidad y así no caiga en desinformación.

El valor teórico de esta investigación radica en el tema que se aborda, puesto que el enfoque cualitativo permite observar diferentes conceptos para ampliar los temas y a su vez acercarlos a casos específicos como el análisis a las noticias de un programa televisivo.

Por estos motivos, este estudio es importante para conocer y visibilizar prácticas de desinformación, sean o no intencionales, y se plantea la siguiente pregunta: ¿Cómo se presentan la posverdad y *fake news* en el programa “Beto a Saber” del canal Willax Televisión durante la pandemia en Perú, 2022?

Y se tiene como objetivo general: analizar la posverdad y *fake news* en el programa “Beto a Saber” del canal Willax Televisión durante la pandemia en Perú, 2022. Y como objetivos específicos se busca Identificar las características de las *fake news*, visibilizar las prácticas de posverdad e identificar las razones de la confiabilidad de las *fake news* en el programa “Beto a Saber” del canal Willax Televisión durante la pandemia en Perú, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

Cuando se habla de posverdad y *fake news* a nivel internacional, se tiende a relacionarlas con el periodismo y las comunicaciones, no obstante, esta problemática es transversal a todas las profesiones y sectores laborales.

Cabrera (2018), en su tesis de fin de grado: *Noticias falseadas: reacciones desde el periodismo y la política*, abordó el impacto que las noticias falsas llegan a tener en diferentes ámbitos de la sociedad actual y cómo se han visto en la necesidad de adaptarse. Su estudio descriptivo desarrolló un estudio de caso a la red de verificación de *fake news* española: *Maldito Bulo*, donde concluyó que la información al ser cíclica repite técnicas que se han venido usando a través de la historia en el periodismo y la propaganda, y más con la aparición de las nuevas herramientas surgidas en la era digital. Asimismo, enfatiza en la necesidad de crear un plan de educación ciudadana para la alfabetización mediática y sentido crítico, es decir, incidir en la capacitación de las personas para que sean capaces de identificar por sus propios medios las *fake news* y no sean transmitidas sin cuestiones.

Garzón (2020), en su tesis *La posverdad en las fake news y su influencia en la opinión pública: caso El Mercio*, centró su objetivo en demostrar la posverdad en las *fake news* y su influencia en la opinión pública, enfocándose en la red social Facebook. Su estudio bajo la metodología cuali-cuantitativa empleó el análisis de contenido en el caso de estudio del portal El Mercio, concluyó que

“muy pocas las personas que reconocen que la información es simulada o que el contenido no es confiable”, y puntualiza que los usuarios o consumidores del portal confrontan los comentarios que no coinciden con sus opiniones. Como se mencionó previamente, esta conducta polarizadora parece ser recurrente y este estudio pretende visibilizar esta conducta desde el análisis de un programa informativo.

Manzano (2018), en su tesis *La importancia de la verificación de las informaciones en la era de la posverdad. El desarrollo de iniciativas periodísticas frente a bulos y noticias falsas*, bajo el método de análisis de contenido enfoca su estudio en las noticias falsas, rumores, bulos en iniciativas que verifican datos falsos compartidos en medios. Y también entrevistan a los miembros de dichas iniciativas. Con el fin de mejorar la comprensión sobre lo que rodea a la denominada era de “posverdad”, esta investigación concluyó “el *fact checking* no es completamente efectivo a la hora de desmentir bulos”, no obstante, sí la considera una “verdadera arma para combatir la desinformación”. Asimismo, de las entrevistas se obtuvo como conclusión general que “la desinformación es muy difícil de erradicar, pero sí que se podría combatir con una alfabetización mediática, empezando desde edades tempranas en los colegios con la implantación de una educación que prevenga de los peligros que supone la desinformación”.

Esta problemática se observa y estudia a nivel internacional, buscando, como foco principal, visibilizar prácticas de desinformación para identificarlas y poder contrarrestarlas, además de ofrecerle a la ciudadanía herramientas para evitar caer en las *fake news*.

Torres (2020), en su investigación *Fact checking vs. Fake News: La importancia de la verificación de la información en tiempo de elecciones presidenciales. Casos: Ojo Biónico, Perú 2016 y Verificado 2018, México*; tuvo como objetivo aportar en los estudios sobre el uso del *fact checking* como estrategia de verificación de información y proporcionar teoría para analizar y explicar cómo han permitido que sea una herramienta para los diferentes medios informativos. Es una investigación de enfoque cualitativo con una muestra no probabilística, con diseño no experimental descriptivo/fenomenológico donde analizó casos de

estudio que fueron los proyectos de fact checking Ojo Biónico y Verificado 2018, concluyendo que el *fact checking* es una buena estrategia para combatir las *fake news* durante elecciones presidenciales, ya que se enfocan en aquellas noticias que se vuelven virales y en datos que los candidatos y personas importantes de su entorno mencionan. La labor que hacen estos proyectos ayuda a fortalecer la democracia de los países y a educar a las personas sobre los candidatos que están compitiendo a cargos de elección popular.

Montesinos (2020), en su tesis *La presencia de la desinformación y posverdad en las columnas de opinión: un análisis de las columnas de Aldo Mariátegui y Luis García Miró Elguera en el contexto del segundo proceso de vacancia al expresidente Pedro Pablo Kuczynski*, su objetivo fue describir y analizar las características de la posverdad en el discurso de opinión de dos periodistas, bajo el contexto de la vacancia. Con un enfoque cualitativo y usando como instrumento el análisis del discurso, según Teun Van Dijk (1990). Con una muestra no probabilística de diseño no experimental, llegó a la conclusión que ambas columnas de opinión, Aldo Mariátegui en Perú21 y Luis García Miro Elguera en Expreso, en su mayoría, existe un uso de falacias —principalmente generalizaciones precipitadas y afirmaciones gratuitas; y en menor medida, la falacia ad populum (conocida también como apelación a la emoción)— que son relacionadas a los discursos de posverdad.

Flores (2016). En sus tesis *Desarrollo de posverdad a través de twitter: Fujimorismo y anti fujimorismo durante las elecciones presidenciales del Perú en el 2016*, aporta algo importante respecto a la Posverdad, pues sostiene que al ser un fenómeno que agrupa varios contextos y conceptos, no se puede solo estudiar como un “acto de mentir”, ya que al hacerlo se dejaría de lado un análisis a profundidad de las acciones político-sociales que mueven el mundo. Por ello es necesario analizar cada contexto y definición para transmitir los mensajes correctamente.

En su investigación plantea y describe los elementos de la posverdad, rescatando conceptos teóricos de diversos autores, como Nicolás, J y Frápolli, M (1997), quienes identifican a la subjetividad como un rasgo común entre

verdad y realidad, palabras clave para comprender este fenómeno peligroso. Si lo verdadero es todo lo que es real y se opone a lo *ilusorio* o *imaginario*, es también algo confiable, digno de creer. Pero una observación puntual sobre lo fiable de esta realidad se proyecta a las cosas y las personas. Es decir, si se confía en las cosas (hechos observables) por sí mismas, o en la persona que las presenta. Si la persona, mediante el lenguaje, decide alterar o modificar esa verdad, puede convertirla en una mentira creíble o en un hecho irrefutable. Por lo tanto, la alteración de lo real y verdadero forma parte de la posverdad.

El autor concluye que la posverdad en Elecciones Generales del 2016 en Perú, “atenta contra la libertad de las personas”, en su análisis comprobó que las publicaciones en redes (twitter) fueron realizadas para manipular la opinión pública compartiendo hechos alterados.

Tapia (2020). En su tesis *Las fake news: impacto social y nuevos desafíos para los servicios de información*, de enfoque cualitativo bajo la metodología del Estado del Arte donde rescata conceptos y aproximaciones de diversos autores, entre los cuales resalta Tandoc et al. (2018), donde explica dos dimensiones noticias falsas: “facticidad e intencionalidad; la primera se refiere al grado en la que las noticias falsas se basan en hechos, y la segunda a la intencionalidad del autor de la noticia falsa para engañar y manipular”. Su investigación tiene como una de sus conclusiones que “las *fake news* es un conjunto de información malversada” y “los tipos de *fake news* detectados fueron: la sátira, la parodia, la fabricación de noticias, la manipulación fotográfica, la propaganda y la publicidad”.

Esta tipología nos permite observar con detenimiento una noticia e identificarla, por tal motivo se describe una síntesis de lo recopilado por Tapia (2020) a continuación:

- La sátira: las noticias satíricas son definidas por su “naturaleza cómica”, su humor inexpresivo para crear lo que se denomina "noticias falsas", su objetivo es influir en el receptor tocando temas sobre personas, eventos y tendencias reales (Lubeck, 2009).

- La parodia: emplea varias representaciones impresas, televisuales y fílmicas con fines cómicos, además combinan humor con críticas irónicas de las deficiencias del negocio de los medios (Bell, 2009).
- La fabricación de noticias: se refiere como artículos “inventados” sin fundamento fáctico, pero presentados como veraces. Se diferencia de las parodias y sátiras, porque no pretenden mostrarse como falsos. Tandoc et al. (2018).
- La manipulación fotográfica: manipulación de imágenes o videos reales para crear una historia falsa. El Urban Dictionary (2008) la nombra como: fauxtography (fotografía fraudulenta), imágenes de noticias falsificadas por diversos medios, generalmente busca promover una agenda ideológica o manipular las emociones del espectador.
- Propaganda: información parcial o engañosa, usada para fomentar una causa o punto de vista político.
- Publicidad: contenidos publicitarios con apariencia de noticias reales y generan ganancias económicas.

Fundamentos teóricos

No podemos hablar de posverdad sin mencionar el *Oxford English Dictionary*, pues en 2016 la escogió como palabra del año, porque como sustenta Capilla (2019), todos los medios usan la definición brindada por el diccionario y aceptan como base que “la posverdad es la sustitución de los hechos por creencias y emociones en los discursos sociales”.

Capilla (2019), en su artículo analiza el término en siete diarios diferentes, los más resaltantes del mundo, y su objetivo es “averiguar a qué se aplica el concepto de posverdad para deducir su capacidad explicativa”.

De acuerdo a sus propios criterios, el investigador analiza los siguientes diarios: The New York Times, The Guardian, The Times, Le Figaro, Le monde, El país y ABC.

Obtuvo como resultados una relación de la posverdad principalmente con la política, cuando se trata de involucrar a un adversario político como una amenaza (entendido para la postura que defiende el diario), y en segundo lugar la comunicación, en el contexto los entornos digitales (internet, redes sociales), es el ámbito afectado por la posverdad.

También rescata que todos los diarios (excepto The New York Times) “asocian posverdad al entorno digital y en relación con los sesgos cognitivos en los discursos sociales, donde se encuentran la propaganda, manipulación y desinformación”.

Castillo et al. (2021) cita a Flichtentrei (2018) sobre la posverdad, quien la entiende como “un escenario en donde la influencia de los hechos objetivos sobre la configuración de la opinión pública recibe una ponderación menor que las creencias personales y reacciones emocionales”, menciona también que la necesidad de reinterpretar los hechos responde a una estrategia cognitiva (conocimiento) para reforzar esa creencia previa. Dejando en claro que las creencias tienen más relevancia que la veracidad de información que se recibe.

Aquí es donde, respondiendo a sus objetivos, el investigador plantea que las herramientas digitales no son necesariamente los causantes de un comportamiento abocado a la creación de información falsa, pero sí encuentra relación en los sesgos, prejuicios, posturas o ideas preconcebidas hacia un tema y la facilidad con la que se podrían elaborar escenarios que refuercen sus pensamientos y caigan en la posverdad.

Cunha (2019), argumenta como antecedente histórico relevante del florecimiento de la posverdad fueron los cambios recientes y revolucionarios en los medios de comunicación y el intercambio de noticias. En ese contexto, las empresas tradicionales de noticias, tratando de reposicionarse en el nuevo mercado digital,

intensificaron el proceso de brindar a sus clientes lo que desean, es decir, información que corroboraba y confirmaba sus creencias previas.

Laybats y Tredinnick (2016) para los autores, la posverdad es “opinión que flota libremente y los hechos son secundarios”, son argumentos más viscerales y emocionales. Y en su artículo aportan sobre las cámaras de eco, que es el espacio donde los puntos de vista prevalecen por encima de los hechos y se repiten infinitamente a través de las redes sociales y su matiz narcisista.

Ibáñez (2017), señala a dos actores dentro de la posverdad, específicamente en la política: por un lado, el ciudadano, que actúa como oidor pasivo; por otro el político que busca agradar a sus seguidores sin preocuparse de lo que afirma.

Haidar (2018), en su artículo presenta un aporte importante que esta investigación tiene como pieza clave: la verosimilitud. La autora explica que, junto a la mentira, la falacia son contradicciones de la verdad. Y para que la posverdad sea una estrategia eficaz debe basarse en la mentira o lo verosímil, es decir, de lo que parece verdadero, pero no lo es.

En el Perú la televisión juega un rol importante al momento de informar a la ciudadanía, específicamente en sus programas informativos, pero no necesariamente con un carácter periodístico riguroso.

El reconocido autor peruano y premio nobel, Mario Vargas Llosa, en su libro “La civilización del espectáculo”, examina el mundo de entretenimiento donde la diversión tiene la prioridad, la cultura es banal y el periodismo difunde chismes y escándalos en lugar de información responsable. Alvarado, T. (2013) lo cita respecto a éste como un “periodismo que busca entretener informando, de modo que la prensa que conquista grandes públicos no es la seria y de rigor, sino la que se ocupa del chisme, de la vida privada y de la catástrofe” (p.4).

