



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

El consumo de las Fake News de la fan page “WillaxTv” y la alteración en el proceso de vacunación en los ciudadanos de Trujillo. La Libertad, 2022

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

AUTORES:

Jimenez Chavez, Cesar Marcelo (orcid.org/0000-0003-1078-9669)

Membrillo Ramirez, Merly Yessenia (orcid.org/0000-0001-9403-2983)

ASESORA:

Mg. Beltran Pelaez, Giovanna Maryurith (orcid.org/0000-0001-9149-3055)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TRUJILLO – PERÚ

2022

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedicamos en primer lugar a Dios por darnos la vida y bendición para seguir adelante, superando cada obstáculo que se nos presente.

Asimismo, se la dedicamos a nuestros padres que son un pilar fundamental en nuestra vida, puesto que con su aliento y soporte nos permiten seguir adelante.

AGRADECIMIENTO

Damos las gracias a Dios por darnos la sabiduría e iluminarnos en el proceso del desarrollo de este producto académico.

A su vez agradecemos a nuestros padres por orientarnos y brindarnos sus mejores consejos para ser personas de bien.

Agradecemos a nuestro asesor por su orientación y consejos para lograr cumplir con esta tesis, su dedicación y aporte han sido invaluable.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	15
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	15
3.2. Variables y operacionalización.....	16
3.3. Población, muestra y muestreo.....	16
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos Técnicas de recolección de datos.....	17
3.5. Procedimientos.....	17
3.6. Método de análisis de datos.....	18
3.7. Aspectos éticos	18
IV. RESULTADOS	19
V. DISCUSIÓN	30
VI. CONCLUSIONES.....	36
VII. RECOMENDACIONES.....	38
REFERENCIAS.....	39
ANEXOS	43

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Intereses Externos de las Fake News del Fan Page “WillaxTv”	19
Tabla 2 Intereses Internos de las Fake News del Fan Page “WillaxTv”.....	20
Tabla 3 Titular impactante - Componente de las Fake News del Fan Page “WillaxTv”	21
Tabla 4 Revelaciones que indignan - Componente de las Fake News del Fan Page “WillaxTv”	22
Tabla 5 Apariencia legítimas y confiables - Componente de las Fake News del Fan Page “WillaxTv”	23
Tabla 6 Nivel de alteración en el proceso de vacunación en los ciudadanos de Trujillo.....	24
Tabla 7 Nivel de las dimensiones de la alteración en el proceso de vacunación en los ciudadanos de Trujillo	25
Tabla 8 Relación que existe entre la dimensión intereses internos de las fake news y la alteración del proceso de vacunación de los ciudadanos de Trujillo.	26
Tabla 9 Relación que existe entre la dimensión intereses internos de las fake news y la alteración del proceso de vacunación de los ciudadanos de Trujillo.	27
Tabla 10 Relación que existe entre la dimensión componentes de las fake news y la alteración del proceso de vacunación de los ciudadanos de Trujillo.....	28
Tabla 11 Relación que existe entre las fake news y la alteración del proceso de vacunación de los ciudadanos de Trujillo.....	29

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar la relación entre el consumo de fake news de la fan page de Facebook de “WillaxTv” y la alteración en el proceso de vacunación en los ciudadanos de Trujillo, 2022 en base a una investigación de tipo aplicada, con diseño no experimental, de nivel correlacional, de corte transversal, cuya muestra fue de 384 ciudadanos de Trujillo, quienes fueron evaluados mediante el Cuestionario de Fake News y el Cuestionario para medir la alteración sobre el proceso de vacunación, los cuales poseen un adecuado nivel de fiabilidad según el coeficiente de Alfa de Cronbach, cuyos valores fueron 0.805 y 0.897 respectivamente. Los resultados demuestran que un 71.05% de los participantes consideran que la Fan page Willax Tv emite Fake News sobre el proceso de vacunación, dado que existen intereses externos que lo impulsan, en tanto que sólo el 52.35% indica que estas fake news están influenciados por intereses internos. Además, se aprecia que el 60.16% de los participantes considera que existe alteración del proceso de vacunación como producto de las fake news. Se reportó también que el consumo de fake news mantiene una relación positiva de grado alto ($\rho = .775$) altamente significativa ($p < 0.01$) con la alteración del proceso de vacunación ante la COVID-19. Por lo tanto, se concluye que un mayor consumo y credibilidad en las fake news genera distorsión en las creencias y por lo tanto altera la intención de vacunarse en los participantes del estudio.

Palabras Clave: Fake news, Fan Page, proceso de vacunación, Covid-19.

ABSTRACT

The main objective of this research was to determine the relationship between the consumption of fake news from the Facebook fan page of "WillaxTv" and the alteration in the vaccination process in the citizens of Trujillo, 2022 based on an applied research, with a non-experimental design, correlational level, The sample was 384 citizens of Trujillo, who were evaluated by means of the Fake News Questionnaire and the Questionnaire to measure the alteration on the vaccination process, which have an adequate level of reliability according to the Cronbach's Alpha coefficient, whose values were 0.805 and 0.897 respectively. 805 and 0.897 respectively. The results show that 71.05% of the participants consider that the Fan page WillaxTv broadcasts Fake News about the vaccination process, given that there are external interests that drive it, while only 52.35% indicate that these fake news are influenced by internal interests. In addition, 60.16% of the participants consider that the vaccination process is altered as a result of fake news. It was also reported that the consumption of fake news has a highly significant ($p < 0.01$) positive relationship ($\rho = .775$) with the alteration of the vaccination process in the face of COVID-19. Therefore, it is concluded that a higher consumption and credibility in fake news generates distortion in beliefs and therefore alters the intention to get vaccinated in the study participants.

Keywords: Fake news, Fan Page, Vaccination process, Covid-19.

I. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, se aprecia que las noticias y/o publicaciones audiovisuales suelen viralizarse con suma facilidad en las redes sociales y en algunos casos pueden alertar a la comunidad sobre diversos temas; sin embargo, algunos de sus contenidos no siempre cuentan con respaldo científico sobre lo que se asevera, incluso en algunos casos la información es vertiginosamente errónea y la finalidad de su publicación se orienta a generar desinformación en el receptor. Esta situación puede darse, debido que el contenido de la noticia que se está publicando en el Fanpage no necesariamente narra los hechos tal como ocurrieron, o simplemente se enuncia un hecho ficticio que sólo busca tener mayor captación de la audiencia.

Cabe resaltar que los avances en la tecnología logran favorecer a los medios de comunicación, dado que les otorgan la capacidad de difundir noticias con mayor facilidad, en tiempo real y con mayor capacidad de expansión, sin embargo las redes sociales pueden ser utilizadas de forma malintencionada e inescrupulosa, entre este tipo de usos se destaca la proliferación de fake news, cuyo principal objetivo es el de generar desconcierto en la audiencia que por lo general le otorga un alto sentido de verdad a lo que los medios de comunicación comunican en los medios digitales, dejando atrás todo tipo de análisis del contenido sobre aquello que se está observando, y se da por sentado que todo lo que llega en forma de mensaje y/o publicaciones en los perfiles de esta red social es verdad, basándose que aquello que se vierte en internet tiene como propósito informar a la comunidad.

En gran medida, mucha de la información que circula en las redes sociales configura como fake news, la cual busca aprovechar las características de los espacios digitales, debido que ofrecen la posibilidad de anunciar información de forma masiva, y sin filtros, dado que no existe un ente que regule lo que es cierto y lo que no, quedando en el receptor la tarea fundamental de cruzar información, o de corroborar con información de fuentes más confiables.

Algunas investigaciones plantean que reiteradamente la información falsa suele tener una mayor capacidad de expandirse en los medios digitales, que la información que es fiable, sobre todo porque una de las características de este tipo de fake news es de tener un contenido que atrapa la atención del espectador y genera una sensación de certeza sobre lo que se afirma en el contenido de la

misma, ejemplo de ello son las leyendas urbanas, o sobre temas políticos.

Actualmente, pese al estado de emergencia producido por la COVID-19, y ante la falta de certeza sobre la información que se brinda con respecto a los avances que están realizando los gobiernos y autoridades sanitarias para combatir la pandemia, el Fan page "WillaxTV" ha proliferado una serie de noticias que buscan de una u otra forma desinformar a la población, sobre los medicamentos que uno debe emplear para prevenir la enfermedad, inclusive algunas noticias indican que la capacidad inmunológica de las vacunas adquiridas en primera instancia por el Estado no otorgan ningún grado de confianza para que se proceda a realizar un programa de vacunación masiva a la población en general.

Finalmente, debido a constante difusión del contenido de los detractores de la vacunación por parte de "WillaxTV", algunas personas han perdido la confianza y certeza sobre todo lo que se informa con respecto a la COVID-19, inclusive hay personas que no buscan comprometerse con los cuidados y protocolos de bioseguridad que se han establecido, dado que según la información que han recibido, les sugiere que no es necesario seguir dichas indicaciones. Uno de los puntos más álgidos de estas fake news ha sido lo que involucra a la fiabilidad de la vacunación, sobre todo en su capacidad de inmunización, dado que se han proliferado información tendenciosa sobre los porcentajes de inmunización, lo cual ha generado alarma en las personas, fomentando que algunos mantengan una postura negativa frente a la necesidad de vacunarse, dado que consideran que la vacuna no tiene la capacidad de inmunizar completamente frente a la COVID-19, o que puede poner en riesgo su estado de salud, dado que es una forma de inocular el virus de una forma indirecta.

Ante ello se presenta la siguiente investigación que interesó en dar respuesta a la siguiente pregunta: ¿Cuál es la relación entre el consumo de Fake News de la fan page de Facebook "WillaxTv" y la alteración en el proceso de vacunación en los ciudadanos de Trujillo, 2022?

En cuanto a la justificación de la investigación se tomó en consideración los criterios de conveniencia, relevancia social, implicaciones prácticas, valor teórico y utilidad metodológica. En razón a ello se indica que el desarrolla de la investigación se sustentó por su conveniencia, dado que permitió comprender la

importancia que tiene el manejo de la información y sobre todo dará cuenta a los medios de comunicación que buscan trabajar en las redes sociales la necesidad de informar con veracidad sobre los temas que buscan que el espectador tenga conocimiento, a fin de evitar cualquier tipo de desinformación que puede resultar en la pérdida de credibilidad del medio de comunicación. Es relevante socialmente el desarrollo de la investigación, dado que se trató de una problemática que cada vez se agudiza más en los medios digitales, sobre todo por la falta de control y la facilidad con la que las personas pueden obtener la información, sin ningún tipo de filtro y a su vez hacer el efecto rebote con las personas que están conectadas a su red de una forma muy sencilla. Posee implicancias prácticas, dado que a partir de los resultados obtenidos se comprobó el grado de desinformación que generan las fake news, y sobre todo la facilidad con la que esta puede hacerse masiva en cuestión de algunos minutos u horas, sobre todo en los medios digitales. Posee valor teórico, dado que permitió la recopilación de información teórico – científica sobre la problemática en cuestión, a fin de lograr analizar cómo funcionan los medios de comunicación digital y las maneras que existen para la determinación de una fake news, de transmitir a la población que revise este tipo de contenido en las redes sociales.

Mantuvo utilidad metodológica, dado que los hallazgos obtenidos sirven como antecedente para futuros estudios basados en el análisis de la desinformación que genera la viralización de fake news, a fin de que se puedan plantear medidas preventivas o correctivas para que la población no llegue a desinformarse con suma frecuencia.

En tanto que el objetivo general de la investigación fue: Determinar la relación entre el consumo de fake news de la fan page de Facebook de “WillaxTv” y la alteración en el proceso de vacunación en los ciudadanos de Trujillo, 2022. Por su parte, con respecto a los objetivos específicos se indican los siguientes: Identificar las características del consumo de fake news de la fan page “WillaxTv” por parte de los ciudadanos de Trujillo, medir el nivel de alteración en el proceso de vacunación en los ciudadanos de Trujillo, determinar la relación entre la dimensión intereses internos de las fake news de la fan page WillaxTv y la alteración en el proceso de vacunación de los ciudadanos de Trujillo, delimitar la relación entre la dimensión intereses externos de las fake

news de la fan page WillaxTv y la alteración en el proceso de vacunación de los ciudadanos de Trujillo, resolver la relación entre la dimensión componentes principales de las fake news de la fan page WillaxTv y la alteración del proceso de vacunación de los ciudadanos de Trujillo 2022.

II. MARCO TEÓRICO

De acuerdo con las investigaciones preliminares a nivel internacional que se han realizado y que se encuentran vinculadas al tema en cuestión se presentan las siguientes:

Gutiérrez et al. (2020) en su investigación cuyo título fue “Noticias falsas y desinformación sobre el COVID-19: análisis comparativo de seis países iberoamericanos”, en la cual se dedicó a caracterizar las noticias falsas difundidas en seis países iberoamericanos, con la finalidad de identificar elementos que permiten su comparación y detección de un patrón de desinformación que coexista en este tipo de noticias, sobre la base a una investigación de tipo bibliométrica, retrospectiva, en donde se analizaron 371 noticias falsas emitidas por diversos portales web entre el 15 de marzo al 31 de mayo del 2020 utilizando una plantilla compuesta por 16 variables que facilitaban la clasificación de cada una de las noticias. Los resultados demostraron que la intención más usual que tienen las fake news es de carácter ideológico y se vinculan a anuncios realizados por el gobierno o de alguna persona público sobre el COVID-19, permitiéndoles así elaborar una noticia de falso contenido, cuyo propósito principal era generar la desinformación.

Mínguez (2020) ejecutó una tesis de grado titulada “Fake News en tiempos de Covid-19. Análisis de las herramientas Maldito Bulo y Newtral durante el estado de alarma en España”, a fin de reconocer el concepto de desinformación y cuáles son las características de este tipo de fake news, y poder establecer diversas estrategias para hacerle frente; basándose en investigación cuantitativa, con diseño no experimental, de alcance descriptivo, con enfoque transversal, empleó la técnica de recolección de datos de la observación del contenido de las publicaciones en las redes sociales de Twitter, Instagram y Facebook de Maldito Bulo y Newtral, desde la semana del 22 a 28 de marzo del 2020 hasta la fase 0 de la desescalada del estado de alarma. Los resultados encontrados señalaron que las fake news publicadas en las redes sociales logran expandirse y llegar más lejos, sin embargo, a parte de la existencia de otros sitios webs y fan pages en los que se comparte información fidedigna que puede ayudar a combatir las fake news es necesario que el usuario alcance el conocimiento suficiente para identificar este tipo de desinformación.

Román et al. (2020) realizaron una investigación denominada “Las fake news durante el Estado de alarma por COVID-19. Análisis desde el punto de vista político en la prensa española”, en donde se priorizo el análisis de la información que se publica en la prensa española sobre fake news que están relacionadas con la política, a través de una investigación cuali-cuantitativa, de diseño no experimental, descriptivo, transversal en el que se buscó analizar 229 textos relacionadas con noticias vinculadas al estado de alarma por COVID-19. Los resultados ponen en manifiesto que un 48.47% de esta información es de carácter político, en tanto que un 28.8% de los textos de fake news han tenido presencia en las redes sociales, y un 22.7% tergiversar información sobre las declaraciones del jefe del Estado Mayor de la Guardia Civil. Se concluye que en reiteradas ocasiones existen limitaciones para impedir que se propague información perjudicial, dado que no se busca entrar en controversia con la libertad de expresión que pretenden asumir ciertos autores intelectuales de las fake news.

Romero y Torres (2020) llevaron a cabo una investigación titulada “Estrategias para identificar fake news en Facebook y competencias digitales en usuarios machaleños para evitar desinformación en noticias sobre Covid-19”, en la cual se tuvo como objetivo general llevar a cabo un análisis sobre las competencias digitales que tienen los usuarios machaleños y las estrategias que les permiten realizar una adecuada identificación de las Fake news que se encuentran vertidas en Facebook sobre el Covid-19” en base a una investigación cualitativa, con diseño no experimental, de alcance descriptivo, transversal; para lo cual se emplearon técnicas de recolección de datos como entrevistas, focus group y análisis del contenido de la información recopilada. De acuerdo a los resultados se determinó que los usuarios machaleños de 18 a 65 años cuentan con las competencias digitales básicas para dar cuenta sobre las características de una noticia falsa, pero que aún carecen de conocimientos para reportarlas y disminuir el tráfico en la red de las mismas. Por lo general, entre las características que suelen reiterarse en este tipo de noticias, están la ausencia de testimonios o datos exactos sobre lo que se viene afirmando en el titular y el contenido principal de la noticia.

Por otro lado, con respecto a los antecedentes que se han ejecutado a nivel nacional se presentan los siguientes estudios:

Cuentas (2020) en su tesis de grado denominada “Características de las fake news que se difunden por las redes sociales sobre el coronavirus COVID19 y sus consecuencias en la credibilidad de los medios de comunicación en Arequipa – Primer semestre del 2020” cuyo propósito fue reconocer como la difusión de las fake news puede influir en las credibilidad de los medios de comunicación, en base a una investigación con diseño no experimental, transeccional, descriptiva, cuya muestra de estudio fue de 400 habitantes de la provincia de Arequipa, quienes fueron evaluados mediante un cuestionario compuesto por 20 preguntas. Los resultados demostraron que entre las características que tenían las fake news sobre el coronavirus COVID-19 se reporta que al parecer son manipuladas, tendenciosas y ubicadas en un contexto falso. Asimismo, los encuestados estiman que el origen de una fake news se suscita en el medio de comunicación que la comparte, y sobre todo son noticias manipuladas para obtener mayor captación de audiencia.

Humpiri et al. (2020) llevaron a cabo una investigación que titularon “Fake News, la otra cara del COVID-19 en las redes sociales”, la cual tuvo como objetivo conocer la forma en cómo llegan a afectar la publicación de noticias falsas dentro de las redes sociales y determinar el impacto que tiene en la opinión del usuario, a partir de una investigación con enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo, con corte transversal de diseño no experimental, en donde se contó con la participación de 505 pobladores que fueron encuestados mediante un cuestionario online para obtener su opinión sobre las noticias falsas y los efectos que éstas tuvieron en la audiencia. De acuerdo a los resultados obtenidos se reportó que el 93.8% de las publicaciones falsas tiene como objetivo mancillar la imagen y reputación de personas o entidades, en tanto que un 76.8% suelen publicarlas para beneficio propio o de algún grupo de interés, en tanto que un 25.1% lo hace forma inconsciente. Se concluye que la proliferación de este tipo de noticias puede ocasionar daño en la imagen personal o institucional, así como pérdidas económicas.

Pacasi (2020) en su tesis de grado denominada “Influencia de las fake news en la opinión de los adultos de 50 a 65 años del distrito de San Miguel sobre el coronavirus”, en donde su precisó determinar qué tanto influyen las fake news sobre la opinión que desarrollan los adultos de entre 50 y 65 años acerca del coronavirus, en base a una investigación bibliométrica, transversal,

retrospectivo, en el que se ejecutaron algunas entrevistas virtuales, a fin de poder recolectar información sobre las opiniones que tienen la audiencia de este tipo de fake news. Según los resultados obtenidos un 70% de los participantes considera creíble una noticia que corresponda a algún canal oficial o medio periodístico reconocido, sin prejuzgar si la información puede ser válida o no. Además, se denota que existe un leve desinterés por comprobar las noticias con fuente de internet que posean contenido especializado y completo.

Tapia (2020) en su tesis de licenciatura titulada “Las fake news: impacto social y nuevos desafíos para los servicios de información”, la cual tuvo como principal objetivo reconocer cuales son las propiedades de las noticias falsas y la influencia que tiene sobre la credibilidad de los medios en la ciudadanía, a partir de una investigación cualitativa, revisión bibliográfica, en la que se optó por el uso de técnicas de recolección de datos de análisis documental para analizar información vinculada con publicaciones vinculadas al tema de los últimos cinco años. De acuerdo al análisis descriptivo sobre la desinformación, fakes news, sus tipos y los medios sociales se logró demostrar que, en la época actual gracias a las redes sociales, las fake news tiene un impacto significativo, por lo cual se estima la necesidad de los profesionales de la información, a fin de que puedan hacer frente a la desinformación que buscan generar este tipo de noticias tendenciosas.

En cuanto al análisis teórico de la variable en estudio se indica lo siguiente, una fake news engloba todo tipo de acontecimiento nuevo que conlleva gran interés, debido al efecto o influencia masiva que lo caracteriza, en la actualidad nos encontramos rodeados de este tipo de noticias falsas o engañosas (Negi, 2018); generalmente son difundidas para algún medio de comunicación en su afán de dar a conocer hechos que no necesariamente son verídicos, dado que tienen un alto porcentaje de errores, y lo único que se pretende con ello es confundir o llegar a desinformar a la audiencia (Allcott & Gentzkow, 2017).

La aparición de la fake news no es un fenómeno actual, dado que estas se han suscitado en épocas remotas, entre las cuales destacan los rumores o información que no se lograba confirmar plenamente, en aquellas épocas la posibilidad de expandirse era más lento, dado que por lo general tomaba cuestión de horas o días en llegar a la audiencia (Salas, 2019). En la actualidad

este tipo de fake news ha adquirido una característica, en función que los adelantos tecnológicos, específicamente las redes sociales le han abierto las puertas a reproducirse masivamente, en función que a nivel global se habla de estas sin importar el idioma en el que se encuentren (Herrero & González, 2021). Por lo tanto, se enuncia que las fake news hoy en día vienen ganando terreno, y generando desinformación y haciendo que los medios de comunicación que interactúan en los medios digitales pierdan credibilidad en las redes sociales (Fernández-García, 2017). Por otro lado, Burgos (2019) considera que las fake news representan un tipo de información que no es congruente, no da a conocer una verdad, sino más bien producto de la falsificación busca distorsionar una verdad y conducir al engaño al lector, sin embargo, busca que sea considerada como una verdad para así cumplir con su principal propósito que es generar la desinformación. Por lo tanto, Tandoc et al., (2017) recopilaron una clasificación de fake news, indicando que se tratan de: sátiras, parodias de noticias, noticias que son inventadas, fotos trucadas, publicidad y relaciones públicas sin permiso de ser publicadas y propaganda. Es clave entender que cada fake news tiene una forma diferente de ser presentada

Las sátiras corresponden a aquellos programas de noticias que se encuentran simulados, en las que emplean el humor para dar a conocer noticias actuales sobre temas económicos o políticos. Por lo general, su objetivo se centra en la crítica o ridiculización de algún aspecto situacional de la realidad, por ende, son más bien considerados como programas de entretenimientos, en donde participan imitadores y comediantes (Tandoc et al. 2017). Este tipo de publicaciones por lo general intentan que las personas tomen con humor cierta información, pero son potencialmente nocivas porque las personas pueden atender a información que no necesariamente es precisa.