Harari, (2018) en su libro “21 lecciones para el siglo XXI” argumenta que los seres humanos siempre hemos vivido en posverdad. Porque creamos historias ficticias para creer en ellas. El historiador e intelectual reconocido mundialmente

plantea la idea de una posverdad infinita, donde siempre ha existido una dificultad de distinguir los hechos de las ficciones, donde las personas vivimos en una caja con nuestras religiones, creencias y mitos. “Mientras todos creamos en las mismas ficciones, todos obedeceremos las mismas leyes y, por tanto, podremos cooperar de manera eficaz”. (p.267)

Estos argumentos nos plantean un panorama donde las personas ya no buscan consumir noticias para informarse, sino para satisfacer su necesidad de entretenimiento con información, pero reforzando lo que piensan.

Los medios parecen conocer bien esto y por ello manejan sus propias líneas editoriales, que a su vez responde a una línea empresarial, que, aunque no sea explícita, se infiere por sus contenidos y posturas al momento de abordar los temas presentados como noticias.

No es desconocido que en épocas electorales sea más notorio, como en todo el mundo, cada uno tiene sus candidatos a los cuales deben favorecer, no obstante, en contexto de pandemia, era necesaria una unión tácita para informar continuamente el avance del virus en cada región, los protocolos sanitarios desde el estado y las medidas a acatar, entre otras noticias internacionales. Esto fue una realidad prácticamente en todos los medios nacionales, sin embargo, cuando una postura se prioriza por encima de los hechos objetivos, esta se acerca a la burbuja de la posverdad y aunque no llegue a ser una noticia falsa, existe una intención de direccionar la información al ámbito de interpretación.

No obstante, los medios de comunicaciones tradicionales han perdido influencia al momento de formar la opinión pública, Luna (2015) sostiene que las redes sociales o *social media*, están ocupando paulatinamente el lugar de los *mass media*. En estas redes el individuo puede ser el mismo generador de la opinión al contar lo que está viviendo (desde cualquier parte del mundo) en tiempo real. Y además precisa que “se tiene mayor credibilidad en el individuo que en el medio que tiene intereses económicos o políticos”.

Pero esto a su vez genera un daño colateral denominado: las cámaras de eco o de resonancia.

Bordonaba (2020) menciona que estas “fomentan una exposición selectiva a la información”, promoviendo la formación de grupos con las mismas ideas políticas, religiosas, educativas o económicas y refuerzan sus propios pensamientos o posturas sin buscar más allá de su “verdad”.

En esa misma perspectiva Gutiérrez (2020), dice que las redes sociales reproducen comunidades de “lo mismo”, es decir, espacios donde es un hábito consumir información similar y se excluye deliberadamente lo que no responde a gustos y preferencias personales.

Una vez que el individuo está inmerso en lo que Avaro (2021), denomina “ecosistema de atención” lo empieza a vivir y a alimentar. Para el autor, el actor verdadero de estos ecosistemas es nuestra visión personal del mundo, aquella que reclama empatía de los que no piensan igual.

Esto, en un ambiente de *posverdad*, alimenta la polarización en la opinión, pues si no se avala lo que uno piensa, entonces se menosprecia lo que dice otra persona, englobando un espacio para ejercer una opinión sesgada y transmitirla sin mayor perjuicio.

Aunque la Constitución Política del Perú avala que las personas puedan ejercer la libre expresión, en el artículo número 2, el cual detalla el inciso 4 que todas las personas tienen libertad de “información, opinión, expresión y difusión del pensamiento mediante la palabra oral o escrita o la imagen, por cualquier medio de comunicación social, sin previa autorización ni censura ni impedimento algunos, bajo las responsabilidades de ley”. (Constitución Política del Perú, Art. 2, 1993). Esto no quiere decir que las informaciones que se emitan en cualquier medio puedan escudarse para promover desinformación haciéndola pasar como una opinión. El tratamiento de la información, es decir, el enfoque particular de la noticia por parte del medio y el presentador (Ardèvol, 2015), debe responder a códigos de ética y profesionalismo.

Es necesario precisar lo que Carrillo y Cervi (2019), explican en su artículo que existe una diferencia sutil entre hechos (relacionado con la posverdad) y la desinformación, un hecho es una declaración pero la información es un conjunto de hechos o detalles que se entregan.

Para eso esta investigación revisa definiciones de diversos autores, como Mercado (2018), explica las fake news como información intencionalmente diseñada para “engañar o manipular a la opinión pública y generar desinformación”. Enfatizando que sus creadores tienen “intención de exponer un argumento engañoso o falaz en virtud de un contenido específico disfrazado de noticia”. Mercado revisa en su artículo casos relacionados al ámbito político, y evidencia la intencionalidad que tienen sus actores para conseguir un objetivo. Esto lo podemos relacionar también al ambiente de los noticiarios, donde el periodista o presentador de noticias demuestra una intención más allá de solo informar un hecho. Como Ibáñez (2017), precisa al respecto como “un ataque contra la libertad de las personas”, si se prescinden de los hechos.

Si bien es cierto las noticias tienen diferentes matices y puntos de vista basadas en la subjetividad del periodista, también es necesario precisar que las historias deben ser presentadas con su debido contexto.

Herreras y García (2020). Definen la objetividad como “hablar de las cosas tal y como son por sí mismas”, si lo que observamos y expresamos no corresponde con la realidad, es una mentira. No obstante, más allá de objetividad, que siempre se solicita al abordar una noticia, se busca la imparcialidad, para que el receptor sienta confianza y tome la información como veraz.

Lima et al. (2019) en su artículo sugiere una definición sobre esa confianza en las noticias: debe entenderse como una extensión de la confianza en los diferentes medios y agencias de noticias y de la selectividad, imparcialidad, factualidad, credibilidad y objetividad de los reportajes e historias que difunden. Pero esta se ve condicionada por la producción de contenidos engañosos e inexactos del subperiodismo (que no va de acuerdo a la rigurosidad del

periodismo), la prevalencia de lo económico, la propaganda y la necesidad de manipular la opinión pública para intereses personales.

En la comunicación encontramos la teoría del encuadre o *framing* en inglés, ésta hace referencia a un acto de “encuadrar” la información de acuerdo a las intenciones de quien la comparte. En los noticiarios está vinculada no solo al emisor sino también al medio, en base a su línea editorial, deciden qué es noticia y qué no, a pesar de que lo demande la coyuntura o el contexto. Lo que recibe la audiencia es lo que el medio o comunicador quiere decir.

Ardèvol (2015) en su artículo señaló la definición de Entman (1993): “un proceso en el que se seleccionan algunos aspectos de la realidad, a los que les otorgará un mayor énfasis o importancia, de manera que se define el problema, se diagnostican sus causas, se sugieren juicios morales y se proponen soluciones y conductas apropiadas a seguir”. También cita a Sádaba (2001) quien sostiene que los encuadres de la teoría son “esquemas compartidos que subyacen en las actitudes de los periodistas, que organizan la información; en los receptores, que son capaces de comprenderla; en los textos en los que se esconden y en la cultura en la que se generan”. El autor describe que la teoría se enfoca en cuatro elementos del proceso de comunicación: emisor, receptor, texto y cultura. La adición de este último es parte importante a tener en cuenta en esta investigación, pues la forma en que las noticias son expuestas al público tienen un impacto distinto de acuerdo a la cultura de los grupos sociales.

Considerar el impacto social es determinante porque se describen efectos, consecuencias e influencias para grandes sectores de la sociedad. Díaz (2010).

En consecuencia, con estos planteamientos teóricos, también encontramos la teoría de Lazarsfeld y Katz conocida como la teoría de flujo de dos pasos, Qi Yao et, al (2022) considera que el concepto central es que los líderes de opinión actúan como puentes entre los medios y las personas, estos “líderes” brindan activamente hechos específicos al público y hacen sugerencias en las actividades de comunicación y juegan un papel crucial en la comunicación siendo una figura crítica en la transmisión de información.

Asimismo, es importante y necesario ver el contexto en el que se desarrollan las noticias. La contextualización es información complementaria que permitirá al receptor tener un panorama más amplio sobre lo que rodea al acontecimiento (Bogart, 1989 y Alessandri et al., 2001 como se citó en Gutiérrez et al., 2012)

La pandemia de la covid-19 ha generado sobreinformación en los medios tradicionales y las redes sociales dificultando a las personas a encontrar noticias confiables sobre la enfermedad. Para comprender la palabra *infodemia*, Arroyo et al. (2020), rescata que Eysenbach en el año 2002, acuñó el término de *infodemiología* a la *epidemiología* de la información, y la considera “una disciplina y metodología de investigación interdisciplinaria que estudia las determinantes y la distribución de información y desinformación en salud”, esto hablando específicamente sobre búsquedas respecto al ámbito salud. Relacionado a esto destaca al periodista David Rothkopf, quien identificó, durante la epidemia del SARS (Síndrome Respiratorio Agudo Grave por el coronavirus-1) del año 2003, “la presencia de una epidemia de información que aumentó y prolongó el daño social, económico y de salud pública ocasionado por la infección per se”. A este nuevo tipo de epidemia la llamó infodemia, y la definió como “la información asociada con miedo, especulación y rumores, amplificada y transmitida rápidamente por las modernas tecnologías de la información y que afecta negativamente a economía, la política y la seguridad de manera desproporcional a la realidad”, extendiendo su definición fuera del ámbito de salud pública.

Esta investigación estudia estos fenómenos comunicacionales desde las informaciones aparecidas en contexto de pandemia, específicamente la noticia del medio televisivo Willax durante la crisis sanitaria en Perú en el tratamiento y la presentación de las informaciones que transmiten al público. En el artículo de Aleixandre et al. (2020), con el objetivo de describir los problemas de información y comunicación sobre la Covid-19, revisa el trabajo de varios autores, donde a modo de conclusión hace énfasis en la responsabilidad que tienen los profesionales y medios de comunicación al momento de dar información objetiva sustentada con pruebas que reduzcan la incertidumbre de la población, más aún cuando se trata de temas de salud.

En los últimos años a raíz, justamente, de la infodemia, han aparecido en varios medios digitales iniciativas y programas de verificación de noticias, para comprobar o desmentir su información.

Fernández (2017), en su artículo sobre *Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática*, resalta el lanzamiento del Facebook Journalism Project que pretende “promover la alfabetización mediática (news literacy), con el objetivo de ayudar a los ciudadanos a obtener la información necesaria para tomar decisiones sobre en qué fuentes creer”. (p. 72)

Informarse es una práctica común de las personas, pero informarse bien es algo que actualmente cae en una zona confusa, no solo por la fuente sino por lo explicado previamente: la infodemia. Y si sumamos los momentos de crisis, política, económica, social, salud, etc., la información aumenta exponencialmente como cita Román et al. (2020) las personas menos perjudicadas con *fake news* serán las que dispongan de más fuentes, no así las personas con menos disponibilidad, limitando su fuente a las más populares.

El *fact checking* o verificación de datos no es nuevo en el periodismo, ya que desde su origen esta profesión ha utilizado herramientas para revisar la veracidad de sus textos. Actualmente en Latinoamérica existen 14 iniciativas de las cuales destacan El Sabueso (México), Chequeado (Argentina), Agencia Lupa (Brasil), entre otros. (Redacción Convermedia. 2020). En el Perú destacan tres medios de verificación:

- Ojo Biónico: es la sección de *factchecking* del medio de comunicación Ojo Público, donde descubren “las mentiras engaños o medias verdades de los políticos y autoridades peruanos”. Es el primer fact-checker que aparece en el Perú, formado en 2015.
- Amallulla: una plataforma colaborativa de verificación periodística destinada a combatir la desinformación, iniciativa impulsada por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

- El Filtro: el primer medio peruano dedicado exclusivamente al *fact checking*, creado el 7 de agosto de 2020, impulsado por periodistas que trabajan o trabajaron en los medios de comunicación más importantes del país, y que realizan comprobaciones sobre todo centradas en temas políticos.

Estas plataformas analizan las noticias en sus diferentes escenarios y las califican como ciertas, imprecisas o falsas. De esta manera el receptor puede generar una opinión más amplia sobre la noticia o cuestionarla si fue calificada como falsa.

Objeto de estudio

El objeto de estudio de esta investigación se centra en la presentación de una noticia sobre la eficacia de la vacuna Sinopharm que se dio en el programa “Beto a Saber” del canal Willax Televisión, el 5 de marzo de 2021, donde en una entrevista al biólogo molecular Ernesto Bustamante, revisaron un estudio preliminar sobre los ensayos clínicos de la vacuna en el Perú (realizada por la Universidad Cayetano Heredia), y observaron el 11,5% de eficacia que muestra el documento y comentaron que “no protege a nadie” y que “la vacuna produce más Covid que el placebo”, entre otros. Willax (2021)

Estas declaraciones generaron alerta en varios medios y buscando corroborar lo expuesto en el programa publicaron notas al respecto; algunos fueron:

- El Comercio, nota informativa realizada por el periodista de Ciencia y Tecnología: Bruno Ortiz Bisso. (2021, 8 de marzo)
- Gestión.pe, nota informativa sobre el caso. (2021, 5 de marzo)
- El portal Vida y futuro, nota informativa sobre el caso. (6 de marzo de 2021)
- El portal LP Derecho, nota sobre el caso y su repercusión hacia el presentador Beto Ortiz. (2021, 6 de marzo)
- El portal Salud con lupa, nota recopilatoria sobre noticias similares del presentador Beto Ortiz.
- La red de verificación de datos Ama Llulla (2021, 12 de marzo). La vacuna [de Sinopharm] produce más Covid-19 que el placebo. Ojo público.