Por su parte, una parodia es un tipo de fake news, que puede resultar similar a la sátira porque se centra en el humor para dar a conocer los hechos que pueden ser de naturaleza política o económica que se suscita en un contexto determinado (Romero et al., 2021). Sin embargo en este tipo de fake news los hechos son ficticios y se busca hacer una crítica, ridiculizar o sensibilizar sobre los aspectos que se están reclamando; pero es necesario tener en cuenta que existe una línea delgada entre lo que es cierto y la pérdida de credibilidad de la noticia anunciada (Tandoc, et al. 2017, p. 6-7). Las parodias son generalmente

un recurso que usan los comediantes para proyectar su posición frente a los actos que les genera desacuerdo según su perspectiva, y por ello intentan distorsionar la información para dar a conocer su posición.

Las noticias fabricadas corresponden al tercer grupo de fake news, las cuales consisten en noticias que tienen un sustento fáctico, pero suelen copiar el formato de los comunicados para crear una sensación de veracidad sobre lo que se está comentando; por ello a diferencia de las parodias no existe un contrato de lectura entre medios y públicos (Rincón, 2006), sino más bien el acuerdo entre la falsedad de lo que se informa tiene como finalidad desinformar a la audiencia. De acuerdo con Burgos (2019) es una especie de narrativa que entreteje cuestiones que parecen fácticas, pero con un sesgo político, en donde el lector no consigue diferenciar las cuestiones reales, además el hecho de que sean difundidas por medios de comunicación que tienen cierto grado de credibilidad, resulta más difícil diferenciar lo verdadero de lo falso. Este tipo de fake news son difíciles de reconocer y se requiere un análisis más profundo para realizar un adecuado fact checking.

De acuerdo a los actores que se encuentran involucrados en el origen de una fake news se indica a los medios de comunicación, los cuales según Luhmann (2007) se trata del conjunto de aquellas comunicaciones sociales que son servidas de medios técnicos de reproducción masiva para propagarse. Los medios de comunicación suelen agrupar diversas tecnologías por las cuales se proporciona y llega a transmitir información a las personas. En este grupo se consideran también a los medios y/o plataformas por los cuales se envían mensajes y se recibe un “feedback”, así como aquellos por los cuales se puede realizar la búsqueda de la información.

Hoy en día, los medios de comunicación masivos cuentan con un rol importante para la promoción de productos y/o servicios, son paneles de discusiones y tienen un significado especial en la batalla empresarial para atraer uno que otro segmento de consumidores. Por otro lado, según la concepción sociológica de una sociedad de consumo, los medios de comunicación masiva tienen un rol de constructores de la realidad, y que puede sugerir diversos productos que permitan satisfacer necesidades y deseos para incrementar la demanda y lograr mantener el control sobre el mundo (Golovina, 2014). Esta concepción sobre los medios de comunicación indica su importancia, pero

también les otorgan una gran responsabilidad pues no solo deben sucumbir ante sus intereses individuales, sino que deben cumplir con su propósito principal que es brindar una información fidedigna y veraz, puesto que de lo contrario estarían incurriendo en el desarrollo de fake news (Rodríguez et al., 2022).

Para Bakker (2019) los medios de comunicación por donde se difunden las fake news y logran tener una amplia aceptación son las redes sociales. Diariamente se unen más usuarios a las diferentes plataformas de redes sociales que hay en internet, teniendo en consideración que cada una de estas se amolda según el perfil de cada segmento de cada audiencia. De acuerdo con el sitio web We are social, las redes sociales han logrado una gran acogida en los diversos grupos etarios, en consiguiente se observa que la plataforma Facebook llega a tener 2'400'000'000 de personas que interactúan, por lo cual se la considera como la red social líder que cuenta con un mayor número de usuarios que les facilita el compartir contenido multimedia.

Dicha red social fue creada en el año 2007 por el entonces estudiante de la Universidad de Harvard, Mark Zuckerberg, cuyo objetivo inicialmente se basó en facilitar la comunicación entre los estudiantes de dicha universidad, sin embargo, fue tal el éxito de su creación que en menos de 3 años ya tenía 500 millones de usuarios (Rogers, 2013). Cabe destacar que Facebook inicialmente tuvo acogida en los jóvenes, dado que veían en ella la posibilidad de contar con un espacio libre en internet que les permitía socializar, pero con su crecimiento otros grupos etarios se vieron interesados en participar, e inclusive hoy en día es ampliamente usado para fines políticos y comerciales. Las características principales de este tipo de red social son: identidad virtual, personalización, viralidad de contenidos y vinculación. La identidad virtual refiere a que el perfil que es creado por el usuario logra convertirse en una carta de presentación que permitirá que los demás usuarios lo identifiquen e interactúen con él (Vigo, 2017). La personalización hace referencia que cada usuario es capaz de hacer diferentes ajustes para configurar su perfil a su preferencia, lo cual puede hacer que esto se diferencie del resto. Por su parte, la característica de la viralidad de contenido, lo cual permite que exista una mayor proliferación del contenido que se publica en la red social. Por último, la vinculación refiere a que todos los usuarios puedan llegar a establecer lazos con las demás personas sin que importe el espacio geográfico, puesto que la red social facilita que el usuario se

vincule y amplíe su red de contactos (Vigo, 2017).

Cuando se habla de una Fanpage, se la entiende como una página web, cuyo principal objetivo es el de compartir contenido, gestionar su perfil en redes y sobre todo aquellos que la utilizan con el objetivo comercial (Agostini & Mechant, 2019).

Los componentes que tiene una Fanpage en Facebook se señalan los siguientes: perfil, muro, grupos, páginas y aplicaciones. El perfil refiere a que todo usuario cuenta con la opción de brindar información por cuenta propia, por lo cual puede administrar su propio perfil como lo desee, es como una credencial en la cual se mencionan los datos personales (Calero, 2014). El muro es otro componente de una Fanpage el cual hace referencia al espacio que tiene el perfil de cada usuario para poder intercambiar información con las amistades y en algunos casos información pública que cualquier usuario puede visualizar. Se comparte con los contactos las noticias, fotos, videos y comentarios, lo cual permite enriquecer el perfil (Calero, 2014). Los grupos son aquellos espacios que permiten la agrupación de usuarios que comparten un interés o tendencia en común y buscan reunirse para compartir información. Facilita recibir mayor información cuando una persona le pregunta a un grupo por alguna información específica, dado que puede recibir respuesta de cualquier miembro de este grupo. Las funciones que ofrece un Fanpage de Facebook permite la publicación de artículos que pueden llegar a ser vistos de forma rápida por los usuarios quienes pueden dejar su comentario (Campis et al., 2015). Además, está equipado de un chat que permite que los usuarios puedan inclusive dialogar de forma grupal.

En la presente investigación se realiza un abordaje de la aparición de las fake news en las redes sociales en este tiempo de crisis sanitaria originada por la pandemia del Covid-19 (Acosta e Iglesias, 2020), sin embargo el aspecto sanitario no es el único fenómeno con el que se tiene que combatir, dado que a la par hace su aparición la Infodemia, la cual según la Organización Mundial de la Salud [OMS] (2018) se trata de una difusión rápida de información de todo tipo, tales como: rumores, sátiras, chismes, información de dudosa procedencia que llega a propagarse de forma casi instantánea e incluso cruza fronteras producto del uso popular de los teléfonos inteligentes, redes sociales, internet y otro tipo de tecnologías de comunicación. Hacia el 2020, la OMS volvió a

comentar sobre este constructo de infodemia y la refiere como una epidemia nociva de rumores genera en circunstancias en las que se está suscitando un brote de una enfermedad altamente contagiosa, dejando de lado que la infodemia solo atendía a sobreabundancia de información y datos, sino que más específicamente tenía un propósito de generar caos en una circunstancia en la que existe una creciente preocupación (Arroyo et al., 2020). Se debe tener en cuenta que la infodemia por lo general encuentra su nicho en las redes sociales y los dispositivos móviles que cuentan con aplicaciones de mensajería instantánea y/o acceso a las redes sociales; sin embargo, en un porcentaje puede llegar a ser transmitidas por los medios de comunicación, es por ello que es fundamental que la información debe estar respaldada por algún especialista en salud pública para evitar cualquier tipo de controversia y/o pánico generalizado.

Si bien es cierto hubo un gran número de noticias tendenciosas sobre los cuidados que se deben tener para hacer frente a la pandemia o diversos tipos de medicamentos que deben emplearse, los cuales inclusive recibieron prohibición por parte de la Digemid ante la falta de evidencia científica de tener eficacia comprobada, y ante la posibilidad de tener efectos adversos que puedan generar en el uso para humanos (Minsa, 2020). Muchas de estas noticias se produjeron debido a que las personas buscaban ya sea por necesidad o por interés económico encontrar una opción viable para enfrentar la posibilidad de contagio, puesto que en el país no existía la cobertura necesaria para asegurar la calidad de vida de los ciudadanos (Palomino et al., 2020).

En el Perú, el inicio de la vacunación se programó para el año 2021, pero en el año anterior se realizaron las contrataciones con los diversos laboratorios, entre los cuales destacan: Sinopharm, Pfizer, Astrazeneca (Rojas, 2021). Los medios de comunicación daban como grata noticia de que el Estado en conjunto con el grupo de expertos habían logrado establecer un cronograma de recepción de vacunas y la dosificación según la prioridad de la población que necesitaba ser inmunizada.

El Minsa según resolución ministerial N°848-2020/MINSA aprobaron el documento del Plan Nacional de Vacunación contra la COVID-19, quien establece 3 fases de vacunación tomando en cuenta la situación epidemiológica y las prioridades sanitarias (MINSA, 2020). En consecuencia, se estableció que

entre febrero y marzo del 2021 se iniciaría con el grupo sanitario de primera línea (personal de salud, policía nacional y fuerzas armadas), quienes serían inmunizados con la vacuna de procedencia del país de China, la cual fue Sinopharm.

Ante ello, el medio de comunicación Willax inició una campaña de desinformación utilizando en reiteradas ocasiones las Fanpages para indicar que la vacuna no era efectiva para asegurar el porcentaje de inmunización que señalaban los análisis técnicos según los ensayos clínicos que se habían realizado en diferentes países, debido que no era reconocida como una vacuna útil en los países del marco europeo (Champa, 2021).

Este tipo de fake news fueron consideradas por muchos grupos sociales como verdaderas, y aunque tenían en sí un matiz político, generaban desconfianza en los grupos de riesgo, como adultos mayores, puesto que señalaban que no se vacunaron por la falta de certeza sobre su capacidad inmunológica (Insanguine & Castellanos, 2021). Otro de los efectos causados fueron que algunas personas consideraban que la vacunación sólo era una forma de imponer algo que ni siquiera estaba probada su eficacia y que podía inclusive generar la enfermedad, generando alarma y desconcierto en la población (Balarezo, 2021; Nieves et al., 2021). Todos estos fenómenos sociales no han hecho otra cosa que retrasar el proceso vacunatorio y no cumplirse con las metas que se había planteado inicialmente el Ministerio de Salud del Perú (Cuba, 2021).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

Se realizó una investigación aplicada dado que se empleó el conocimiento científico, con la finalidad de dar soluciones a problemas específicos (Lozada, 2014).

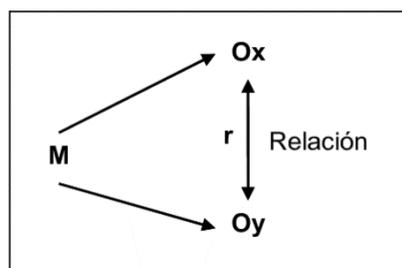
El enfoque de investigación fue cuantitativo, puesto que se realizó la recolección de datos exactos que pueden ser categorizados en niveles y grados teniendo en cuenta su frecuencia o proporción (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

Diseño de investigación

El diseño de investigación fue no experimental, dado que no se realizó ningún tipo de manipulación o control sobre las variables de estudio y únicamente se basó en la medición de las variables tal y como se presentan en la realidad estudiada (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

De acuerdo a su corte se utilizó una investigación transversal, en función que la medición se ejecutó en un solo momento determinado para su posterior procesamiento y análisis estadístico (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

Además, se trató de una investigación correlacional, puesto que se buscó determinar la relación entre dos o más variables de la investigación (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).