- El portal Utero.pe, nota sobre diversas noticias cuestionables dadas en el canal Willax. (2021, 9 de marzo).

Frente a esto, la Universidad Peruana Cayetano Heredia (UPCH), encargada del ensayo clínico de la Sinopharm en Perú, aclaró la información en sus redes sociales, Twitter y YouTube (2021, 6 de marzo). A través de la doctora Coralith García, investigadora principal de UPCH en el ensayo clínico de la vacuna de Sinopharm, informó que el documento eran resultados preliminares y el ensayo finalizaría semanas después (Twitter y Youtube)

El Ministerio de Salud también aclaró dicha información dando a conocer que en base a estudios hechos en otros países realizaron las compras.

Debido al impacto y repercusión que tuvo en distintos medios de comunicación y redes, esta noticia es propicia para analizar y poder observar si se trata de una *fake news* o forma parte de la posverdad.

En febrero de 2021 inició la distribución de vacunas contra la covid-19 para enfrentar la pandemia en todo el Perú, priorizando a personal médico y personas de la tercera edad. (Documento técnico: plan nacional actualizado de vacunación contra la covid-19. 2021). En el mes de mayo el canal Willax por medio del programa “Beto a Saber” difundió una noticia a modo de denuncia sobre la el nivel de eficacia de las vacunas, sosteniendo que no era del 79% sino del 11%, respecto a la Sinopharm.

A continuación, se indican los minutos de los videos de su canal de YouTube del programa transmitido por Willax el 5 de marzo de 2021, donde explicitan los siguiente:

Video 1: Beto a Saber - LA VACUNA RUSA - MAR 05 - 1/4 | Willax

Minutos:

23:40 – 30:00; 31:37 – 31:53: “se pusieron la vacuna y se han enfermado”

32:00 – 32:40 “se enteraron ... se conocía antes por eso se pusieron 3 dosis”; “nos estamos poniendo 3 por si acaso porque dos no son suficientes”

32:57 – 33:40 “tengo que decir la verdad, es un estudio viciado, parece dirigido políticamente y no científicamente”, “¿Cómo es posible que se siga dando una vacuna que sé que es igual que agua destilada?”, “Con esa vacuna no se protege a nadie y la gente se va a seguir muriendo”.

Video 2: Beto a Saber - RESULTADO DEL ESTUDIO CLÍNICO - MAR 05 - 2/4 | Willax

Minutos:

1:03 – 1:45 “se vacunó y se enfermó”, “esto no protege absolutamente nada”.

4:49 – 5:06 “la vacuna produce más Covid que el placebo en algunos casos”

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación:

Esta investigación de enfoque cualitativo es de tipo aplicada, según la finalidad de la misma y de nivel descriptivo. El diseño es fenomenológico, no experimental – transeccional.

Según Hernández et al. (2014), las investigaciones de enfoque cualitativo se basan más en una lógica y proceso inductivo, es decir: explorar, describir, generar perspectivas teóricas; yendo de lo particular a lo general. También se concibe como un conjunto de “prácticas interpretativas que hacen al mundo “visible”, lo transforman y convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos”.

Sánchez et al. (2018) define la investigación de tipo aplicada como “pragmática o utilitaria que aprovecha los conocimientos logrados por la investigación básica o teórica para el conocimiento y solución de problemas inmediatos”.

OECD (2018) precisa también que la investigación aplicada tiene como fin adquirir nuevos conocimientos, pero orientada a un objetivo práctico específico.

Hernández et al. (2014) considera que la tipología adecuada para la investigación aplicada es la propuesta por Lester y Lester (2012) porque busca evaluar, comparar, interpretar, establecer precedentes y determinar causalidad y sus implicaciones.

Con este tipo de investigación se obtienen perspectivas y propuestas para enfrentar o resolver un problema.

Cardona (2015) aclara que la investigación descriptiva expone de manera honesta y directa la realidad de un fenómeno de investigación, por lo tanto, conocer sus requerimientos conceptuales y operativos es necesario para minimizar los conceptos erróneos sobre su alcance.

Salgado (2007) sobre el diseño fenomenológico, explica que se enfocan en experiencias subjetivas de los participantes. El centro de investigación de estos diseños reside en la(s) experiencia(s) del participante o participantes.

3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización:

Categoría 1: Posverdad

Flichtentrei (como se citó en Castillo et al., 2021) la define como “escenario en donde la influencia de los hechos objetivos sobre la configuración de la opinión pública recibe una ponderación menor que las creencias personales y reacciones emocionales”.

Subcategoría 1: Contexto actual

La contextualización es información complementaria que permitirá al receptor tener un panorama más amplio sobre lo que rodea al acontecimiento. (Gutiérrez et al., 2012). Toda noticia se entiende mejor desde el contexto en el que se desarrolla.

Subcategoría 2: Propagación

Las redes sociales y su potencial para hacer una noticia “viral” son el aliado perfecto para los medios tradicionales cuando se trata de dar una información inmediata. La propagación define Tapia (2020) es el “intercambio rápido y difusión de la información”.

Subcategoría 3: Impacto social

La confianza que tiene un medio puede generar un impacto positivo o negativo en los diferentes grupos sociales, ya sea que la información presentada como noticia sea verídica, verosímil o de la sensación de ser confiable por quien la presenta. Estos generan “efectos, consecuencias e influencias para grandes sectores de la sociedad” Díaz (2010).

Categoría 2: Fake news

Silverio (2018) señala que las fake news “Tal y como ahora se producen, entendemos el proceso de medias verdades, insinuaciones y mentiras que se propagan por la red de forma viral”.

Marc Amorós (como se citó en Salas. 2018) plantea que “Las *fake news* son informaciones falsas diseñadas para hacerse pasar por noticias con el objeto de difundir un engaño o una desinformación deliberada para obtener un fin político o financiero”.

Subcategoría 1: Origen

Tal como señala Tapia (2020) sobre el auge que han ganado los “desórdenes informativos” gracias a la tecnología, Las fake news forman parte de la desinformación “por su manera tan sencilla y practica de difusión”. Lo que hace difícil conocer su fuente original. Rastrear una información nos lleva como primer paso a identificar su espacio: medio tradicional o red social.

Subcategoría 2: Tratamiento de la información.

Enfoque particular de la noticia por parte del medio y el presentador. Ardèvol, (2015). Si una información se toma cómo verdadera, la forma de tratarla dependerá del medio en el que se difunde y de quién lo presenta, como en un

medio tradicional como la televisión donde el conductor puede ser o no un profesional de las comunicaciones y provee a la noticia de sus particulares formas de expresión.

Subcategoría 3. Tipo

Es la Identificación de las diferentes formas en que el término se ha utilizado y definido. Tapia (2020). Cómo se presentan las noticias de la realidad coyuntural con un rasgo característico. El autor muestra los siguientes:

- **Sátira:** las noticias satíricas son definidas por su “naturaleza cómica”, su humor inexpresivo para crear lo que se denomina "noticias falsas", su objetivo es influir en el receptor tocando temas sobre personas, eventos y tendencias reales (Lubeck, 2009).
- **Parodia:** emplea varias representaciones impresas, televisuales y fílmicas con fines cómicos, además combinan humor con críticas irónicas de las deficiencias del negocio de los medios (Bell, 2009).
- **Fabricación de noticias:** se refiere como artículos “inventados” sin fundamento fáctico, pero presentados como veraces. Se diferencia de las parodias y sátiras, porque no pretenden mostrarse como falsos. Tandoc et al. (2018).
- **Manipulación fotográfica:** manipulación de imágenes o videos reales para crear una historia falsa. El Urban Dictionary (2008) la nombra como: fauxtography (fotografía fraudulenta), imágenes de noticias falsificadas por diversos medios, generalmente busca promover una agenda ideológica o manipular las emociones del espectador
- **Propaganda:** información parcial o engañosa, usada para fomentar una causa o punto de vista político.
- **Publicidad:** contenidos publicitarios con apariencia de noticias reales y generan ganancias económicas

Matriz de categorización en anexo 1

3.3. Escenario de estudio:

El escenario de estudio se centró en la noticia emitida por el programa “Beto a saber” el 5 de marzo de 2021, del cual se observó los videos publicados en su canal de Youtube: “Beto a Saber - LA VACUNA RUSA - MAR 05 - 1/4 | Willax” y “Beto a Saber - RESULTADO DEL ESTUDIO CLÍNICO - MAR 05 - 2/4 | Willax” que comprenden la síntesis del programa emitido por televisión en vivo. Estos videos fueron mostrados a los participantes del presente estudio para la realización de las entrevistas y su posterior análisis.

Para Hernández et al. (2014) el escenario de estudio es el contexto, ambiente, lugar, sitio y tiempo, donde se desarrolla la investigación, de igual manera sus accesos y permisos. Y también comprende a las personas que son la fuente de información y el tamaño de la población depende de la comprensión del fenómeno estudiado (casos suficientes). La muestra se determina de acuerdo al contexto y necesidades.

3.4. Participantes:

La presente investigación tiene como muestra no probabilística a seis especialistas en periodismo y comunicaciones con conocimientos del tema del estudio: posverdad y fake news.

Hernández et al. (2014) explica que los participantes son fuentes internas de datos. El investigador también es un participante. Además, el enfoque cualitativo no pretende generalizar de manera probabilística los resultados a poblaciones más amplias.

Báez & De Tudela, 2009 (como se citó en Escudero y Cortez, 2018) sobre la selección de participantes explican que se trata de determinar un grupo humano para el objeto de estudio, diseñar las muestras adecuadas y precisando las clases y subclases.

Bonilla & Rodríguez (como se citó en Escudero y Cortez, 2018) profundiza en la representatividad cultural que debe buscar el investigador al seleccionar sus participantes con “intencionalidad lógica”, considerando criterios como:

- Pertinencia: ubicar personas que aporten información relevante.
- Adecuación: disponibilidad de información para describir el problema de estudio.
- Conveniencia: si se busca integrarse a un grupo social, se debe adoptar una estrategia.
- Oportunidad: para estar en el lugar y momento preciso del grupo social.
- Disponibilidad: para acceder a los espacios o eventos requeridos en el estudio.

Con lo previamente señalado, para los participantes se consideraron los siguientes criterios:

- a) Criterios de inclusión: que él o la participante tenga conocimiento y experiencia en el área de comunicaciones o periodismo, con título profesional. De especial consideración si ejerció la docencia, debido a la necesidad de compartir y transmitir pensamientos no sesgados o imparciales a sus educandos.
- b) Criterios de exclusión: él o la participante debe tener licenciatura y no debe expresar una postura política partidista o parcializada respecto al tema de análisis.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica utilizada en esta investigación es la entrevista y el instrumento de recolección de datos fue la guía de entrevista.

Según Díaz et al. (2013) la entrevista es ventajosa en los estudios descriptivos y su propósito es obtener información precisa y significados relacionados con un determinado tema. La actitud del entrevistador debe ser activa para comprender a profundidad el discurso del entrevistado.

3.6 Procedimiento

Se realizaron entrevistas presenciales y por videollamada con cada participante, especialistas en comunicación y periodismo. La unidad de análisis son sus percepciones respecto a la posverdad y *fake news* en el programa “Beto a Saber” de Willax Televisión según las preguntas formuladas por el investigador de acuerdo al instrumento.

La validez asegura que el grado del instrumento mide lo que debe medir y otorga valor al contenido obtenido de las entrevistas bajo el enfoque cualitativo en el que se desarrolla.

3.7 Rigor científico

Debido al enfoque de esta investigación de carácter constructivista resulta complejo el uso de criterios de rigurosidad, no obstante, se tuvo presente en su desarrollo los siguientes principios: Credibilidad, por las entrevistas a profesionales que a su vez son investigadores conocedores del tema en cuestión; Transferibilidad, pues se detalla minuciosamente los datos y se compara con otros estudios; Dependencia, pues incluye el diseño del estudio y cómo se implementó, considera cambios estratégicos efectuados durante el desarrollo; una descripción detallada de la recolección y una evaluación reflexiva del proceso y los resultados alcanzados; Confirmabilidad, al asegurar que los resultados son las ideas y experiencias de los participantes, y no solo las del investigador. Varela y Vives (2016). Para esto se desarrolló un instrumento validado por expertos con rigurosidad y seriedad.

3.8 Método de análisis de la información

Se utilizó como instrumento la guía de entrevista con la cual se recopilaban las percepciones, opiniones y argumentos de los especialistas entrevistados.

La información de esta investigación se recopiló por medio de entrevistas individuales semiestructuradas siguiendo una guía elaborada con indicadores que permitieron obtener respuestas a profundidad de los profesionales participantes respecto a la posverdad y *fake news*, para luego ser analizados en

primer lugar, de manera descriptiva, a través de la transcripción de sus respuestas observando si cumplen con los objetivos planteados; y en segundo lugar, de manera interpretativa, triangulando los comentarios de los expertos entrevistados con los antecedentes y bases teóricas del presente trabajo de investigación. Siguiendo las pautas de Hernández et al. (2014).

Con la técnica de la entrevista de tipo no estructurada, se puede realizar preguntas abiertas que permite al investigador conocer a detalle actitudes y comportamientos de los sujetos de estudio y comprender sus experiencias e identificar aspectos resaltantes que no se consiguen con cuestionarios de encuestas. Escudero y Cortez, (2018).

Es preciso resaltar que el procedimiento de datos cualitativos se basa en procesos y análisis inductivos; la información se segmenta en categorías para ser analizadas e interpretadas relacionando cada respuesta de los especialistas entrevistados, llevando a cabo la triangulación de datos de juicio de expertos que participaron en esta investigación.