Dónde

M : Ciudadanos del distrito de Trujillo

O₁ : Fake news de la Fanpage Willax TV

O₂ : Alteración del proceso de vacunación

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: Fake news de la Fanpage Willax TV

Burgos (2019) considera que las fake news representan un tipo de información que no es congruente, no da a conocer una verdad, sino más bien producto de la falsificación busca distorsionar una verdad y conducir al engaño al lector, sin embargo, busca que sea considerada como una verdad para así cumplir con su principal propósito que es generar la desinformación.

Variable 2: Alteración sobre el proceso de vacunación

OMS (2020) atañe que los efectos que causan las Fake News y/o infodemia pueden generar caos y/o una creciente preocupación, debido al estado de alarma en el que se encuentran ante el brote de una enfermedad altamente contagiosa. En la presente investigación se limitará a evaluar los siguientes efectos vinculados al proceso de vacunación: desconfianza en los medios de comunicación; distorsión del cuidado y tratamiento frente a la enfermedad COVID-19 y oposición a la vacunación.

3.3. Población, muestra y muestreo

Población: La población se compone por el conjunto de personas, elementos y unidades de análisis que comparten ciertas características que serán analizadas en la investigación (Arias, 2016). En la presente investigación estuvo compuesta por ciudadanos del distrito de Trujillo 2021.

Criterios de inclusión:

Ciudadanos de ambos sexos.

Ciudadanos de Trujillo de entre 18 a 45 años.

Ciudadanos que usen con regularidad Facebook.

Ciudadanos que hayan ingresado a la Fanpage de WillaxTV

Criterios de exclusión:

Ciudadanos que no deseen participar en la investigación.

Ciudadanos que tengan algún tipo de incapacidad visual o no sepan leer.

Ciudadanos que tengan algún vínculo con Willax TV.

Ciudadanos que tengan algún cargo público.

Muestra: La muestra es un subconjunto de la población que permite reducir el número de participantes a evaluar, con el objetivo de obtener una medida representativa (Arias, 2016). En la presente investigación se optó por una muestra probabilística, cuyo tamaño fue hallado mediante la aplicación de la fórmula de población infinita o para cuya población es superior a 100,000 elementos. El resultado de la muestra indica que consideraron a 384 ciudadanos de la ciudad de Trujillo, 2021.

Muestreo: Se empleó un muestreo probabilístico aleatorio simple.

Unidad de análisis: Un ciudadano de la ciudad de Trujillo, 2021.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En la presente investigación se empleó la técnica de la encuesta, la cual hace referencia al procedimiento en el cual se emplean cuestionarios para recolectar los datos de interés sobre la variable de forma sistematizada.

Instrumentos de recolección de datos

Se optó por el uso de cuestionarios, en función que se basa en un listado de preguntas cerradas que ofrece distintas alternativas de respuesta para obtener la información necesaria sobre la variable de Fake News y sus dimensiones correspondientes. Este cuestionario fue dirigido hacia los ciudadanos que participen del estudio y fue administrado por medio de la plataforma de Google Forms, en función que pudo ser autoadministrado por el evaluado.

3.5. Procedimientos

Se procedió en la delimitación de las variables de estudio y el desarrollo y validación del instrumento que facilite la recolección de los datos para dar cumplimiento con la investigación. Además se delimitó también la población objetivo del estudio, en función que se requiere personas que tengan conocimientos sobre las publicaciones que ha estado realizando Willax TV durante las fases iniciales del proceso de vacunación establecidas por el MINSA y la PCM. Una vez reconocidos los participantes, se les explicó sobre los

objetivos de la investigación, a fin de que den su aprobación voluntaria para ser parte del estudio. Se suministraron los cuestionarios vía online a través de la plataforma Google Forms.

3.6. Método de análisis de datos

Para el desarrollo de la fase de análisis de datos se utilizó el software SPSS versión 26, con el objetivo de poder aplicar cálculos relacionados con la estadística descriptiva e inferencial. Con respecto a la estadística descriptiva se presentaron los resultados de las frecuencias relativas y acumuladas de las variables en tablas y figuras según corresponda. Por su parte, para el análisis inferencial se optó por el uso de la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov para lograr determinar que la distribución de los puntajes obtenidos en cada una de las variables de estudio fue no normal ($p < 0.05$), de modo que se estimó pertinente utilizar la prueba de correlación de Rho de Spearman para la contrastación de la hipótesis y de ese modo reconocer la existencia de relación entre las variables de estudio.

3.7. Aspectos éticos

Se tomaron en consideración de código de ética de la investigación científica asumido por la Universidad César Vallejo, a fin de respetar de forma obligatoria cada uno de los lineamientos que allí se establecen sobre todo el de la propiedad intelectual, en función que se citó y consignó las referencias de la información que ha sido considerada en la investigación.

IV. RESULTADOS

Una vez realizado el procesamiento de los datos recolectados mediante los cuestionarios aplicados a los ciudadanos de Trujillo se ha logrado analizar el grado de consumo de fake news del fan page “WillaxTV” y la alteración que ha provocado en el proceso de vacunación COVID-19, para lo cual se busca dar cumplimiento a cada uno de los objetivos planteados en la investigación:

Objetivo específico 1: Identificar las características del consumo de fake news de la fan page “WillaxTv” por parte de los ciudadanos de Trujillo 2022.

Tabla 1

Intereses Externos de las Fake News del Fan Page “WillaxTv”

Nivel	Cantidad	Porcentaje
Alto	273	71.09%
Regular	85	22.14%
Bajo	26	6.77%
Total	384	100.00%

Nota: Datos obtenidos de una muestra de 384 ciudadanos evaluados en Trujillo

En la tabla 1 se logró identificar que el 71.09% de los ciudadanos encuestados perciben que el desarrollo de la fake news del fan page WillaxTv se caracteriza por la existencia de una alta influencia de intereses externos, mientras que el 22.14% de los ciudadanos que forman parte de la muestra señalaron que existe un nivel regular de los intereses externos. Finalmente un 6.77% indicaron que existe un nivel bajo de influencia de los intereses externos que favorecen la difusión de las fake news por parte de este fan page Este resultado indica que los ciudadanos perciben que la difusión de fake news por parte de WillaxTv para desinformar sobre el proceso de vacunación Covid-19 se fundamenta en intereses políticos, económicos y publicitarios que persigue la institución.

Tabla 2*Intereses Internos de las Fake News del Fan Page "WillaxTv"*

Nivel	Cantidad	Porcentaje
Alto	201	52.35%
Regular	154	40.10%
Bajo	29	7.55%
Total	384	100.00%

Nota: Datos obtenidos de una muestra de 384 ciudadanos evaluados en Trujillo

En la tabla 2 se aprecia que un 52.35% de los ciudadanos considera que existen algunos intereses internos que logran promover el el desarrollo de este tipo de noticias. Por otro lado, el 40.10% de los ciudadanos considera que existe una regular presencia de intereses internos, y el 7.55% restante considera que existe una baja presencia de intereses internos en este tipo de fake news sobre el proceso de vacunación. De acuerdo a ello, se estima que por lo general estas fake news se caracterizan porque buscan inicialmente generar desconfianza en los demás medios de comunicación, los contenidos que se publican son prejuiciosos y buscan obtener una razón o perspectiva parcializada sobre el asunto en cuestión.

Tabla 3*Titular impactante - Componente de las Fake News del Fan Page “WillaxTv”*

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente cierto	97	25.26%
Probablemente cierto	158	41.15%
Indeciso	78	20.31%
Probablemente falso	27	7.03%
Totalmente falso	24	6.25%
Total	384	100.00%

Nota: Datos obtenidos de una muestra de 384 ciudadanos evaluados en Trujillo

En la tabla 3 se muestran los resultados de la evaluación de las características principales que presentan las fake news del Fan Page, en donde se aprecia que el 41.15% de los ciudadanos evaluados considera que es probablemente cierto que las fake news de la Fan Page “WillaxTv” suelen contar con un titular impactante, y el 25.26% considera que es totalmente cierto. Por otro lado, un 20.31% de los encuestados considera no estar seguro si estas fake news tienen o no titulares impactante, mientras que un 13.28% emitió una respuesta entre probablemente y totalmente falso (Ver anexo 9). Estos resultados permiten afirmar que las fake news sobre el proceso de vacunación que difundió se caracterizan por presentar un titular impactante que busque atraer la atención de los espectadores y puedan creer en el contenido de dicha publicación.

Tabla 4

Revelaciones que indignan - Componente de las Fake News del Fan Page "WillaxTv"

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente cierto	94	24.48%
Probablemente cierto	160	41.67%
Indeciso	79	20.57%
Probablemente falso	32	8.33%
Totalmente falso	19	4.95%
Total	384	100.00%

Nota: Datos obtenidos de una muestra de 384 ciudadanos evaluados en Trujillo

En la tabla 4 se aprecia que, el 41.67% de los ciudadanos evaluados considera que es probablemente cierto que las fake news de la Fan Page "WillaxTv" suelen presentar revelaciones que indignan, y el 24.48% considera que es totalmente cierto. Por otro lado, un 20.57% de los encuestados considera no estar seguro si estas fake news cuentan revelaciones que indignan, mientras que un 13.28% emitió una respuesta entre probablemente y totalmente falso. Este resultado afirma que el fan page Willax Tv suele utilizar elementos publicitarios en el contenido de la fake news que promueven revelaciones que suelen generar indignación en el público sobre lo que no comentan otros medios de comunicación acerca del proceso de vacunación, con el objetivo de tener mayor audiencia.

Tabla 5

Apariencia legítimas y confiables - Componente de las Fake News del Fan Page "WillaxTv"

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente cierto	93	24.22%
Probablemente cierto	168	43.75%
Indeciso	80	20.83%
Probablemente falso	28	7.29%
Totalmente falso	15	3.91%
Total	384	100.00%

Nota: Datos obtenidos de una muestra de 384 ciudadanos evaluados en Trujillo

En la tabla 5 se afirma que el 43.75% de los ciudadanos evaluados considera que es probablemente cierto que las fake news de la Fan Page "WillaxTv" suelen presentar apariencia legítimas y confiables, y el 24.22% considera que es totalmente cierto. Por otro lado, un 20.83% de los encuestados considera no estar seguro si estas fake news cuentan con apariencia legítimas y confiables, mientras que un 11.2% emitió una respuesta entre probablemente y totalmente falso. Este hallazgo indica que una de las estrategias más usuales que emplean la fan page Willax Tv para difundir las Fake News es simular que se trata de una noticia legítima y confiable, a fin de que no se cuestione la veracidad de la información que brindan, sin embargo algunos usuarios pueden detectar que aún se trata de una noticia falsa que solo busca obtener audiencia cuando es contrastada con otros medios de comunicación.

Objetivo específico 2: Medir el nivel de alteración en el proceso de vacunación en los ciudadanos de Trujillo 2022.

Tabla 6

Nivel de alteración en el proceso de vacunación en los ciudadanos de Trujillo

Nivel	Cantidad	Porcentaje
Alto	231	60.16%
Regular	133	34.64%
Bajo	20	5.21%
Total	384	100.00%

Nota: Datos obtenidos de una muestra de 384 ciudadanos evaluados en Trujillo

En la tabla 6, se reportó que un 60.16% considera que la difusión de las fake news produce un nivel alto de alteración. Mientras que, el 34.64% de los encuestados considera que existe un nivel regular de alteración en el proceso de vacunación. Y solamente el 5.21% de los encuestados indicó que las fake news producen alteración en el proceso de vacunación COVID-19 (Ver anexo 10). Estos resultados permiten afirmar que las fake news compartidas por el fan page WillaxTv han tenido una alta influencia en la alteración en la percepción sobre la eficacia y utilidad del proceso de vacunación COVID-19, dado que los lleva a cuestionar si es realmente la mejor medida para combatir la pandemia, dado que le otorgan cierta validez a lo informado por este medio de comunicación.

Tabla 7

Nivel de las dimensiones de la alteración en el proceso de vacunación en los ciudadanos de Trujillo

Dimensión	Nivel	Cantidad	Porcentaje
Desconfianza en los medios de comunicación	Alto	169	44.0%
	Regular	194	50.5%
	Bajo	21	5.5%
	Total	384	100.0
Distorsión del cuidado y tratamiento ante la enfermedad del covid-19	Alto	173	45.1%
	Regular	182	47.4%
	Bajo	29	7.6%
	Total	384	100.0
Oposición a la vacunación	Alto	231	60.2%
	Regular	133	34.6%
	Bajo	20	5.2%
	Total	384	100.0

Nota: Datos obtenidos de una muestra de 384 ciudadanos evaluados en Trujillo

En la tabla 7 se muestra el análisis de las dimensiones que han sufrido alguna alteración debido a la difusión de fake news del fan page Willax Tv sobre el proceso de vacunación, se reporta que un 50.5% de los encuestados ha desarrollado una regular desconfianza en los demás medios de comunicación. Por otro lado, un 47.4% señala que desarrolló una regular distorsión en los cuidados y tratamientos ante la enfermedad del covid-19, dado que recibió información sobre otras alternativas que no necesariamente eran brindadas por el gobierno. Y finalmente, el 60.2% indica que las fake news de WillaxTv tuvieron un efecto alto en el desarrollo de oposición hacia la vacunación del COVID-19. Estos resultados plantean que entre los efectos más nocivos que han causado los contenidos de las fake news del fan page de Willax Tv se destaca que se oponen a vacunarse, dado que consideran que las vacunas no logran inmunizar por completo frente a la posibilidad de contagio, además en menor medida han generado desconfianza en lo informado por otros medios de comunicación, puesto que han llegado a considerar que buscan ocultar algunos aspectos que son verdaderos sobre el proceso de vacunación.

Objetivo específico 3: Determinar la relación entre la dimensión intereses internos de las fake news de la fan page WillaxTv y la alteración en el proceso de vacunación de los ciudadanos de Trujillo 2022.

Tabla 8

Relación que existe entre la dimensión intereses internos de las fake news y la alteración del proceso de vacunación de los ciudadanos de Trujillo.

		Alteración del proceso de vacunación	
		Coeficiente de correlación	.597**
Rho de Spearman	Intereses Externos de las Fake News	Sig. (bilateral)	.000
		N	384

Nota: La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 8 se precisó que según el coeficiente de correlación de Spearman existe una correlación directa y moderada ($\rho = .597$) altamente significativa ($p=0.000$) entre los intereses externos y la alteración del proceso de vacunación. Esto indica que los intereses políticos, económicos y publicitarios que promueven el desarrollo de las fake news del Fan Page WillaxTv inciden de forma significativa sobre la decisión de vacunarse ante la Covid-19 en las personas que asumen estas noticias como verdaderas.

Objetivo específico 4: Delimitar la relación entre la dimensión intereses externos de las fake news de la fan page WillaxTv y la alteración en el proceso de vacunación de los ciudadanos de Trujillo 2022.

Tabla 9
Relación que existe entre la dimensión intereses internos de las fake news y la alteración del proceso de vacunación de los ciudadanos de Trujillo.

		Alteración del procesos de vacunación	
Rho de Spearman	Interés internos de las Fake News	Coeficiente de correlación	.668**
		Sig. (bilateral)	.000
		N	384

Nota: La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 9 según el coeficiente de correlación de Spearman existe una correlación directa y moderada ($\rho = .668$) altamente significativa ($p = 0.000$) entre los intereses internos y la alteración del proceso de vacunación. Según este resultado se indica que algunos componentes internos que promueven las fake news del Fan Page WillaxTv, tales como: cómo prejuicios y generar desconfianza pueden generar alteración en el proceso de vacunación de Covid-19.

Objetivo específico 5: Resolver la relación entre la dimensión componentes principales de las fake news de la fan page WillaxTv y la alteración del proceso de vacunación de los ciudadanos de Trujillo 2022.

Tabla 10

Relación que existe entre la dimensión componentes de las fake news y la alteración del proceso de vacunación de los ciudadanos de Trujillo.

		Alteración del procesos de vacunación	
Rho de Spearman	Componentes de las fake news	Coeficiente de correlación	.622**
		Sig. (bilateral)	.000
		N	384

Nota: La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 10 se precisó que en acuerdo con el coeficiente de correlación de Spearman existe una correlación directa y moderada ($\rho = .622$) altamente significativa ($p=0.000$) entre los componentes de las fake news y la alteración del proceso de vacunación. Según este resultado se indica que algunos componentes de las fake news del Fan Page WillaxTv, tales como: titulares impactantes, simular la fuente y la confiabilidad de la información que enuncian puede promover que exista alteración en el proceso de vacunación de Covid-19.

Tabla 11

Relación que existe entre las fake news y la alteración del proceso de vacunación de los ciudadanos de Trujillo.

		Alteración del proceso de vacunación	
Rho de Spearman	Fake news	Coeficiente de correlación	.775**
		Sig. (bilateral)	.000
		N	384

Nota: La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 11 se muestra que según el coeficiente de correlación de Spearman existe una correlación directa y alta ($\rho = .775$) altamente significativa ($p=0.000$) entre las fake news y la alteración del proceso de vacunación. Esto permite comprobar la hipótesis de investigación demostrándose la existencia de relación entre las variables de estudio. Además indica que la difusión de los contenidos basados en fake news por parte de la Fan Page WillaxTv ha producido una alteración en los ciudadanos en su decisión de optar por la vacunación hacia el COVID-19, así como su forma de apreciar todas las noticias que surgían con respecto al tema.

V. DISCUSIÓN

En la presente investigación se ha pretendido realizar un abordaje sobre el consumo de fake news del fanpage de Willax Tv y la alteración que producen sobre el proceso de vacunación de la COVID-19 en los ciudadanos trujillanos que tiene la proliferación de las fake news relacionadas al COVID-19 emitidas por el Fan Page Willax Tv en los ciudadanos, teniendo en cuenta que hoy en día como lo indica la OMS (2018) la infodemia es un fenómeno común y que genera una propagación alarmante de información que por lo general carece de sustento científico pero que consigue estructurarse a partir de una evidencia real, en este caso la propagación del COVID-19, sin embargo esta información tan difusa en estos tiempos en lo que las personas se encuentran expuestas a diversas fuentes de información conlleva a la necesidad de plantear este estudio en el que se busca determinar la relación entre el consumo de fake news de la fan page de Facebook de “WillaxTv” y la alteración en el proceso de vacunación en los ciudadanos de Trujillo, 2022.

Según el objetivo general del estudio se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho Spearman ($\rho = 0.775$) y un nivel de significancia ($p = 0.000$), lo cual indica que las fake news de la fan page Willax Tv mantiene una relación positiva de grado alto estadísticamente significativa con la alteración del proceso de vacunación de Covid-19 en los ciudadanos trujillanos, 2022.

Dicho resultado se asemeja a lo planteado por Gutierrez et al. (2020) quienes lograron analizar que entre los efectos más directos que generan los diversos portales web de seis países iberoamericanos que difunden fake news relacionadas con el COVID-19 generaban no sólo desinformación, sino que generaban que las personas cada vez cuestionen y no confíen en las medidas restrictivas que implementan los gobiernos, dado que señalaban que eran imposiciones sociales sin fundamentos y que transgreden sus derechos. Por su parte, Humpiri et al., (2020) desarrolló una investigación que le permitió recoger información sobre cómo afecta la población de fake news en las redes sociales, en donde reconoce que a partir de la participación de 505 personas encuestadas existe un impacto significativo a nivel social y económico, debido que en ocasiones se puede dañar la imagen institucional de empresas que mantiene una versión distinta a las de la fake news y son cuestionadas sin darse cuenta que realmente brindan información veraz, en tal sentido concluye que existe una

profunda distorsión sobre el tema del Covid-19, debido a la intensa propagación de Fake News en diferentes redes sociales.

Según lo señalado es necesario considerar que los resultados alcanzados confirman lo expuesto por Bakker (2019) uno de los más grandes medios de comunicación digital que en ocasiones emplean las fake news por su alta aceptación y bajo nivel de cuestionamiento o fact-checking son las redes sociales, dado que inclusive su alcance es exponencial si una página o perfil cuenta con un gran número de seguidores. Ante ello, es posible señalar que este tipo de noticias alteran la veracidad de la información y pueden afectar la confianza en los medios de comunicación, y más bien les conlleva a aceptar este tipo de noticias falsas como verdaderas, lo cual indudablemente afecta sus creencias, opiniones y conductas sobre todo las que se asocian al proceso de vacunación Covid-19.

De acuerdo al objetivo específico 1 se reporta que el 71.09% de los encuestados considera que existen intereses externos en la propagación de fake news, es decir se moviliza por obtener un beneficio ya sea económico, político o publicitario. Además, se indica que según el 52.35% de encuestados también existen intereses internos que pueden influir de forma significativa en el desarrollo de fake news. Mientras que, entre los componentes de la fake news se llega a reportar que el 66.41% considera que estas presentan titulares impactantes; un 66.15% estima que lo por lo general se basan en presentar algunas revelaciones que pueden indignar a la personas, debido que otros medios de comunicación buscan ocultarlas y un 67.99% señala que cuentan con una apariencia que parece legítima.

El presente resultado concuerda con lo expuesto por Román et al. (2020), quienes aseveran en su investigación de Fake News sobre Covid-19 en España, llegaron a considerar que hasta un 48.47% de la información falsa que circulaba en la web tiene carácter político y buscan a través de ella tergiversar la información. Asimismo, se confirma lo expuesto por Cuentas (2020) quien en su investigación realizada sobre las fake news que se han sido difundidas en las redes sociales se atañe que la gran mayoría de estas son manipuladas para incrementar sus niveles de audiencia, a través de contenido manipulado, tendencioso y que carece de fuente de información, pero que sin embargo llega a influir en la credibilidad de los medios de comunicación, dado que emiten

información diferente a la emitida por este tipo de medios falsos.

En consecuencia con los resultados planteados se aprecia que mucho de la proliferación de los contenidos falsos de las noticias que se difunden en el fan page de Willax Tv persiguen ciertos intereses, y se aúnan a la campaña política de lograr cuestionar la capacidad de gestión del Gobierno y los entes encargados de llevar a cabo este tipo de proceso de vacunación para atender las necesidades sanitarias producidas por el COVID-19, asimismo puede coexistir un interés publicitaria, a fin de lograr mayor portada y convertir al medio de comunicación en algo mediático que mejore su posición en el ranking de audiencia.

Por su parte según el objetivo específico 2 se reporta que un 60.16% de los encuestados reporta mantener un alto nivel de alteración sobre el proceso de vacunación como efecto directo del consumo de fake news emitidas por la Fan Page WillaxTv, esto indica que las personas que han confiado en este medio de comunicación han visto alterada sus creencias y comportamientos con respecto al COVID-19.