3.9 Aspectos éticos

Para el actual trabajo de investigación se tuvo en cuenta los aspectos éticos presentados por la Universidad César Vallejo - Sede Chimbote donde corresponden a los principios generales, tales como: mostrar el respeto por las personas en su integridad y autonomía, donde el bienestar del ser humano está por encima de los intereses de la ciencia; también se busca el bienestar, ya que se orienta y se busca hacer el bien de las personas en el proceso de investigación; justicia, al darle un trato igualitario a todos los participantes dentro de la investigación; honestidad, debido a que nuestro proceso de investigación es transparente; rigor científico, dado que seguimos las pautas de metodología establecida y criterios establecidos; competencia profesional y científica, implica altos niveles de preparación y actualización profesional, garantizando así el rigor científico y responsabilidad, dado a que cumple de manera rigurosa los requisitos éticos, legales y de seguridad, respetando así los términos y condiciones de los proyectos de investigación.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Esta investigación tuvo como objeto de estudio la presentación de una noticia sobre la eficacia de la vacuna Sinopharm que se dio en el programa “Beto a Saber” del canal Willax Televisión, el 5 de marzo de 2021, donde en una entrevista al biólogo molecular Ernesto Bustamante, revisaron un estudio preliminar sobre los ensayos clínicos de la vacuna en el Perú (realizada por la Universidad Cayetano Heredia), y observaron el 11,5% de eficacia que muestra el documento y comentaron que “no protege a nadie” y que “la vacuna produce más Covid que el placebo”, entre otros.

Para el análisis se entrevistó a seis profesionales en comunicación y periodismo a los cuales se les hizo quince preguntas sobre las categorías posverdad (subcategorías: contexto actual, propagación, impacto social) y fake news (subcategorías: origen, tratamiento de la información y tipo). Para los resultados se tuvo en cuenta los indicadores al momento de realizar el análisis descriptivo e interpretativo para obtener respuesta acorde a los objetivos planteados en la presente investigación.

Los resultados fueron extraídos de las respuestas de los expertos participantes:

TABLA 1: PARTICIPANTES

Entrevistado 1: Paul Meza Castañeda, licenciado en ciencias de la comunicación, periodista y trabajador en el área de imagen y protocolo de la Corte Superior de Justicia del Santa
Entrevistada 2: Natalia Ortiz Soto, licenciada en comunicación social, periodista y jefa de imagen del Centro Cultural Centenario.
Entrevistada 3: Magali Estrada, licenciada en comunicación social, periodista en Radio Santo Domingo y corresponsal regional del medio Ojo Público.
Entrevistado 4: Carlos Sánchez Vásquez, comunicador social, magister y ex docente universitario.
Entrevistado 5: Dan Ruiz Castillo, licenciado en comunicación social, periodista del Diario La Industria de Áncash.
Entrevistada 6: Laura Escobar Goicochea, comunicadora social, magister, y docente UPC.

SOBRE LA CATEGORÍA: POSVERDAD

SUBCATEGORÍA CONTEXTO ACTUAL

Pregunta 1: conociendo que la posverdad apela a las emociones antes que la razón ¿considera que el contexto actual de la noticia es determinante para la forma en la que se presenta al público?

“De hecho, vivíamos en esos tiempos de covid en aquel entonces todo era miedo, confusión, desconocimiento ante un virus que mataba en el mundo. De hecho, que hubo una afectación en el inconsciente colectivo”.

Paul Meza Castañeda

“Estábamos viviendo un tiempo bastante difícil, la gente estaba viviendo en casa, no quería salir. En este tiempo, cuando se daban ese tipo de informaciones como el de Beto Ortiz en principio las personas estaban en casa y pasaban incertidumbre, miedo. Y en el caso de Beto Ortiz yo me atrevería a decir que tenía un tinte más político o una intencionalidad”.

Natalia Ortiz Soto

“Y sí considero que el contexto es determinante, porque todos estábamos muy interesados en la vacuna en lo que podría generar y aparte se había generado una serie de reacciones o informaciones e incluso falsas de colectivos anti vacunas. Creo que las personas estamos muy interesadas en esa información y entonces tener a un Periodista que finalmente puede ser cuestionado, pero es un periodista a nivel nacional que está en un medio de comunicación bastante consumido, presentando una información como él la hizo valiéndose más que nada de los adjetivos. obviamente entiendo yo para llegar a la emoción de las personas y convencerlas de lo que estaba diciendo, del modo como lo dijo y la información como presentó creo que le hizo un tremendo daño al país y a todos en general”.

Magali Estrada

“Claro, es determinante, en la medida en que se vivía un tiempo bastante especial en que había muy poca información respecto a un problema de salud que había generado un miedo, ¿no?, entonces era un tiempo si podríamos resumir es el miedo que se vivía era bastante grande y cualquier información se tenía que manejar con mucho cuidado, qué fue lo que precisamente no ocurrió en este caso,
(...) y la forma en la que se presenta es determinante porque iba a causar un impacto”

Carlos Sánchez Vásquez

“En un contexto bastante delicado en un contexto en el que recién se iban a vacunar a las personas, ese contexto, que se emita una información que no es correcta, que no es cierta y con un personaje de la categoría de Ernesto Bustamante, eso le da bastante trascendencia que cuando llega al receptor, y el receptor es una persona con muy poco conocimiento en el tema científico le va a afectar el doble o mucho más, no estamos hablando de cómo se cocina, como se hace un pan, como se hace una torta y las personas tiene poco conocimiento sobre ciencia y cuando esa información te llega te va a ocasionar bastante perjuicio psicológico y no vas a querer vacunarte que como sabes es incorrecta”.

Dan Ruiz Castillo

“El contexto en el que él lo presenta estábamos en pandemia, el contexto era determinante porque estábamos pasando por una crisis sanitaria mundial”.

Laura Escobar Goicochea

Pregunta 2: ¿de qué manera afecta una información presentada de esa forma a la sociedad? (considerando la presencia de un invitado especialista)

“Menciona que hay gente que se inoculó la vacuna y a pesar de eso se enfermaron, el hecho de vacunarse no significa que vas a ser inmune (...) no te va a afectar de la misma manera que si tuvieras las dosis de la vacuna. Las palabras que usaron tampoco fueron las correctas. A mí particularmente me

pareció algo irresponsable. Ese tipo de información también les convenía para golpear al gobierno de entonces”.

Paul Meza Castañeda

“Si hablamos de esta noticia, tuvo un gran impacto en la sociedad, Ha polarizado a las personas, si había un porcentaje de personas que anhelaban que llegue una vacuna y pronto poder vacunarse. gente que estaba predispuesta, con esta información, probablemente tenía muchas ideas confundidas. Quizás otro lado estaba temeroso y no creía en las vacunas, justificaba por qué no iba a vacunarse. Eso, lejos de que contribuya a que confíen un poco más en los medios y a poder tener una mejor actitud en esos tiempos, yo creo que dañó y perjudicó a las personas porque estaba muy polarizada, confundida”.

Natalia Ortiz Soto

“A las personas nos gustan mucho las cifras, cuando nos dicen algo, preguntamos, ¿cuánto, dónde pasó, cuánto cuesta?, etc. Y también nos fijamos mucho en las personas por quienes son. No es lo mismo que te lo diga un ciudadano común que -esta vacuna no sirve- a que te lo diga un especialista. Ahí, por ejemplo, Beto Ortiz hace uso de un especialista para presentar esa información que termina dándole mayor peso. El especialista de algún modo influye en las personas. Las personas van a decir -no solamente lo ha dicho Beto Ortiz, sino lo ha dicho un especialista, una persona que conoce-. Entonces se dejan influenciar(...)”

Magali Estrada

“Los invitados en los programas de televisión, los programas informativos cumplen una función importante (...)

es el invitado que tiene ese rotulo de especialista el que va a generar la credibilidad, los televidentes se han estado acostumbrando (a ver especialistas para confiar) (...)

siempre hay un peso de buscar un especialista que pueda reforzar la información que se va a dar, al margen de que el formato sea uno informativo que ya de por sí debe tener un grado alto de credibilidad, entonces este elemento, invitado especialista fortalece la idea de una información creíble”.

Carlos Sánchez Vásquez

“Beto Ortiz lanzó la noticia y esa noticia se hizo viral por redes sociales, nuestros abuelitos, nuestros amigos que no conocían mucho de ciencia empezaron a compartir por el whatsapp por las redes sociales, las personas mayores usualmente, porque las noticias falsas impactan más en la gente mayor que tiene menos herramientas de cómo verificar la información. entonces esto impacta porque si esto lo consumen las personas mayores, las personas que son líderes o cabezas de hogar van a asustarse o impedir que los menores, los adolescentes, jóvenes que tienen menos liderazgo en el hogar se vacunen, entonces esta información afectó -un montón- a la población”.

Dan Ruiz Castillo

El problema de posverdad es cuando nos centramos en una sola noticia, un solo punto de vista, estamos mostrando solo un enfoque de la noticia, están mostrándonos el sesgo: estar contra el gobierno de turno y decir que las vacunas no funcionan y las que se compraron eran las peores. Sí afectan porque estaban poniendo en tela de juicio al mismo personal de salud.

Laura Escobar Goicochea

Sobre el contexto actual, los especialistas desde su visión como periodistas y ciudadanos coinciden en que es determinante para presentar una noticia de esta manera por la necesidad que existía de saber sobre las vacunas conociendo que lo mostrado buscaba “llegar a la emoción” y con eso condicionar la salud de la población, también precisan que para el receptor le generó “afectación” y hasta “ocasionar bastante perjuicio psicológico”.

SUBCATEGORÍA: PROPAGACIÓN

Pregunta 3: ¿por qué cree que esta noticia tuvo tanta repercusión a favor en redes sociales a pesar de que otros medios la desmintieran?

“Mucho juega el tema educación, mucha gente no tiene comprensión lectora, simplemente lo primero que ven es lo que replica, y en redes sociales esto se da más. Veo algo que me parece, no estoy seguro, pero ya lo empiezo a compartir. Me pareció un manejo irresponsable, y en las redes sociales suele ocurrir que las fake news las replica más”.

Paul Meza Castañeda

“(También) es cierto que el ciudadano no toma mucho tiempo para investigar quién es el presentador de la noticia. Si bien es cierto, Beto Ortiz es una persona que tiene muchos años en televisión, sin embargo, también tiene muchos aspectos éticos que ha generado que muchas personas ya no confíen. Es decir, su credibilidad está muy cuestionada. Ahora vemos varios aspectos en una sociedad, no todos, pero sí un gran porcentaje que no busca, que no es tan juiciosa y no busca el contenido, Normalmente el ciudadano de a pie no estudia y no ve si la información de los medios es cierta”.

Natalia Ortiz Soto

“Beto Ortiz es una figura pública en el país, que creo yo tiene cierto poder, de convencimiento incluso, y tiene muchos seguidores, desde ahí ya empieza a influir. El hecho de que se sumará a eso él, un especialista al momento de dar su información. Pues evidentemente genera repercusión y además hay un ingrediente adicional, aquí tú no estás hablando de una situación en la que la población no tiene una posición marcada. Recuerda que en el tiempo de las vacunas había mucha gente, un buen número de gente que estaba en contra y esa gente entonces está convencida. Ya había un público cautivo. En si para esa noticia yo creo que fueron varios factores los que se unieron e hicieron que pueda tener “credibilidad” esta información”.

Magali Estrada

“(…) en ese momento ya teníamos una corriente, no solo en el Perú sino en el mundo, los antivacunas (…) entonces estas declaraciones (hizo que) refuerce el tema,

por un lado, la mayoría de medios la había desacreditado y había aclarado el tema pero por otro lado sirvió para que mucha gente reforzara su idea que no quiere vacunarse”.

Carlos Sánchez Vásquez

“Hay un autor, científico, Carl Sagan que dice que la pseudociencia cubre cuestiones emocionales que la ciencia deja vacías; entender la ciencia implica un poco más de abstracción, un poco más de complejidad en nuestro pensamiento, en cambio cuando nos dicen que tú tomando un poco de agüita te vas a sanar, eso es más fácil de entender y por lo tanto vamos a consumir lo que es más fácil y vamos a evitar el camino más difícil que es la ciencia. Y por eso hay mucha gente que cree en X cosas milagrosas, (...) y se dejan engañar fácilmente”.

Dan Ruiz Castillo

“Todos estamos en las redes sociales, estamos en todo tipo de dispositivos, ya no vemos noticias por medios tradicionales, por lo general es por redes sociales. Las noticias la ven por twitter, Facebook, tiktok. El nuevo noticiero es a través de redes sociales por eso tuvo repercusión”.

Laura Escobar Goicochea

Pregunta 4: ¿recuerda casos similares de willax u otros medios televisivos?

“(No de Wiillax) Casos como el de Lima, los pishtacos, donde casi matan a unos vendedores que no tenían nada que ver y decían que estaban robando niños, eso se difundió por redes y whatsapp en cadenas, dieron unas características y terminaron coincidiendo con gente que no tenía nada que ver y casi los matan. La gente a la primera que lee no hace un juicio y lo toma como verdad”.

Paul Meza Castañeda

“(No de Willax) el tema de sicariato que era por obras durante el tiempo de César Álvarez era muy fuerte acá nosotros escuchamos todo tipo de información ya en ese tiempo estaba el facebook y los medios tradicionales pero lo cierto es que

muchos colegas difundían la información de manera irresponsable veíamos información inexacta pero el periodista no corregía el dato a pesar de que durante el día ya había más información, se había aclarado el panorama de la noticia pero el periodista seguía diciendo que eso era cierto”.

Natalia Ortiz Soto

(No consume Willax)

Magali Estrada

“Creo que en esa parte los medios de comunicación hay que resaltar muy a pesar de muchas cosas que se pueden decir de las líneas que pueden tener hubo mucho profesionalismo y fue muy responsable digamos mucha gente tuvo lo que se pedía en esos tiempos de crisis, de miedo, de temor y en los que prácticamente la gente vivía pendiente de la televisión, de la radio y de cualquier espacio que le diga cuando se acaba esta agonía de una epidemia que recién ahora estamos terminando”.

Carlos Sánchez Vásquez

“Willax promocionaba esta ivermectina como la fórmula milagrosa para curar el covid, entonces eso era bastante cuestionable porque cómo podía informar sobre esta ivermectina cuando no tenía ningún sustento científico, eso fue una. Luego el mismo Beto Ortiz, si no me equivoco, decía que se hacía turismo de vacuna en Chile, entonces decía que en Chile había millones de vacunas, llegaban millones de vacunas y que los peruanos podían ir hasta ese país para vacunarse y hacer turismo que por primera vez se escuchó por boca de Beto Ortiz, en ese sentido la gente se estaba asustando, muchos querían irse a Chile, el país tuvo que pronunciarse para que no vengan los peruanos y para que no vengan de otros países porque la gente se cree eso y se va”.

Dan Ruiz Castillo

“Lo hacen todos en ese canal, Phillip Butters lo hace, presenta la información desde su verdad, desde generar la emoción, desde su indignación presenta la noticia. Sí, ya me acordé del turismo de vacunas a Chile.”.

Laura Escobar Goicochea

Sobre la propagación en medios tradicionales y redes sociales, los expertos coinciden en que el tema educativo es esencial para ser juicioso con las informaciones que recibimos en los medios, y la facilidad de entendimiento de lo que nos muestran; de esto se aprovechan los grupos que propagan deliberadamente *fake news* donde pretenden avalarla a través de la reputación del presentador o invitado especialista. También la figura de Beto Ortiz es determinante, así como el hecho de tener una idea preconcebida y reforzarla con cualquier información, eso genera una rápida propagación de la noticia.

SUBCATEGORÍA: IMPACTO SOCIAL

Pregunta 5 y 6: Considerando que la posverdad genera una sensación de veracidad ¿A qué atribuye usted que la noticia sea verosímil en su presentación? (Verosímil: que es creíble). ¿Puede identificar algunas razones que hicieron confiable en la información presentada por el conductor Beto Ortiz?

“Definitivamente en ese contexto no, genera todo un pánico que no sabíamos en quién creer. Si confié en el gobierno o en Beto Ortiz. Había gente que decía que después de la vacuna podías tener atracción al metal y se podía pegar en el cuerpo. Beto Ortiz hasta cierto punto era creíble porque se respaldaba en algunos estudios, pero era con cierto sesgo”.

Paul Meza Castañeda

“En lo personal como periodista la información presentada no me parece creíble porque en principio la persona que difunde la información, Beto Ortiz, es una persona que ha perdido mucha credibilidad por temas éticos, la credibilidad del personaje me hace sentir que lo que él dice no es cierto o me resulta dudoso. Quizás un sector de la población, de la comunidad le puede resultar creíble. Creo que el especialista le puede dar un peso de credibilidad. Imaginemos que es una persona que recién se engancha a la televisión y es lo primero que ve y es seguidor de Beto. Cada formato tiene un público al que se dirige. Beto Ortiz es

un periodista que muchas veces es inexacto. Muy polémico. Se arriesga a decir muchas cosas sin tener ese material para corroborar o demuestra tener lo cierto”.

Natalia Ortiz Soto

“Si lo hubiera dicho cualquier persona en la esquina, yo creo que no era creíble. A nosotros, depende mucho de quien te lo dice para que tú lo creas, por ejemplo, si sale un exministro, un médico, o un periodista como Beto Ortiz a decirte es más fácil que lo creas a que lo creas si lo dice cualquier persona. Ese ingrediente adicional que tiene hace que la noticia termine siendo creída, yo entiendo que no por la gran mayoría, porque hay personas que tienen claro con respecto a la vacuna, aparte hay que tener en cuenta que en algún momento esto se desmintió; yo estoy segura que hay personas que siguen creyendo eso y por más que le digas lo que le digas quizás no van a cambiar de parecer...es más bien ya una posición que has tomado y vas a creer todo aquello que refuerce tu posición”.

Magali Estrada

“(...) dentro de lo que es comunicación lo que mandan son documentos, cifras, estadísticas, siempre ha tenido un peso importante a lo largo de los años. Y ya en el tema de la televisión la gente se ha ido acostumbrando a creer siempre en el tema de las cifras sobre todo cuando las presentan de una forma didáctica. Esto fue lo que ocurre (piensan las personas): “ya tenemos las estadísticas, puede ser real, además lo dice el biólogo, puede ser real”, y lo dicen con tanta certeza y seguridad que tuvo un impacto fuerte teniendo en cuenta que la gente estaba muy sensible, porque la gente consumía todo en ese momento. (...) de la información constante llega esta información, entonces lo presentan con estadísticas, números, y parece muy creíble”.

Carlos Sánchez Vásquez

“Claro, sí tiene los elementos para ser verosímil porque te muestra primero a un especialista, al biólogo, al científico, al que respalda la información, algo fundamental, te presenta una prueba de una universidad reconocida como que

de ahí egresan los mejores científicos como es la Cayetano (Heredia), punto dos; tercero te muestra unos documentos enormes que de todas maneras lo visual siempre impacta, un fajo de documentos que dice “acá está la prueba”, entonces esas tres cosas impactan al receptor, el receptor ve y (...analiza los elementos) eso sí es cierto; entonces ahí de repente ha habido una intención, una cuestión deliberada de Beto Ortiz para asustar, porque desde ese tiempo hasta ahora es opositor del gobierno totalmente, ahí sí se puede hablar de una noticia, o una mentira, deliberada. Eso sí puede ser una posverdad, porque hay que tener en cuenta que la posverdad tiene que ver con el poder, con la manipulación intencional, entonces esa manipulación intencional sí se ve en la noticia. Sí se porque ahí quiere causar un daño al gobierno, quiere causar un daño al estado y por eso esos elementos hacen que haya verosimilitud en la información que está difundiendo”.

Dan Ruiz Castillo

“No es una verdad, es una historia bien contada. Una verdad tiene evidencias, está contrastada, una verdad necesita especialistas, no cualquier persona. Es, *storytelling*, te cuentan una historia básica en el miedo.

Yo creo que la gente le cree a Beto Ortiz porque ha tenido muchos programas, por su tiempo en la televisión, porque ha tenido mucha trayectoria. Porque tiene esa manera de hablar, de combatir, porque supuestamente él está buscando la verdad. Como Phillip Butter, ellos están buscando la verdad a pesar de las cosas que están mal en el país, y no defienden al gobierno de turno, pero las personas no se dan cuenta que sí están respondiendo a los intereses de su empresa”.

Laura Escobar Goicochea

Respecto al impacto social de la noticia al presentarse de manera verosímil y confiable, los expertos difieren. Si bien la noticia tiene “ingrediente” y “elementos necesarios” como el entrevistado especialista y el documento, en cuanto al presentador se genera un cisma en la confianza ya que por su trayectoria y lo conocido que es, puede ser confiable, pero por sus cuestionamientos y la

intencionalidad al informar, no tendría credibilidad en cierto grupo de la población.

SOBRE LA CATEGORÍA: FAKE NEWS

SUBCATEGORÍA: ORIGEN

Pregunta 7: ¿Considera usted importante conocer el origen de toda información obtenida? ¿Por qué?

“No fue más allá del documento oficial. (Pero) no fue a la otra parte, al que está haciendo las pruebas de la efectividad en este caso al gobierno, pero dado que la línea editorial es de oposición al gobierno le convenia solo sacar eso y que el gobierno aclare”.

Paul Meza Castañeda

“Claro. Cuando veíamos informes de panorama o cuarto poder normalmente pasaba que se iba al lugar de los hechos. Hubiera conversado con el rector de esa universidad y probablemente si hubiera dicho ante cámaras, quizá hubiera tenido una connotación más fuerte porque es la fuente quien te está dando la información. Eso también le resta credibilidad pues solo vemos algunos datos. Lo que normalmente hacemos los periodistas es ir al lugar de los hechos, conversar con los especialistas que hicieron el informe, deberíamos haber recogido información del mismo Gobierno, tener las fuentes de información directa”.

Natalia Ortiz Soto

“Personalmente yo creo que el mensaje vale por sí mismo, yo creo que el tema no es el mensajero y mucho menos buscar la fuente (...) más allá de que en este caso yo creo que pudo haber existido gente interesada en una posición particular y que, aunque siempre hay un interesado en revelar la información; yo creo que el tema no es tanto de cómo salió, cómo vino, sino más bien lo que generó. Ahora, en aras de transparencia los periodistas deberían decir cómo se obtuvo esto, pero yo de verdad creo mucho y defiendo mucho la reserva de la fuente. Y

esto lo defiendo ya sea que me guste la información o no me guste la información que brinde, hay que reservar la fuente, es importante”.

Magali Estrada

(No precisó)

Carlos Sánchez Vásquez

“Sí, porque ahí quiere causar un daño al gobierno, quiere causar un daño al estado y por eso esos elementos hacen que haya verosimilitud en la información que está difundiendo”.

Dan Ruiz Castillo

“La noticia causó revuelo porque todos estábamos esperando las vacunas, y primero se vacunaron a los sujetos de prueba. Y luego a los de primera línea. Sí hubo un caso de corrupción, pero Beto Ortiz fue más allá (...) de algo que sabíamos que estaba mal le siguió dando otros matices sensacionalistas”.

Laura Escobar Goicochea

Sobre el origen de la información se puede observar que los periodistas priorizan la privacidad de la fuente, sin embargo, para el ciudadano es necesario conocer de dónde proviene la información, no necesariamente de donde se consigue, pero sí el medio o la persona que lo emite sean conocidos como fuente de emisión principal como el caso de la noticia presentada.

Pregunta 8: ¿Considera usted que el medio tradicional (televisión) genera mayor confianza en las personas que las redes sociales? ¿Por qué?

“Quizás, un poco más. Hoy no se puede confiar en nadie, en este universo en el que estamos tenemos no solamente que quedarnos con lo primero que vemos. Personalmente no se puede confiar al cien por ciento, si veo en la televisión lo busco en páginas de noticias internacionales, locales”.

Paul Meza Castañeda

“Hay un sector de la Comunidad de la población que apuesta por la televisión porque piensa que todo lo que ve es mucho más creíble que en las redes sociales. Pero es cierto que los medios tradicionales aún tienen ese soporte que hace sentir a la gente mucho más segura de lo que está viendo.

Natalia Ortiz Soto

“Yo siempre creo que todavía las personas creemos en las formalidades en la institucionalidad de algún modo, si hay alguna información que te la brinda un canal de televisión, sobre todo aquellas personas que se informan de fuentes fidedignas, si te lo brinda un canal de televisión como que le vas a dar más relevancia, si aparece en redes sociales lo puede publicar cualquier persona. Pero hay que tener en cuenta que de algún modo estamos en una transición”.

Magali Estrada

“Sí; porque es la televisión que de alguna manera divide mejor los géneros de entretenimiento y los géneros informativos, entonces es la televisión la que hace la mejor división incluso superando a la radio. Entonces de ahí viene esta frase “si lo has visto en la televisión, te creo”. Por eso es que cuando aparecen las redes sociales, la gente sigue creyendo más en la televisión que en las redes sociales que en las que uno puede esperar cualquier cosa”.

Carlos Sánchez Vásquez

“De todas maneras los medios de comunicación tradicionales tienen mayor peso que las redes sociales, en las redes sociales aguantan todo, puede subir desde periodismo ciudadano hasta periodismo profesional se puede ver en las redes sociales y ahí ves información rápida y puedes desechar, en cambio cuando alguien/algo se muestra en el medio de comunicación tradicional como es la televisión y también hay que recordar que Beto Ortiz es una persona que ha logrado muchos destapes que tiene muchos años en el periodismo y que todos nuestros padres, todos nuestros amigos lo conocen, y es difícil que un personaje como él diga una mentira, porque una mentira de parte de él puede causar bastante impacto. Entonces importa el medio, importa quién lo dice, importa el

invitado, y obviamente importa que sea un medio tradicional Los medios tradicionales siempre van a pesar más”.

Dan Ruiz Castillo

“Willax generaba confianza en las personas mayores, la televisión hoy en día la ven las personas mayores”.

Laura Escobar Goicochea

Sobre la importancia del medio todos coinciden en que la televisión es fundamental para dar a conocer una noticia al público por su trascendencia a través de los años, su confiabilidad dentro de las familias en diferentes generaciones, su influencia en las personas mayores, incluso el medio tradicional alimenta de contenido a las redes. Debido a que está mejor establecido el orden de contenidos, es más fácil identificar en qué programas creer si son informativos de los que no lo son, esa es la ventaja del medio televisivo.

Pregunta 9 y 10: ¿Considera usted que las redes sociales favorecen o perjudican a las personas al ver este tipo de noticias? Teniendo en cuenta su potencial “viralizador”; ¿Cómo calificaría el rol de las redes sociales en la repercusión de una noticia como esta?