Es resultado se asemeja a lo expuesto por Pacasi (2020) quien considera que el 70% de los participantes de su estudio llegan a confiar en las noticias que emiten los canales oficiales o medios de comunicación periodísticos, en la gran mayoría de casos sin juzgar si estas noticias realmente son verdaderas o tiene alguna fuente confiable que las respalde, por eso se denota el desinterés por parte de los espectadores frente a esto, y ello conlleva a la desinformación y la alteración de las creencias relacionadas al tema que aborda la fake news.

Por otro lado, confirma lo expuesto por Tapia (2020) en su investigación indica que la fake news que se proliferan con rapidez en las redes sociales suponen un nuevo desafío porque estos pueden generar que las personas cuestionen la credibilidad en los medios de comunicación porque existe una gran cantidad de desinformación que tienen que ser valoradas por profesionales de la información para certificar su veracidad, demanda así mayor inversión de tiempo y dinero para las empresas que buscan contrarrestar el impacto social de las fan pages.

Estos hallazgos nos permiten reconocer los motivos por lo que los espectadores dan por sentado que las noticias son válidas, dado que por lo general los contenidos son tan creíbles que hacen que estos cambien sus

perspectiva y cuestionen las medidas impuestas por el gobierno, sobre todo en tu tema tan delicado como la salud, las personas dudan en aceptar si la vacunación de emergencia es verdaderamente una solución viable frente a la proliferación de la pandemia.

En cuanto al objetivo específico 3 se logró comprobar un coeficiente de correlación de Rho Spearman ($\rho = 0.579$) y un nivel de significancia ($p = 0.000$), lo cual indica que los intereses externos de las fake news de la fan page Willax Tv mantiene una relación positiva de grado moderado estadísticamente significativa con la alteración del proceso de vacunación de Covid-19 en los ciudadanos trujillanos, 2022. Esto indica que la difusión de estas fake news sobre el COVID-19 al contar con intereses ya sean políticos, económicos, sociales o publicitarias afectan el proceso de vacunación, dado que generan desinformación (Fernández-García, 2017).

Dicho resultado se asemeja a lo planteado por Román et al., (2020) quien en su investigación indicó que la mayoría de las fake news que se emitieron sobre el COVID en la prensa española tuvieron un tinte político, y que lograron desestabilizar a la población, dado que se cuestionaba a través de bulos y desinformación la gestión que venían realizando las autoridades para contener la propagación de la pandemia.

En concordancia se afirma que los intereses externos que promueven el desarrollo de contenidos falsos en una fan page indudablemente se asocian con la alteración en el proceso de vacunación, dado que básicamente se proliferan las fake news con un interés externo sobre todo de índole política y económica.

Con respecto al objetivo específico 4 se logró comprobar un coeficiente de correlación de Rho Spearman ($\rho = 0.668$) y un nivel de significancia ($p = 0.000$), lo cual indica que los intereses internos de las fake news de la fan page Willax Tv mantiene una relación positiva de grado alto estadísticamente significativa con la alteración del proceso de vacunación de Covid-19 en los ciudadanos trujillanos, 2022. Este resultado indica que la fake news llegan a influir las personas, dado que la información que se difunde en algunos casos confirma los prejuicios u opiniones que por lo general se emiten sobre la fiabilidad o no de la vacunación sin que esto realmente tenga una fuente que lo confirme, sin embargo llega a afectar la percepción de quien consume este tipo de noticias falsas. Este resultado concuerda con lo expuesto por Mínguez (2020) quien

indica que cuando no existe un adecuado conocimiento para determinar si la información compartida es fidedigna o no, esto se prolifera con rapidez en los diferentes sitios web y fan pages, por lo que es necesario que se detecten y se reporten a tiempo, antes de que llegue a personas a las que les cause desinformación y afecte sus creencias respecto al tema.

En tanto que según el objetivo específico 5 se logró comprobar un coeficiente de correlación de Rho Spearman ($\rho = 0.662$) y un nivel de significancia ($p = 0.000$), lo cual indica que los componentes de las fake news de la fan page Willax Tv mantiene una relación positiva de grado moderado estadísticamente significativa con la alteración del proceso de vacunación de Covid-19 en los ciudadanos trujillanos, 2022. Este resultado indica que muchas veces las fake news emplean diversos elementos como utilizar un titular impactante, adoptar una apariencia de un medio legítimo para lograr mayor credibilidad y afectar así el proceso de vacunación de Covid-19.

Por ende se atañe que dicho resultado se asemeja a lo expuesto por Romero y Torres (2020) quienes en su investigación se reporta que algunas características reiterativas de las fake news son los titulares llamativos pero que finalmente las noticias carecen de datos exactos o testimonios, sin embargo en primera instancia generan un fuerte flujo de tráfico de internet, que a la larga termina generan desinformación en las personas que no tienen la capacidad para reconocer la veracidad de su contenido.

Estos hallazgos indican que gran parte de la efectividad de que una fake news sea creíble se basa en su capacidad para recopilar las características de una noticia, sin embargo existen algunas cuestiones que permiten dilucidar si la información es verdadera o falsa, sin embargo no todas las personas están capacitadas para reconocer ello, y por lo tanto aquellos que las asumen como verdaderas, por lo general creerán en ellas y adoptarán una postura sobre el tema, en este caso se volverán críticos del proceso de vacunación, dado que se centrarán sobre la fiabilidad de las vacunas, el cual según los ensayos clínicos realizados en diversos países y compararlos con los de la realidad nacional.

Finalmente, en consecuencia de los hallazgos obtenidos en la investigación se reporta que es importante combatir la desinformación que provocan la proliferación de las fake news, dado que los resultados indican que mucha de la información que proliferan los medios de comunicación sobre el

proceso de vacunación no es fiable y lo hacen con el objetivo de lograr mayor presencia y representatividad como medio de comunicación. Para estos efectos, es sumamente necesario señalar que los resultados obtenidos en el presente estudio, no pueden ser generalizados en otros ámbitos.

VI. CONCLUSIONES

1. El consumo de las fake news mantiene una relación positiva de grado alto ($\rho = .775$) altamente significativa ($p < 0.01$) con la alteración del proceso de vacunación, por lo cual se estima que mientras más se publiquen fake news en el fan page WillaxTv genera mayor afectación sobre la credibilidad en el proceso de vacunación de los espectadores.
2. Se precisó que el 71.09% de los espectadores consideran que las fake news emitidas por el Fan Page WillaxTv obedece a intereses externos de índole publicitaria, económica y política. Además, un 52.35% de los espectadores asume que existe una alta influencia de intereses internos, es decir buscan generar incertidumbre y ofrecer prejuicios sobre el proceso de vacunación COVID-19.
3. Se reportó que el 60.16% de los espectadores señalan que existe un alto nivel de alteración del proceso de vacunación como consecuencia del consumo de las fake news del Fan Page de WillaxTv, lo cual genera que se pierda la credibilidad en los demás medios de comunicación y se cuestione la eficacia de la capacidad inmunológica de la vacuna como estrategia para prevenir el COVID-19.
4. Los intereses externos que forman parte del desarrollo de fake news del Fan Page WillaxTV mantiene relación positiva de grado moderado ($\rho = .579$) altamente significativa ($p < 0.01$), lo cual indica que existen intereses económicos, políticos y publicitarios para seguir promoviendo el desarrollo de fake news que alteren el proceso de vacunación de Covid-19.
5. Los intereses internos que forman parte del desarrollo de fake news del Fan Page WillaxTV mantiene relación positiva de grado moderado ($\rho = .668$) altamente significativo ($p < 0.01$), lo cual pone en manifiesto que las fake news llegan a influir las personas, dado que la información que se difunde en algunos casos confirma los prejuicios u opiniones que por lo general se emiten sobre la fiabilidad o no de la vacunación COVID-19.

6. Los componentes de las fake news del Fan Page WillaxTv mantienen una relación positiva de grado moderado ($\rho=.662$) altamente significativa ($p<0.01$) con la alteración del proceso de vacunación, todo ello indica que cada componentes principales tiene una influencia sobre el espectador, dado que genera alteración en el proceso de vacunación, logrando que cada vez menos personas confíen en éste.

VII. RECOMENDACIONES

Incentivar a los medios de comunicación deben enfatizar en el establecimiento de mecanismo fact checking que les permita corroborar la información que van a publicitar a través de redes sociales, de forma que se evite la desinformación y pierdan credibilidad como institución, dado que la población los responsabiliza del contenido falso emitido.

Promover concientización en los pobladores para que acudan a fuentes de información fiables cuando desean recopilar noticias vinculadas al COVID-19, dado que no pueden considerar que lo que proviene de las redes sociales es una realidad exacta, dado que muchas veces se anteponen los intereses personales antes de encontrar la verdad de los hechos.

Realizar campañas de concientización para que las personas consideren pertinente la contrastación de información mediante fuentes de información fidedigna antes de compartir y viralizar el contenido, solo porque en diversas fan pages lo vienen publicitando o mayor interacción social ha tenido en las redes sociales.

Sugerir a los medios de comunicación y periodistas que deben siempre agotar todas las fuentes de información para poder brindar la noticia lo más completa posible, es decir demostrar no sólo un enfoque de la verdad, sino ser imparciales en la información, a fin de que sea el público quien pueda sacar sus propias conclusiones y no inducir a una única versión sobre la problemática que se está abordando.

Se sugiere a futuros investigadores seguir profundizando en el análisis de cómo identificar cuáles son los diversos tipos de fake news pueden influir en las creencias del público, a través de una investigación con diseño cuasiexperimental, en donde se les brinde estrategias para su identificación de las principales características al público en general.

REFERENCIAS

- Acosta, J., & Iglesias, S. (2020). COVID-19: Desinformación en redes sociales. *Revista Cuerpo Médico. HNAAA*, 13(2), 217 – 218.
- Agostini, S., & Mechant, P. (2019). Towards a definition of virtual community= Hacia una definición de la comunidad virtual. *Signo y Pensamiento*, 38(74).
- Allcott, H. y Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31 (2), 211 – 236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.21>
- Alonso, M. (2019). Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 45, 29-52.
- Arroyo-Sánchez, Abel Salvador, Cabrejo Paredes, José Elías, & Cruzado Vallejos, María Peregrina. (2020). Infodemia, la otra pandemia durante la enfermedad por coronavirus 2019. *Anales de la Facultad de Medicina*, 81(2), 230-233. <https://dx.doi.org/10.15381/anales.v81i2.17793>
- Balarezo, G. (2021). El virus de las noticias falsas en la pandemia del COVID-19. *Diagnóstico*, 60(1), 40 – 49.
- Burgos, J., (2019). Fake News: Desmontando la objetividad. Un acercamiento crítico a las noticias falsas desde la teoría de Lippmann. Manizales, CO: Universidad De Manizales.
- Calero, M. L. (2014). El discurso de WhatsApp: Entre el Messenger y el SMS. *Oralia*, 17, 85-114.
- Campis Sanchis, V.J.; Sanz Espinós, M.J.; García Llopis, C.; Caballero Caballero, M.T. & de Fez Saiz, D. (2015). La importancia del diseño de una página web de un departamento. En XIII Jornadas de Redes de Investigación en Docencia Universitaria [Recurso electrónico]: Nuevas estrategias organizativas y metodológicas en la formación universitaria para responder a la necesidad de adaptación y cambio.
- Champa, D. (2021). *Análisis periodístico de las fake news en tiempos de pandemia desde noviembre de 2020 hasta marzo de 2021, transmitidas en los programas: Beto a Saber y Rey con Barba del canal Willax Tv.* [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio UPC:
<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/659268>

- Cuentas, L. (2020). *Características de las fake news que se difunden por las redes sociales sobre el coronavirus COVID19 y sus consecuencias en la credibilidad de los medios de comunicación en Arequipa – Primer semestre del 2020*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. Repositorio institucional de la UNSA. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/20.500.12773/11648>
- Cuba, H. (2021). *La pandemia en el Perú. Acciones, impactos y consecuencias del covid-19*. Fondo editorial Comunicacional CMP- Perú.
- Diario El Comercio (2021). Willax y las “fake news”, por Andrés Calderón
- Fernández-García, N. (2017). Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática. *Nueva sociedad*, (269).
- García, M. (2018). *Fake News: La verdad de las noticias falsas*. Plataforma.
- Golovina, N. (2014). La comunicación masiva y el comportamiento del consumidor. *Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas*, 10(28), 190 – 198.
- Gutiérrez, L., Coba, P., Gómez, J. (2020). Las noticias falsas y desinformación sobre el Covid-19: análisis comparativo de seis países iberoamericanos. *Revista Latina de Comunicación Social*, (78), 237 – 264. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1476>
- Herrero, E., & González, P. (2021). Impacto de las fake news en estudiantes de periodismo y comunicación audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 155, 1 – 21.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw Hill.
- Humpiri, M., Humpiri, R. Ccuno, T. (2020). Fake News, la otra cara del COVID-19 en las redes sociales. *ÑAWPARISUN – Revista de Investigación Científica*, 2(2), 31 – 38.
- Insaguine, F. & Castellanos, J. (2021). Covid-19, Fake News y Vacunación: La necesidad de inmunizar a la sociedad de la duda vacunal. *Cuadernos de Bioética*, 32(104), 63 – 73.
- López, C., & Nuño, M. (2020). La “infodemia” en la crisis del coronavirus: Análisis de desinformaciones en España y Latinoamérica. *Revista Española de Documentación Científica*, 43(3), 274.
- Luhmann, N. (2007). *La realidad de los medios de masas* (Vol. 40). Universidad

Iberoamericana.