“Las redes llegan mucho más rápido que la televisión, pero mucha gente sin ser periodistas simplemente se ven páginas que publican cosas falsas como ciertas. Hay que tener bastante cuidado, hay fake news y verdades a medias. Es de mucha ayuda siempre y cuando se utilice para informar y no desinformar”.

Paul Meza Castañeda

“(Perjudican) Por ejemplo, en televisión antes de publicar cualquier información pasa por filtros el director, el editor, una serie de pasos que va a ayudar a que esa información reúna todos los requisitos que debería tener una noticia que sea veraz y contrastada, una serie de especialistas periodistas, los medios existe un porcentaje mayor de especialistas que en las redes sociales. En el caso de la

televisión tienes que pagar para tener un espacio, en Facebook o en las redes sociales no. No tiene esa estructura orgánica, como sí lo tienen algunos medios como televisión o radio, Exitosa, RPP”.

Natalia Ortiz Soto

“El ciudadano que consume redes sociales, entre a las redes y todo lo que ve cree que es cierto. No distingue si viene de la fuente A o B, toman a facebook como si fuera el soporte. Facebook es una plataforma donde publican contenidos quien quiera, pueden ser falsos y verdaderos. Creo que estamos en una transición en algún momento de darle mayor credibilidad a facebook”.

Magali Estrada

“Las redes sociales lamentablemente tienen ese problema de no verificar la información, no tener los filtros necesarios y también hay otro problema en que las personas no tienen la facilidad de identificar quien es comunicador, quien es un periodista de alguien que simplemente está generando contenidos para buscar un like. entonces en esta situación muy particular las redes sociales lo que hicieron fue actuar de caja de resonancia”.

Carlos Sánchez Vásquez

“Las redes sociales han hecho que las fake news se viralicen, han logrado que las mentiras lleguen más rápido. Lo que han hecho las redes sociales es reforzar esas mentiras, han hecho viralizar esas mentiras, ha logrado que esas mentiras lleguen a más gente, asusten más y por lo tanto se masifiquen, o sea ya las mentiras son masivas”.

Dan Ruiz Castillo

“Perjudican porque por lo general cuando reciben una noticia siempre hacen algo reactivo y no esperan a reflexionar o ver si la noticia es verdadera”.

Laura Escobar Goicochea

Los expertos observan que las redes sociales no tienen control como sí lo tendría un medio de comunicación, sin embargo, la consideran más un medio que

cumple el rol de masificar las noticias de cualquier índole, generando una especie de caja de resonancia, no obstante, están en un proceso de ser más creíbles para las personas.

SUBCATEGORÍA: TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Sobre esta subcategoría se les pidió a los entrevistados explayarse dentro de sus conocimientos profesionales principalmente antes que como un ciudadano promedio para conocer las características de la noticia presentada. para ello respondieron las preguntas 11, 12, 13 y 14: ¿Qué características identifica en la forma de presentar la información?, ¿La información presentada es imparcial?, ¿Considera que tiene un direccionamiento o distorsión de la información presentada?, ¿Puede usted percibir o suponer alguna intención en la presentación de la información?

“Hablando de Willax existe falta de Objetividad en el canal, Philips Butters es otro claro ejemplo. Hay mucha falta de objetividad. (...) los dueños de los medios de comunicación son empresarios que tienen intereses, si el gobierno de turno no suele comulgar con los intereses de estos, usan los medios para poner en jaque al gobierno. (intencionalidad) Yo creo que sí, no podemos negar algo evidente, hay una marcada animadversión contra el gobierno”.

Paul Meza Castañeda

“Para mí, la información que Beto emitió no es una noticia. No cumple ni siquiera las características ni requisitos. Entonces, lo que yo veo es mucha irresponsabilidad. Y hasta podría inducir que es una “noticia” pagada. Porque sus términos son muy arriesgados, dice: gigantesco, catástrofico; son palabras mayores. El especialista que invita también da por cierto lo que Beto dice y por ahí se comienza a sentir que hay algo manejado políticamente”.

Natalia Ortiz Soto

“Aquella información que te viene cargada de adjetivos ya no es una información, ya es una posición, es una opinión. Los periodistas podemos tener posiciones y

opiniones, por supuesto que sí pero no hay que camuflarlas como si fueran información. La información tiene que tratar de ser lo más objetiva posible, hay que tratar de acercarnos a la verdad. Pero si lo primero que escucho son muchos adjetivos, ya no es información. (...) cuando tienen estos elementos ya pues entonces hay una intención más de influir en la ciudadanía que de informar realmente. Porque si hubiera querido hacer las cosas bien, yo creo que se hubiera tomado el tiempo, hubiera consultado. La entrevista incluso al especialista no estaba cargada de datos científicos o no trató de incidir en que las vacunas no eran efectivas o por qué no lo eran, sino que trató en todo momento de la entrevista sentar una posición, incluso el especialista adjetivando, adelantando opinión decía que lo que tienen hacer esto, que es lo que tienen que hacer lo otro. Eso para mí genera dudas, no parece algo informativo”.

Magali Estrada

“Sí, de hecho, hay una distorsión de la realidad total, porque estamos basándonos en un informe que se lanza como cierto, entonces de ahí ya se parte que es un hecho distorsionado, en ningún momento en toda la entrevista se dice “esta es una información que forma parte de un estudio que se está haciendo, que se está desarrollando, que todavía no concluye” eso jamás se dijo. (...) hay que recordar que en esa época que se lanza la información salen algunas encuestas de opinión y la gente, aun la gente tenía dudas en vacunarse, eso lo sabía el periodista y lo sabía el biólogo, en ese momento ya las encuestas daban de que había un alto y un enorme grupo de personas que todavía tenían dudas de la vacuna. Entonces hasta podríamos decir esto, que fue una entrevista digamos de mala fe, con premeditación, alevosía y ventaja, podríamos configurar tranquilamente así”.

Carlos Sánchez Vásquez

“Esencialmente Willax es un medio de comunicación opositor, absolutamente opositor. Que es fujimorista es bastante subjetivo, pero lo es. Y lo dicen los constantes ataques a las personas que se oponen al fujimorismo,(...) Beto Ortiz se ha “desnudado” que es opositor, pero un opositor que ha usado mentiras, un opositor que insulta, que se pone sombrero de burro, faltando el respeto a la

investidura presidencial, entonces eso no se puede permitir, un periodista tiene que ser siempre imparcial, respetuoso, respetable, y en este caso Beto Ortiz no ha cumplido lo que es un periodista; ahora es más ... yo le podría decir que es un periodismo farandulero más que un periodismo respetable”.

Dan Ruiz Castillo

“Quieren hacer un espectáculo, que la gente esté prendida de su televisor, que la gente esté interesada en lo que están contando. Buscan hacerlo de ese modo, espectacular”.

Laura Escobar Goicochea

Dentro de las características que pueden identificar los expertos en cuanto a la noticia son la falta de objetividad (relacionada con los intereses de los dueños del medio), intencionalidad de influir más que informar, animadversión, irresponsabilidad en su tratamiento, direccionamiento político, espectacularidad para llamar la atención del público; y por parte del presentador adjetivación e imparcialidad.

SUBCATEGORIA: TIPO

Pregunta 15: ¿En qué tipo (o tipos) clasificaría usted la información presentada en el video? Sátira, parodia, fabricación de noticias, manipulación fotográfica, propaganda, publicidad.

“Es típico en Beto Ortiz recurrir al sarcasmo, la ironía, al amarillismo, él tiende a intentar a ridiculizar las noticias que ha difundido, es parte de su estilo, lo usa casi como una suerte de espectáculo”.

Paul Meza Castañeda

“En principio, la información que presenta este programa no cumple con las características de una noticia, no podríamos decir que es una noticia. Podría decir que existe una manipulación”.

Natalia Ortiz Soto

“Es una posverdad, obviamente está basada en una información, en algo, pero hay una intención deliberada de hacer que las personas reaccionen de cierto modo y en este caso era contra la vacuna, yo advierto que es posverdad. Y en general entiendo que el contenido que tiene Beto Ortiz es de esa naturaleza porque no es la primera vez creo que otros casos más donde se ha presentado cosas así y han sido aclaradas, yo acá veo una intención, era otra, no era informar”.

Magali Estrada

“Creo que fundamentalmente aquí hablamos de una fabricación de una noticia, que parte de datos reales, de datos ciertos, pero que lo usan con un propósito, digamos bastante subalternos para servir intereses de no se sabe quién, pero claramente desde el momento que tú no dices que esta información es parcial, no completa un informe no terminal, inclusive acusando, desde ese momento ya se ve un poco el sesgo político.

(...) entonces la repercusión luego de muchos meses que tuvo esta entrevista fue realmente dañina, entonces creo que el medio de comunicación totalmente responsable, el entrevistador que además no es nobel, no es alguien que está comenzando en periodismo, sabía qué cosa estaba haciendo y el investigador también tanto que fue desmentido por el colegio de biólogos, entonces creo que ellos mismos no midieron la real repercusión que iba a tener”.

Carlos Sánchez Vásquez

“Es difícil clasificar a Beto Ortiz porque ataca, insulta, ningunea, humilla, etc. En ese punto ¿Cómo clasificamos a Beto Ortiz?, ¿es periodismo?, ¿qué es lo que hace? Yo lo clasificaría como un periodismo lumpen, incluso como periodismo no, sino como un comunicador lumpen. Porque cuando uno usa el término periodismo, en sí mismo la palabra periodismo implica una serie de valores, ya implica una serie de requisitos entonces no se le podría llamar periodismo a lo que hace Beto Ortiz. (...) la información que él daba, siempre él se metía, él era el centro y el distorsionaba todo y la noticia se volvió él, que Beto Ortiz dijo esto, y toda la noticia cambió su rumbo por culpa de ese personaje”.

Dan Ruiz Castillo

“Yo diría que es una propaganda, porque quieren ponerte en contra del gobierno, en contra de lo que está pasando, de las posibles autoridades y quieren que tomes la ideología de ese canal”.

Laura Escobar Goicochea

Respecto a los tipos la información presentada recae sobre la fabricación de noticias, porque, aunque parte de datos reales, se percibe una manipulación, intencionalidad y distorsión en cuanto al contenido presentado; y sobre el emisor, Beto Ortiz, utiliza la sátira, la parodia y el sarcasmo como su estilo comunicativo.

DISCUSIÓN:

Después de sistematizar los resultados, la discusión se realizará a través de la triangulación con antecedentes y teorías de la investigación.

Respecto al objetivo general “Analizar la posverdad y *fake news* en el programa “Beto a Saber” del canal Willax Televisión durante la pandemia en Perú”, en los resultados extraídos de los comentarios de los especialistas entrevistados se pudo identificar características de la noticia y del presentador.

En cuanto al objetivo específico 1: identificar las características de las fake news, los especialistas coinciden en sus opiniones con: la falta de objetividad (relacionada con los intereses de los dueños del medio), intencionalidad de influir más que informar, animadversión, irresponsabilidad en su tratamiento (no cumple con los requisitos básicos de una información), direccionamiento político; y por parte del presentador, la adjetivación e imparcialidad, como explica Montesinos (2020), en su estudio sobre dos presentadores de noticias, concluyó que las columnas de opinión son principalmente generalizaciones precipitadas y afirmaciones gratuitas; y en menor medida, la falacia ad populum (conocida también como apelación a la emoción)— que son relacionadas a los discursos de posverdad. Al ser Beto Ortiz un presentador en un medio sintonizado, su forma de comunicar recae en lo que Alvarado (2013) cita como un “periodismo que busca entretener informando” o Lima (2019) subperiodismo (que no va de

acuerdo a la rigurosidad del periodismo), quien coincide con la descripción de un especialista al referirse al presentador como “periodismo lumpen”.

Sobre el objetivo específico 2: Visibilizar las prácticas de posverdad en el programa “Beto a Saber”, los especialistas entrevistados concuerdan con Castillo et al. (2021) quien explica que las posturas o ideas preconcebidas hacia un tema y la facilidad con la que se podrían elaborar escenarios que refuercen sus pensamientos, eso conlleva a que caigan en la posverdad. Asimismo, los resultados coinciden con el autor Haidar (2018) quien sostiene que, para que la posverdad sea una estrategia eficaz debe basarse en la mentira o lo verosímil, es decir, de lo que parece verdadero, pero no lo es. También resaltan el impacto negativo que tuvo al condicionar la salud de la ciudadanía, lo que Flores (2016) describe como atentado contra la libertad de las personas.

Los expertos comentan que, debido al contexto, la presentación de la noticia buscaba “llegar a la emoción”, se notaba una “intencionalidad de influir más que informar”, y puntualizan una posición marcada en contra del gobierno de turno como expresa Capilla (2019), donde dentro de las distintas formas o tipos de maneras más comunes para desinformar es involucrar a un adversario político como una amenaza, sobre lo que los especialistas coinciden al considerar un medio opositor.

En cuanto al objetivo específico 3: Identificar las razones de la confiabilidad de las fake news, los resultados muestran en primer lugar al personaje que presenta. Los especialistas explican que importa tanto el medio como quien lo dice. Qi Yao et al, (2022) basándose en la teoría de Lazarsfeld y Katz conocida como la teoría de flujo de dos pasos, explica que los líderes de opinión actúan como puentes entre los medios y las personas, estos líderes brindan activamente hechos específicos al público y hacen sugerencias en las actividades de comunicación y juegan un papel crucial, esta teoría es comentada por los entrevistados como determinante, pues Beto Ortiz es un personaje reconocido y con aceptación del público, a pesar de sus polémicas expresiones. En segundo lugar, para que una noticia sea confiable debe tener un elemento que avale, un profesional en el tema o personaje de categoría, que en este caso fue el biólogo

Ernesto Bustamante, quien garantizó la confianza de la información. Y por último una carencia de educación de la ciudadanía al analizar las noticias, Garzón (2020), sostiene que “muy pocas las personas que reconocen que la información es simulada o que el contenido no es confiable”, y con mayor influencia si es a través de la televisión, porque, en palabras de los especialistas, “tiene mayor relevancia, está en todos lados, forma conductas, tienen mayor peso que las redes sociales”, por lo tanto si es una información que tiene los elementos para convencer a las personas lo asumirán como verdad y si estas coinciden con sus pensamientos y las ven en su medio de confianza las replicaran en sus grupos sociales.

V. CONCLUSIONES

En virtud de lo estudiado se llega a las siguientes conclusiones de acuerdo a los objetivos de estudio:

1. Se analizó el programa “Beto a Saber” del canal Willax en cuanto a forma de presentar la información y se concluyó que sí es parte de la posverdad, pues se busca influir antes que informar, y lo mostrado es una *fake news*, no una noticia que cumpla los requisitos mínimos del periodismo, principalmente ser corroborada por otras fuentes.
2. En cuanto a las características de la fake news del programa, se concluyó que existe una falta de objetividad; hay intencionalidad de influir en la opinión de las personas al transmitir una opinión, tanto del presentador como del entrevistado, antes que los datos claros; animadversión hacia el gobierno de turno, promoviendo sus falencias como causal del contexto que se vivía; irresponsabilidad en su tratamiento, pues no cumple con los requisitos básicos de una información; direccionamiento político; y por parte del presentador, la adjetivación constante, que desvirtúa la información y desvía el enfoque fuera de los datos; imparcialidad y distorsión al generalizar desde un estudio preliminar.
3. En cuanto a las prácticas de posverdad, se concluyó que tanto el medio como el presentador fomentan estas prácticas, al haber noticias con un tratamiento similar en otros programas, y en otras ediciones del mismo “Beto a Saber”, por utilizar adjetivos y crear escenarios con tintes de programa de espectáculo más que de uno informativo, para llegar a las personas a través de la emoción y reforzar ideas preconcebidas.
4. En cuanto a las razones de confiabilidad de las *fake news*, se concluyó que, por la trayectoria de Beto Ortiz en televisión, por tener como invitado a un especialista, porque mostró datos de un estudio de una prestigiosa universidad, y por ser televisión, las personas confiaron en la información y generó que se propague con más seguridad y facilidad a través de las redes sociales.

VI. RECOMENDACIONES

Respecto al tema de investigación, recomiendo a los profesionales en las comunicaciones y periodismo que fomenten el análisis en la población, que identifiquen de manera práctica en el día a día las noticias que consumimos tanto en medios tradicionales como en redes sociales, especialmente en estas últimas por su facilidad de propagación como se concluyó en este estudio.

Respecto a la metodología, recomiendo a los próximos investigadores ampliar las preguntas a otros profesionales, no solo a comunicadores o periodistas que pueden estar relacionados con el tema, sino también a quienes pueden verse afectados por estos, incluso a funcionarios.

Respecto a los hallazgos de la presente investigación, se recomienda a futuros estudiantes de ciencias de la comunicación continuar con análisis de programas en diferentes medios televisivos, aparte de Willax, y también sobre diferentes contextos (político, económico), debido a que la posverdad está latente y es transversal a todos los tipos de noticias y cualquier persona, incluso periodistas, están propensos a caer en *fake news*, pues cada día quienes fomentan estas prácticas las elaboran con mayor minuciosidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aleixandre, R; Castelló, L; Valderrama, J. (2020). Información y comunicación durante los primeros meses de Covid-19. Infodemia, desinformación y papel de los profesionales de la información. *Profesional de la información*, 29(4). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.08>

Alvarado, T. (2013). Mario Vargas Llosa, La civilización del espectáculo. *Bulletin Hispanique*, 115(2), 786-791. <https://doi.org/10.4000/bulletinhispanique.2951>

Andy Livise. (2021, 9 de marzo) Utero. *8 fake news del canal de erasmo wong (que ya es un peligro para la salud pública)*. <http://utero.pe/2021/03/09/8-fake-news-del-canal-de-erasmo-wong-que-ya-es-un-peligro-para-la-salud-publica/>

Ardèvol-Abreu, A (2015). Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España. *Revista Latina de Comunicación Social*. (70),423-450. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1053>

Arroyo-Sánchez AS, Cabrejo J, Cruzado M. Infodemia, la otra pandemia durante la enfermedad por coronavirus 2019. *An Fac med*. 2020, 81(2), 230-233. <https://doi.org/10.15381/anales.v81i2.17793>

Avaro, D. (2021). La posverdad. Una guía introductoria. *Andamios*, 18(46), 117-142. <http://dx.doi.org/10.29092/uacm.v18i46.840>

Bordonaba, D. (2020). Los peligros de las cámaras de eco. *Nota crítica de #Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. *ENDOXA*, (45), 249-260. <https://doi.org/10.5944/endoxa.45.2020.22850>

Bruno Ortiz Bisso. (2021, 8 de marzo) *¿Sirve o no sirve la vacuna de Sinopharm contra el COVID-19? Esto dicen los expertos*. *El Comercio.pe*. [Vacuna COVID-19 | ¿Sirve o no sirve la vacuna de Sinopharm? Esto dicen los expertos | Coronavirus en Perú | Dosis | Ensayo clínico | Universidad Peruana Cayetano Heredia | UPCH | TECNOLOGIA | EL COMERCIO PERÚ](https://elcomercio.pe/salud/covid-19/vacuna-covid-19-sirve-no-sirve-vacuna-sinopharm-expertos-coronavirus-peru-dosis-ensayo-clinico-universidad-peruana-cayetano-heredia-upch-tecnologia-el-comercio-peru/)

Cabrera Galindo, E. (2018). Noticias falseadas: reacciones desde el periodismo y la política. (Trabajo Fin de Grado Inédito. Universidad de Sevilla). Depósito de investigación Universidad de Sevilla. <https://hdl.handle.net/11441/79160>

Cardona Arias, J. A. (2015). Ortodoxia y fisuras en el diseño y ejecución de estudios descriptivos. *Revista Med*, 23(1), 40-51. <https://doi.org/10.18359/rmed.1328>

Carrillo, L. y Cervi, L. (2019). Post-truth and Disinformation: Using discourse analysis to understand the creation of emotional and rival narratives in Brexit. [Posverdad y desinformación: uso del análisis del discurso para comprender la creación de narrativas emocionales y rivales en el Brexit]. *Revista ComHumanitas*, 10(2). <https://doi.org/10.31207/rch.v10i2.207>

Castillo, V., Hermosilla, P., Poblete, J., y Durán, C. (2021). Noticias falsas y creencias infundadas en la era de la posverdad. *Universitas*, 34. 87-108. DOI: <https://doi.org/10.17163/uni.n34.2021.04>

Constitución Política del Perú [Const] Art. 2, 29 de diciembre de 1993.

Cunha Filho, M. (2019) Post-Truth and Authoritarianism: Reflections about the Antecedents and Consequences of Political Regimes Based on Alternative Facts. [Posverdad y autoritarismo: reflexiones sobre los antecedentes y consecuencias de los regímenes políticos a partir de hechos alternativos] *Brazilian Political Science Review* 13(2). <https://doi.org/10.1590/1981-3821201900020007>

Díaz - Rojo, J. (2010). Los valores noticiosos como práctica discursiva periodística. *Espéculo Revista de estudios literarios*. [151989.pdf \(biblioteca.org.ar\)](https://biblioteca.org.ar/151989.pdf)

Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., y Varela-Ruiz, M. (2013) La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en Educación Médica*, 2(7):162-167. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=349733228009>

Escudero, C. L., y Cortez, L. A. (2018). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica*. Machala: Universidad Técnica de Machala. DOI: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/12501>

Fernández - García N. (2017). Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática. *Revista Nueva Sociedad*. 269(1), 66-77. [Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática | IADE](#)

Flores, J. (2016). *Desarrollo de posverdad a través de twitter: Fujimorismo y anti fujimorismo durante las elecciones presidenciales del Perú en el 2016*. [Tesis de titulación. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. <http://hdl.handle.net/10757/625061>

Garzón, J (2020), La posverdad en las *fake news* y su influencia en la opinión pública: caso El Mercico. [Trabajo de titulación, Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito]. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/19218>

Gestión. (2021, 5 de marzo). *Premier frente a dudas en vacuna de Sinopharm: los documentos dicen que tiene 79% de eficacia*. [Vacuna Sinopharm | eficacia | Premier frente a dudas en vacuna de Sinopharm: los documentos dicen que tiene 79% de eficacia | Perú | nndc | PERU | GESTIÓN \(gestion.pe\)](#)

Gutiérrez, L., Coba, P., y Gómez, J. (2020). La intención detrás de las fake news sobre Covid-19: análisis comparativo de seis países iberoamericanos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 78(1), 237-264. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1476>

Gutiérrez, L., Salgado, A. y Gómez, J. (2012). Calidad vs. Credibilidad en el periodismo por internet: batalla desigual. *Observatorio (OBS*) Journal*, 6(2). 157-176. <http://obs.obercom.pt>

Haidar, J. 2018. Las falacias de la posverdad: desde la complejidad y la transdisciplinariedad. *Oxímora revista internacional de ética y política*. 13(1).1-16 <https://doi.org/10.1344/oxi.2018.i13.22330>

Harari, Y. (2018). *21 lecciones para el siglo XXI*. Penguin Random House Grupo Editorial, S. A. U.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Pilar Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.

Herrerías, E., y García-Granero, M. (2020). Sobre verdad, mentira y posverdad. Elementos para una filosofía de la información. *Bajo Palabra*, (24), 157-176. DOI:[10.15366/bp2020.24.008](https://doi.org/10.15366/bp2020.24.008)

Ibáñez, J. (2017). En la era de la posverdad. 14 ensayos. *Hist. Comun. Soc.* 24 (2) 2019: 743-756. <https://doi.org/10.5209/hics.66313>

Koziner, Nadia 2013. Antecedentes y fundamentos de la teoría del framing en comunicación. *Austral Comunicación*. 2(1).1-25 <https://doi.org/10.26422/aucom.2013.0201.koz>

Laybats, C & Tredinnick, L (2016), Post truth, information, and emotion. [Posverdad, información y emoción], *Business Information Review*, 33(4), 204-206. <https://core.ac.uk/download/pdf/237585939.pdf>

Lazer, D., Baum, M., Benkler, Y., Berinsky, A., Greenhill, K., Menczer, F., Metzger, M., Nyhan, B., Pennycook, G., Rothschild, D., Schudson, M., Sloman, S., Sunstein, C., Thorson, E., Watts, D. and Zittrain, J., 2018. The science of fake news. [La ciencia de las fake news] *Science*, 359(6380), 1094-1096. DOI: 10.1126/science.aao2998

Lima, T., Torres da Silva, M. y Lapa, T. (2019). Fake news and its impact on trust in the news. Using the Portuguese case to establish lines of differentiation [Noticias falsas y su impacto en la confianza en las noticias. Usando el caso portugués para establecer líneas de diferenciación]. *Communication & Society*, 32(3), 17- 33. DOI: 10.15581/003.32.3.17-33

Luis M. Santa Cruz. (2021, 6 de marzo). LP Derecho. *Caso Sinopharm: ¿por qué más de cien ciudadanos denunciaron a Beto Ortiz?*. [Caso Sinopharm: ¿por qué más de cien ciudadanos denunciaron a Beto Ortiz? | LP \(lpderecho.pe\)](#)

Luna, I. (2015). Las redes sociales: el nuevo espacio público donde se crea la opinión pública. [Tesis de titulación. Universidad Autónoma Del Estado De México], <http://hdl.handle.net/20.500.11799/26525>

Mercado, H. (2018). El dios rumor en la era de la posverdad. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 9(2), 287-292. DOI: <https://doi.org/10.21501/22161201.2837>

Ministerio de Salud. (2021, 6 de marzo). [Publicación]. Facebook. <https://www.facebook.com/minsaperu/photos/a.306009007764/10157807177147765/?type=3>

Nicolás, J, y Frápolli, M. (1997) *Teorías de la verdad en el siglo XX*. Tecnos: Madrid.

OECD (2018), Manual de Frascati 2015: Guía para la recopilación y presentación de información sobre la investigación y el desarrollo experimental, OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264310681-es>.

Oxford Dictionaries (2016). Oxford dictionaries. Word of the year 2016 is... Post-truth. [Palabra del año 2016 es... Post-verdad] <https://www.oxforddictionaries.com/press/news/2016/12/11/WOTY-16>

Qi Yao., Rita Yi Man Li., Lingxi Song. (2022). Construction safety knowledge sharing on YouTube from 2007 to 2021: Two-step flow theory and semantic analysis. [Intercambio de conocimientos sobre seguridad en la construcción en YouTube de 2007 a 2021: teoría del flujo en dos pasos y análisis semántico]. *Safety Science*. 153. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2022.105796>

Red Ama Llulla (2021, 12 de marzo). Ojo público. *La vacuna [de Sinopharm] produce más Covid-19 que el placebo*. <https://ojo-publico.com/2549/version-de-bustamante-sobre-que-la-vacuna-produce-covid-19-es-falsa>

Redacción Convermedia. (13 agosto de 2020). 'El Filtro': nace el primer medio de fact checking en el Perú. <https://convermedia.pe/el-filtro-primer-medio-fact-checking-en-el-peru/>

Rojas Rojas, L. P. (2021). Fake news y COVID-19: una cobertura periodística en el Perú. *Cuadernos De H Ideas*, 15(15). <https://doi.org/10.24215/23139048e049>

Román, A., Sánchez-Gey, N. & Elías, R. (2020). Fake news during the COVID-19 State of Alarm. Analysis from the political point of view in the Spanish press. [Las noticias falsas durante el estado de alarma por COVID-19. Análisis desde el punto de vista político en la prensa española]. *Revista Latina de Comunicación Social*, 78, 359-391. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1481>

Salas Abad, C., 2019. La primera 'fake news' de la historia. *Historia y Comunicación Social*, 24(2), 411-431. <https://doi.org/10.5209/hics.66268>

Salgado, A. (2007). Investigación cualitativa: diseños, evaluación del rigor metodológico y retos. *Liberabit*, 13(13), 71-78. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-48272007000100009&lng=es&tlng=en.