- Ministerio de Salud (2020). Plan nacional de vacunación contra la covid-19. Resolución Ministerial N°848-2020/MINSA. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1394145/RM%20N%C2%B0848-2020-MINSA.PDF.PDF>
- Mínguez, T. (2020). *Fake News en tiempos de COVID-19. Análisis de las herramientas Maldito Bulo y Newtral durante el estado de alarma en España*. [Tesis de grado, Universidad Politécnica de Valencia, España]. <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/149706>
- Negi, U. (2018). Fake News and Information Literacy: A Case Study of Doon University, Dehradun. *International Research: Journal of Library & Information Science*, 8 (2), 202- 214
- Nieves-Cuervo, G., Manrique-Hernández, E., Robledo-Colonia, A., Karina, A. (2021). Infodemia: noticias falsas y tendencias de mortalidad por COVID-19 en seis países de América Latina. *Revista Panamericana de Salud Pública* <https://doi.org/10.26633/RPSP.2021.44>.
- Organización Mundial de la Salud (2018). Managing epidemics: key facts about major deadly diseases. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/272442>.
- Pacasi, J. (2020). Influencia de las “Fake News” en la opinión de los adultos de 50 a 65 años del distrito de San Miguel sobre el Coronavirus. [Tesis de licenciatura, Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio Institucional: <https://hdl.handle.net/20.500.12727/7312>
- Palomino, M., Lovón, M. y Arellanos, R. (2020). La red sanitaria y su participación en la difusión o contención de las fake news y bulos relacionados con la COVID-19: el caso de Lima-Perú. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 145, 93 – 118.
- Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona: Gedisa
- Rodríguez, C., Coronel, G. y Mier, C. (2022). El reto de los periodistas frente a las fake news. Una mirada desde la Comunidad Andina.
- Rogers, Richard. (2013). *Digital methods*. Massachusetts: MIT Press
- Rojas, L. (2021). Fake news y COVID-19: una cobertura periodística en el Perú. *Cuadernos de H Ideas*, 15(15). <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/31/312012008/312012008.pdf>

- Román, A., Sánchez, N., Elías, R. (2020). Las fake news durante el Estado de alarma por COVID-19. Análisis desde el punto de vista político en la prensa español, a. *Revista Latina de Comunicación Social*, 78, 359 – 391.
- Romero, H. y Torres, D. (2020). *Estrategias para identificar fake news en Facebook y competencias digitales en usuarios machaleños para evitar desinformación en noticias sobre Covid-19*. [Tesis de licenciatura, Universidad Técnica de Machala]. Repositorio digital de la UTMACH: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/16413>
- Romero, L., Castillo, B. y Valle, A. (2021). Fake news de humor y sátira y actitudes hacia la política: Análisis comparativo del realismo percibido y los sentimientos de eficacia, alienación y cinismo en estudiantes de Comunicación. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 16(2): 465-480. <https://doi.org/10.14198/OBETS2021.16.2.15>
- Salas, C. (2019). La primera 'fake news' de la historia. *Historia y Comunicación Social*, 24(2), 411 – 431.
- Tandoc Jr, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “fake news” A typology of scholarly definitions. *Digital journalism*, 6(2), 137-153.
- Tapia, R. (2020), *Las fake news: impacto social y nuevos desafíos para los servicios de información*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio Institucional CYBERTESIS: <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/15620>
- Vosoughi, S., Roy, D., y Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151.

ANEXOS

Anexo 01: Operacionalización de la variable Fake News en el proceso de vacunación COVID-19.

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Consumo Fake News	Burgos (2019) considera que las fake news representan un tipo de información que no es congruente, no da a conocer una verdad, sino más bien producto de la falsificación busca distorsionar una verdad y conducir al engaño al lector, sin embargo busca que sea considerada como una verdad para así cumplir con su principal propósito que es generar la desinformación.	La variable de Fake News se medirá a través del Cuestionario Fake News sobre el proceso de vacunación basándose en las siguientes dimensiones: Tipos de desinformación, Intereses externos, intereses internos, Componentes de las fakes news	Intereses externos	Social	Ordinal
				Económico	
				Político	
				Publicitario	
			Intereses internos	Prejuicios y opiniones	
				Dan la razón	
				No cuentan con fuente	
			Componentes de las fakes news	Desconfianza en el periodismo	
				Titular impactante	
				Revelaciones que indignan	
Apariencia legítimas y confiables					

Alteración del Proceso de vacunación	OMS (2020) afirma que los efectos que causan las Fake News y/o infomeida pueden generar caos y/o una creciente preocupación, debido al estado de alarma en el que se encuentran ante el brote de una enfermedad altamente contagiosa.	La variable de efectos se medirá a través del Cuestionario de valoración de efectos de las Fake News en el proceso de vacunación	Desconfianza en los medios de comunicación	Incredulidad	Ordinal
				Tergiversación de la información	
				Controversia	
			Distorsión del cuidado y tratamiento ante la enfermedad del Covid-19	Adopción de tratamientos no aprobados	
				Sobreexposición al contagio	
			Oposición a la vacunación	Capacidad Inmunológica	
Efectos adversos					

Anexo 02: Matriz de consistencia

Título: Fake News de la fan page "WillaxTV" y la alteración en el proceso de vacunación en los ciudadanos. Trujillo, 2022					
Problema	Hipótesis	Objetivos	Variables	Metodología	Población
¿Cuál es la relación entre el consumo de Fake News de la fan page "WillaxTV" y la alteración en el proceso de vacunación en los ciudadanos de Trujillo, 2022?	<p>Existe relación entre la Fake News del Fan page WillaxTV y el efecto sobre el proceso de vacunación en los ciudadanos de Trujillo, 2021</p> <p>No existe relación entre la Fake News del Fan page WillaxTV y el efecto sobre el proceso de vacunación en los ciudadanos de Trujillo, 2021</p>	<p>General:</p> <p>Determinar la relación entre el consumo de fake news de la fan page "WillaxTV" y la alteración en el proceso de vacunación en los ciudadanos de Trujillo, 2022.</p>	<p>Variable 1:</p> <p>Fake news de la Fanpage Willax TV</p> <p>Burgos (2019) considera que las fake news representan un tipo de información que no es congruente, no da a conocer una verdad, sino más bien producto de la falsificación busca distorsionar una verdad y conducir al engaño al lector, sin embargo busca que sea considerada como una verdad para así cumplir con su principal propósito que es generar la desinformación.</p>	<p>Tipo y diseño de investigación</p> <p>El estudio es de tipo aplicada. Enfoque cuantitativo Nivel descriptivo correlacional. Diseño no experimental de corte transversal</p> <p>Variables y operacionalización</p> <p>Variable 1: Fake News de la Fan page</p> <p>Dimensiones:</p> <p>Intereses internos</p> <p>Intereses externos</p> <p>Componentes principales</p> <p>Variable 2: Alteración sobre el proceso de vacunación</p> <p>Dimensiones:</p> <p>Desconfianza en los medios de comunicación</p> <p>Distorsión del cuidado y tratamiento ante una determinado</p>	<p>La población está constituida por todos los ciudadanos de Trujillo, 2021. La muestra fue probabilística cuyo tamaño corresponde a 384 ciudadanos de la ciudad de Trujillo.</p>
		<p>Específicos:</p> <p>OE1: Identificar las características del consumo de fake news de la fan page "WillaxTV" por parte de los ciudadanos de Trujillo</p> <p>OE2: Medir el nivel de alteración en el</p>	<p>Variable 2:</p> <p>Alteración sobre el proceso de vacunación</p> <p>OMS (2020) atañe que los efectos que causan las Fake News y/o infodemia pueden generar caos y/o una creciente preocupación, debido al estado de</p>		

		<p>proceso de vacunación en los ciudadanos de Trujillo.</p> <p>OE3: Determinar la relación entre la dimensión intereses internos de las fake news de la fan page WillaxTv y la alteración en el proceso de vacunación de los ciudadanos de Trujillo.</p> <p>OE4: Delimitar la relación entre la dimensión intereses externos de las fake news de la fan page WillaxTv y la alteración en el proceso de vacunación de los ciudadanos de Trujillo.</p> <p>OE5: Resolver la relación entre la dimensión componentes principales de las fake news de la fan page WillaxTv y la alteración del proceso de vacunación de los</p>	<p>alarma en el que se encuentran ante el brote de una enfermedad altamente contagiosa. En la presente investigación se limitará a evaluar los siguientes efectos vinculados al proceso de vacunación: desconfianza en los medios de comunicación; distorsión del cuidado y tratamiento frente a la enfermedad COVID-19 y oposición a la vacunación.</p>	<p>Oposición a la vacunación.</p>	<p>el método estadístico descriptivo e inferencial.</p>
--	--	--	--	-----------------------------------	---

		ciudadanos Trujillo 2022.	de			
--	--	------------------------------	----	--	--	--

Cuestionario de Fake News en el Fan Page de Facebook “Willax TV” en el proceso de vacunación COVID-19



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Encuesta a ciudadanos

Cordiales saludos: solicito su colaboración para la realización de la presente encuesta, por lo que se le agradece completar todo el cuestionario el cual tiene un carácter confidencial.

Este cuestionario está destinado a recopilar información que será necesaria como sustento de la investigación " Fake News en el fan page “WillaxTV” y alteración en el proceso de vacunación de los ciudadanos del distrito de Trujillo 2022".

Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con un aspa (x) la alternativa que Ud. crea conveniente según la escala que se presenta a continuación. Muchas gracias.

1. ¿Considera que el contenido del Fan Page “Willax TV” sobre el proceso de vacunación COVID-19 se difunde para generar alarma en la sociedad?

- Totalmente cierto
- Probablemente cierto
- Indeciso
- Probablemente falso
- Totalmente falso

2. ¿Considera que el Fan Page “Willax TV” difunde contenidos sobre el proceso de vacunación COVID-19 para obtener algún beneficio económico?

- Totalmente cierto
- Probablemente cierto
- Indeciso
- Probablemente falso
- Totalmente falso

3. ¿Considera que el Fan Page “Willax TV” difunde contenidos sobre el proceso de vacunación COVID-19 porque existe algún tipo de motivación política?