Salud con lupa.(s.f) *Desinformantes - Una herramienta contra los voceros de la mentira en la pandemia*. [Humberto Ortiz Pajuelo - Desinformantes - Salud con lupa](https://www.saludconlupa.com/2020/08/20/desinformantes-salud-con-lupa/)

Sánchez Carlessi, H., Reyes Romero, C. y Mejía Sáenz, K. (Ed.). (2018). *Manual De Términos En Investigación Científica, Tecnológica Y Humanística*. Universidad Ricardo Palma. <https://hdl.handle.net/20.500.14138/1480>

Silverio, P. (2018). El rigor informativo en la era de la posverdad: la amenaza de las fake news en las redes sociales. *Comunicación y Hombre*. 15. 55-66. DOI:[10.32466/eufv-cyh.2019.15.530.55-66](https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2019.15.530.55-66)

Tapia, R. (2020). *Las fake news: impacto social y nuevos desafíos para los servicios de información*. [Tesis de titulación. Universidad Nacional Mayor de San Marcos], <https://hdl.handle.net/20.500.12672/15620>

Torres, L. (2020). *Fact checking vs. Fake News: La importancia de la verificación de la información en tiempo de elecciones presidenciales. Casos: Ojo Biónico - Perú 2016 y Verificado2018 - México 2018*. [Tesis de bachiller, UPC]. <http://hdl.handle.net/10757/652488>

Universidad Peruana Cayetano Heredia (UPCH). (2021, 6 de marzo). [Tweet]. Twitter.<https://twitter.com/cayetanoheredia/status/1368250457697751044?lang=es>

Universidad Peruana Cayetano Heredia (UPCH). (2021, 6 de marzo). [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=zZr0YHZ4pg0>

Varela Ruiz, M, y Vives Varela, T. (2016). Autenticidad y calidad en la investigación educativa cualitativa: multivocalidad. *Investigación en educación médica*, 5(19), 191-198. <https://doi.org/10.1016/j.riem.2016.04.006>

Vida y futuro. (2021, 6 de marzo). *Investigadores cuestionan desinformación sobre vacunas Sinopharm*. [Investigadores cuestionan desinformación sobre vacunas Sinopharm – Vida y Futuro](#)

Willax (2021, 8 de febrero). Beto a Saber - VACUNAS DE SOBRA... EN CHILE - FEB 08 - 1/3. Willax. [Video]. Youtube. <https://youtube.com/watch?v=w0Vc7HI-ibo>

ANEXOS

Objetivo general	Objetivos específicos	Categorías principales	Definición conceptual	Definición operacional	Subcategorías apriorísticas por categoría principal	Indicadores por subcategoría	Enfoque, método y diseño	Contexto y sujetos	Técnica e instrumentos
Analizar la posverdad y <i>fake news</i> en el programa "Beto a Saber" del canal Willax Televisión durante la pandemia en Perú, 2022.	Identificar las características de las <i>fake news</i> en el programa "Beto a Saber" del canal Willax Televisión durante la pandemia en Perú, 2022.	POSVERDAD	"Escenario en donde la influencia de los hechos objetivos sobre la configuración de la opinión pública recibe una ponderación menor que las creencias personales y reacciones emocionales", Castillo et al. (2021)	Es la devaluación de los hechos, la priorización de las emociones y creencias sobre la veracidad de los datos	Contexto actual	Política Economía Salud	Enfoque: Cualitativo Método: Descriptivo Diseño: Fenomenológico	Contexto: La población está conformada por especialistas en comunicaciones y periodismo de carrera, con licenciatura. Sujetos: Se considera una muestra de 6 especialistas en el tema.	Técnica: Entrevista Instrumento: Guía de entrevista
	Visibilizar las prácticas de posverdad en el programa "Beto a Saber" del canal Willax Televisión durante la pandemia en Perú, 2022.	FAKE NEWS	Tal y como ahora se producen, entendemos el proceso de medias verdades,	Información falsa diseñada como noticia para difundir un engaño y conseguir un fin específico	Origen	Rastreabilidad Medio tradicional Redes sociales			
					Tratamiento de la información	Subjetividad Objetividad Direccionamiento Distorsión Intencionalidad			
					Tipo	Sátira Parodia			

Identificar las razones de la confiabilidad de las <i>fake news</i> en el programa "Beto a Saber" del canal Willax Televisión durante la pandemia en Perú, 2022.	insinuaciones y mentiras que se propagan por la red de forma viral". Silverio (2018)			Fabricación de noticias Manipulación fotográfica Propaganda Publicidad			
--	--	--	--	---	--	--	--

TABLA 2: MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN

TABLA 3.: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR EXPERTOS

GUÍA DE ENTREVISTA

Entrevistador: Arangoitia Villanueva, Manuel Joel

Entrevistado:

Fecha:

Indicaciones y consentimiento informado.

Su participación en este estudio es estrictamente voluntaria, toda información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Puede hacer preguntas en cualquier momento de la entrevista y puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas no está clara, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderla, quedando excluido del estudio.

Si usted accede a participar en este estudio y acepta las condiciones mencionadas previamente, se procederá a grabar la entrevista la que servirá como aval de su conformidad.

Entrevista:

Observe con atención el video a analizar y por favor responda de forma narrativa cada una de las siguientes preguntas, puede explayarse si así lo desea.

GUÍA DE ENTREVISTA	RESPUESTAS
1) Conociendo que la posverdad apela a las emociones antes que la razón ¿Considera que el contexto actual de la noticia es determinante para la forma en la que se presenta al público?	
2) ¿De qué manera afecta una información presentada de esa forma a la sociedad? (Considerando la presencia de un invitado especialista)	
3) ¿Por qué cree que esta noticia tuvo tanta repercusión a favor en redes sociales a pesar de que otros medios la desmintieran?	
4) ¿Recuerda casos similares de Willax u otros medios televisivos?	
5) Considerando que la posverdad genera una sensación de veracidad ¿A qué atribuye usted que la noticia sea verosímil en su presentación? (Verosímil: que es creíble)	
6) ¿Puede identificar algunas razones que hicieron confiable en la información presentada por el conductor Beto Ortiz?	
7) ¿Considera usted importante conocer el origen de toda información obtenida? ¿Por qué?	
8) ¿Considera usted que el medio tradicional (televisión) genera mayor confianza en las personas que las redes sociales? ¿Por qué?	

9) ¿Considera usted que las redes sociales favorecen o perjudican a las personas al ver este tipo de noticias? Teniendo en cuenta su potencial "viralizador".	
10) ¿Cómo calificaría el rol de las redes sociales en la repercusión de una noticia como esta?	
11) ¿Qué características identifica en la forma de presentar la información? 12) ¿La información presentada es imparcial? 13) ¿Considera que tiene un direccionamiento o distorsión de la información presentada? 14) ¿Puede usted percibir o suponer alguna intención en la presentación de la información?	
15) ¿En qué tipo (o tipos) clasificaría usted la información presentada en el video? Sátira, parodia, fabricación de noticias, manipulación fotográfica, propaganda, publicidad.	

ESCALA DE CALIFICACIÓN

Estimado (a): Mg. Santos Valera Rodríguez

Teniendo como base los criterios que a continuación se presentan, se le solicita dar su opinión sobre el instrumento de recolección de datos que se adjunta.

Marque con una (X) en SI o NO, en cada criterio según su opinión.

CRITERIOS	SI	NO	OBSERVACIÓN
1. El instrumento recoge información que permite dar respuesta al problema de investigación.	X		
2. El instrumento propuesto responde a los objetivos del estudio.	X		
3. La estructura del instrumento es adecuada.	X		
4. Los ítems del instrumento responden a la operacionalización de la variable.	X		
5. La secuencia presentada facilita el desarrollo del instrumento.	X		
6. Los ítems son claros y entendibles.	X		
7. El número de ítems es adecuado para su aplicación.	X		

VALORACIÓN DEL JUICIO DE EXPERTOS

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable []

Aplicable después de corregir [x]

No aplicable []

Sugerencias:

Corrija según la observación al criterio

Apellidos y nombres del juez validador: Valera Rodríguez Santos Valentín

DNI: 32772225

Especialidad del validador: metodólogo [x] temático [] estadístico []

Chimbote 19 de setiembre de 2022


Mg. Santos Valentín Valera Rodríguez
Firma del experto

ESCALA DE CALIFICACIÓN

Estimado: Mg. Espinoza Omar

Teniendo como base los criterios que a continuación se presentan, se le solicita dar su opinión sobre el instrumento de recolección de datos que se adjunta.

Marque con una (X) en SI o NO, en cada criterio según su opinión.

CRITERIOS	SI	NO	OBSERVACIÓN
1. El instrumento recoge información que permite dar respuesta al problema de investigación.	x		
2. El instrumento propuesto responde a los objetivos del estudio.	x		
3. La estructura del instrumento es adecuada.	x		
4. Los ítems del instrumento responden a la operacionalización de la variable.	X		
5. La secuencia presentada facilita el desarrollo del instrumento.	x		
6. Los ítems son claros y entendibles.	X		
7. El número de ítems es adecuado para su aplicación.	<input checked="" type="checkbox"/>		

VALORACIÓN DEL JUICIO DE EXPERTOS

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable []

Aplicable después de corregir []

No aplicable []

Sugerencias: -

Apellidos y nombres del juez validador:

Omar Espinoza Bonifaz

DNI: 41572172

Especialidad del validador: metodólogo [] temático [] estadístico []

Lima, 26 de setiembre de 2022



Firma del experto

ESCALA DE CALIFICACIÓN

Estimado: Dr. Adolfo Chávez Chávez

Teniendo como base los criterios que a continuación se presentan, se le solicita dar su opinión sobre el instrumento de recolección de datos que se adjunta.

Marque con una (X) en SI o NO, en cada criterio según su opinión.

CRITERIOS	SI	NO	OBSERVACIÓN
1. El instrumento recoge información que permite dar respuesta al problema de investigación.	X		
2. El instrumento propuesto responde a los objetivos del estudio.	X		
3. La estructura del instrumento es adecuada.	X		
4. Los ítems del instrumento responden a la operacionalización de la variable.	X		
5. La secuencia presentada facilita el desarrollo del instrumento.	X		
6. Los ítems son claros y entendibles.	X		
7. El número de ítems es adecuado para su aplicación.	X		

VALORACIÓN DEL JUICIO DE EXPERTOS

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable []

Aplicable después de corregir []

No aplicable []

Sugerencias: ninguna

Apellidos y nombres del juez validador: **Chávez Chávez Adolfo**

DNI: 4020826

Especialidad del validador: metodólogo [] temático [] estadístico []

Lima, 26 de setiembre de 2022



Firma del experto

FIGURA 1.

RESULTADO DE TURNITIN



feedback studio MANUEL JOEL ARANGOITIA VILLANUEVA Tesis Arangoitia Villanueva TURNITIN.docx

Resumen de coincidencias

18 %

Rank	Source	Percentage
1	hdl.handle.net Fuente de Internet	3 %
2	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	2 %
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2 %
4	upc.aws.openrepositor... Fuente de Internet	1 %
5	dev.scielo.org.pe Fuente de Internet	1 %
6	scielo.senescyt.gob.ec Fuente de Internet	1 %

Página: 1 de 54 Número de palabras: 16245 Versión solo texto del informe Alta resolución Activado

Resumen

La presente investigación de enfoque cualitativo tuvo como objetivo analizar la posverdad y fake news en el programa "Beto a Saber" del canal Willax Televisión durante la pandemia en Perú para identificar sus características, visibilizar la recurrencia de estas prácticas e identificar las razones de la confiabilidad en la presentación de su contenido. A través de un análisis del programa y entrevistas a profesionales de la comunicación y periodismo, se recopilaron sus percepciones y experiencias para contrastarlos con las teorías. Se concluyó que sí existen prácticas de desinformación y distorsión de la noticia con una intencionalidad evidente de influir o condicionar la conducta de los televidentes, por ende, de la población, en cuanto a la vacunación y a las acciones del gobierno de turno sobre el manejo sanitario de la pandemia.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, TORRES RIVERA JULIA LIZET, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, asesor de Tesis Completa titulada: "POSVERDAD Y FAKE NEWS EN EL PROGRAMA "BETO A SABER" DEL CANAL WILLAX TELEVISIÓN DURANTE LA PANDEMIA EN PERÚ, 2022", cuyo autor es ARANGOITIA VILLANUEVA MANUEL JOEL, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18.00%, 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 Completa 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.

CHIMBOTE, 03 de Diciembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
TORRES RIVERA JULIA LIZET DNI: 41537875 ORCID: 0000-0003-2848-4978	Firmado electrónicamente por: JTORRES25 el 12- 12-2022 14:14:44

Código documento Trilce: TRI - 0470344