- Totalmente cierto
- Probablemente cierto
- Indeciso
-
- Probablemente falso
- Totalmente falso

4. ¿Considera que el Fan Page “Willax TV” difunde contenidos sobre el proceso de vacunación COVID-19 para incrementar su nivel de audiencia?

- Totalmente cierto
- Probablemente cierto
- Indeciso
-
- Probablemente falso
- Totalmente falso

5. ¿Los contenidos del Fan Page “Willax TV” sobre el proceso de vacunación COVID-19 pueden fomentar prejuicios y/o opiniones negativas sobre la efectividad de la vacunación en los ciudadanos?

- Totalmente cierto
- Probablemente cierto
- Indeciso
-
- Probablemente falso
- Totalmente falso

6. ¿Los contenidos del Fan Page “Willax TV” sobre el proceso de vacunación COVID-19 confirman mi forma de pensar y actuar ante la pandemia?

- Totalmente cierto
- Probablemente cierto

- Indeciso
-
- Probablemente falso
- Totalmente falso

7. ¿Los contenidos del Fan Page “Willax TV” sobre el proceso de vacunación COVID-19 que no señalan clara la fuente de información son creíbles?

- Totalmente cierto
- Probablemente cierto
- Indeciso
-
- Probablemente falso
- Totalmente falso

8. ¿Los contenidos del Fan Page “Willax TV” sobre el proceso de vacunación COVID-19 son creíbles por la desconfianza que se ha suscitado últimamente en el periodismo nacional?

- Totalmente cierto
- Probablemente cierto
- Indeciso
-
- Probablemente falso
- Totalmente falso

9. ¿Los contenidos de la Fan Page “Willax TV” sobre el proceso de vacunación COVID-19 son transmitidos con titulares impactantes para ganar credibilidad pese que la información que difunden carezca de validez?

- Totalmente cierto
- Probablemente cierto
- Indeciso
-
- Probablemente falso
- Totalmente falso

10. ¿Los contenidos del Fan Page “Willax TV” sobre el proceso de vacunación llegan a revelar información que genera incertidumbre en la población?

- Totalmente cierto
- Probablemente cierto
- Indeciso
-
- Probablemente falso
- Totalmente falso

11. ¿Los contenidos del Fan Page “Willax TV” sobre el proceso de vacunación COVID tienen apariencia legítima pese que realmente carezcan de validez científica?

- Totalmente cierto
- Probablemente cierto
- Indeciso
-
- Probablemente falso
- Totalmente falso

**Cuestionario de Efectos de las Fake News en el Fan Page de Facebook "WillaxTV"
en el proceso de vacunación COVID-19**



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Encuesta a ciudadanos

Cordiales saludos: solicito su colaboración para la realización de la presente encuesta, por lo que se le agradece completar todo el cuestionario el cual tiene un carácter confidencial.

Este cuestionario está destinado a recopilar información que será necesaria como sustento de la investigación "Fake News del Fan Page "WillaxTV y alteración en el proceso de vacunación de los ciudadanos del distrito de Trujillo 2022".

Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con un aspa (x) la alternativa que Ud. crea conveniente según la escala que se presenta a continuación. Muchas gracias.

1. ¿Los contenidos del Fan Page Willax TV sobre el proceso de vacunación COVID-19 me han hecho pensar que la información que proporcionan otros medios de comunicación no es cierta?

- Totalmente cierto
- Probablemente cierto
- Indeciso
-
- Probablemente falso
- Totalmente falso

2. ¿Los contenidos del Fan Page Willax TV me hacen pensar que la información sobre el proceso de vacunación que dan otros medios de comunicación ha sido tergiversada y/o manipulada antes de presentarla al público?

- Totalmente cierto
- Probablemente cierto
- Indeciso
-
- Probablemente falso
- Totalmente falso

3. ¿Los contenidos Fake News del Fan Page de Willax TV sobre el proceso de vacunación Covid-19 me hacen entrar en controversia con la información que brindan otros medios de comunicación sobre el tema?

- Totalmente cierto
- Probablemente cierto
- Indeciso
-
- Probablemente falso
- Totalmente falso

4. ¿Los contenidos del Fan Page “Willax TV” sobre el proceso de vacunación COVID-19 me hacen creer que existen otros métodos de tratamiento que las autoridades no quieren reconocer para insistir en la vacunación como medida de protección?

- Totalmente cierto
- Probablemente cierto
- Indeciso
-
- Probablemente falso
- Totalmente falso

5. ¿Los contenidos del Fan Page de Willax TV sobre el proceso de vacunación Covid-19 me hacen creer que no existe riesgo de contagio al estar en situaciones de sobreexposición?

- Totalmente cierto
- Probablemente cierto
- Indeciso
-
- Probablemente falso
- Totalmente falso

6. ¿Los contenidos del Fan Page de Willax TV sobre el proceso de vacunación Covid-19 han generado que las personas ya no se protejan con el distanciamiento en lugares públicos?

- Totalmente cierto
- Probablemente cierto
- Indeciso
- Probablemente falso
- Totalmente falso

7. ¿Los contenidos del Fan Page “Willax TV” sobre el proceso de vacunación COVID-19 me generan incertidumbre sobre la capacidad inmunológica de las vacunas que se están aplicando?

- Totalmente cierto
- Probablemente cierto
- Indeciso
- Probablemente falso
- Totalmente falso

9. ¿Los contenidos del Fan page “Willax TV” sobre el proceso de vacunación COVID-19 hacen que las personas duden de vacunarse porque indican que no están obligados a hacerlo?

- Totalmente cierto
- Probablemente cierto
- Indeciso
- Probablemente falso
- Totalmente falso

10. ¿Los contenidos del Fan Page “Willax TV” sobre el proceso de vacunación COVID-19 generan que las personas se resistan a vacunarse por miedo a enfermarse de igual manera?

- Totalmente cierto
- Probablemente cierto
- Indeciso
-
- Probablemente falso
- Totalmente falso

11. ¿Los contenidos del Fan Page “Willax TV” sobre el proceso de vacunación COVID-19 generan que las personas consideren que la vacuna es ineficaz?

- Totalmente cierto
- Probablemente cierto
- Indeciso
-
- Probablemente falso
- Totalmente falso

Anexo 04: Validaciones

Nombres y Apellidos	María de los Ángeles Sánchez Quezada	DNI N°	18131566
Nombre del Instrumento	Cuestionario Consumo de Fake News		
Dirección domiciliaria	Santa Beatriz 328 Dpto. 402 Urb. La Merced	Teléfono domicilio	044724102
Título Profesional/Especialidad	Licenciada en Periodismo	Teléfono Celular	949919449
Grado Académico	Magister		
Mención	Relaciones Públicas e Imagen Corporativa		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Trujillo, 22/11/2021
Nombres y Apellidos	Carlos Armando Gutiérrez Fernández	DNI N°	41510275
Nombre del Instrumento	<i>Cuestionario Consumo Fake News</i>		
Dirección domiciliaria	Las Chiras 207	Teléfono domicilio	927948687
Título Profesional/Especialidad	Licenciado en Ciencias de la Comunicación /	Teléfono Celular	927948687
Grado Académico	Magister		
Mención	en Relaciones Públicas e Imagen Corporativa		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Trujillo 06/12/2021

Nombres y Apellidos	Carlos Armando Gutiérrez Fernández	DNIN°	41510275
Nombre del Instrumento	Cuestionario Alteración en el proceso de Vacunación		
Dirección domiciliaria	Las CMrs 207	Teléfono domicilio	92.7948687
Título Profesional/Especialidad	Licenciado en Ciencias de la Comunicación /	Teléfono Celular	92.7948687
Grado Académico	Magister		
Mención	en Relaciones Públicas e Imagen Corporativa		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Trujillo 06/12/2021
Nombres y Apellidos	Miría de los Ángeles Sánchez Quezada	DNI:.....,	18131566
Nombre del Instrumento	Cuestionario Alteración en el Proceso de Vacunación		
Dirección domiciliaria	Santa Beatriz 328 Opto. 402 Urb. La Merced	Teléfono domicilio	044724102
Título Profesional/Especialidad	Licenciada en Periodismo	Teléfono Celular	949919449
Grado Académico	Magister		
Mención	Relaciones Públicas e Imagen Corporativa		
FIRMA	/	Lugar y Fecha:	Trujillo, 22/11/2021

Anexo 05: Formula para hallar la muestra

$$n = \frac{Z^2 p q}{E^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 * (0.5)(0.5)}{0.05^2}$$

$$n = 384 \text{ ciudadanos}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra a evaluar

p = probabilidad de acierto

q = probabilidad de no acierto

E = Error permitido

Z = Nivel de confianza al 95%.

Anexo 06: Fiabilidad de instrumentos

CUESTIONARIO DE FAKE NEWS WILLAX TV											
N°	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
1	5	3	4	5	4	2	2	3	4	4	4
2	4	3	4	4	3	2	4	3	3	4	4
3	5	5	4	5	4	2	2	5	5	5	5
4	5	5	3	4	4	1	3	4	4	3	3
5	4	4	5	5	5	2	2	3	4	4	4
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	3	4	3	5	4	3	3	3	3	3	3
8	5	5	2	5	5	1	1	1	5	3	1
9	4	1	1	1	4	5	2	1	1	1	5
10	2	3	4	3	4	4	5	3	4	3	5
11	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
12	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
13	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	1	1	1	3	1	5	5	3	4	4	4
15	2	2	2	4	3	4	4	4	2	3	3
16	2	5	4	5	4	4	3	4	4	4	5
17	4	4	5	5	5	1	1	2	4	4	5
18	2	3	4	2	3	3	5	4	4	4	2
19	5	5	4	5	4	4	2	3	5	4	4
20	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1

Fiabilidad

Escala: ALL VARIABLE

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	20	100.0
	Excluido ^a	0	.0
	Total	20	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.805	11

Cuestionario de valoración de efectos de Fake News										
Nº	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
1	5	3	4	5	4	2	2	3	4	4
2	4	3	4	4	3	2	4	3	3	4
3	5	5	4	5	4	2	2	5	5	5
4	5	5	3	4	4	1	3	4	4	3
5	4	4	5	5	5	2	2	3	4	4
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	3	4	3	5	4	3	3	3	3	3
8	5	5	2	5	5	1	1	1	5	3
9	4	1	1	1	4	5	2	1	1	1
10	2	3	4	3	4	4	5	3	4	3
11	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
12	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4
13	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	1	1	1	3	1	5	5	3	4	4
15	2	2	2	4	3	4	4	4	2	3
16	2	5	4	5	4	4	3	4	4	4
17	4	4	5	5	5	1	1	2	4	4
18	2	3	4	2	3	3	5	4	4	4
19	5	5	4	5	4	4	2	3	5	4
20	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1

Fiabilidad

Escala: ALL VARIABLE

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	20	100.0
	Excluido ^a	0	.0
	Total	20	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.897	10



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, BELTRAN PELAEZ GIOVANNA MARYURITH, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis titulada: "Fake News de la fan page "WillaxTv" y la alteración en el proceso de vacunación en los ciudadanos de Trujillo. La Libertad, 2022", cuyos autores son JIMENEZ CHAVEZ CESAR MARCELO, MEMBRILLO RAMIREZ MERLY YESSENIA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 13.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

TRUJILLO, 01 de Julio del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
BELTRAN PELAEZ GIOVANNA MARYURITH DNI: 18141671 ORCID: 0000-0001-9149-3055	Firmado electrónicamente por: GMBELTRANP el 15- 07-2022 22:46:35

Código documento Trilce: TRI - 0316820