



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

Desinformación y manipulación de la opinión pública sobre el  
supuesto fraude electoral 2021 en Cercado de Lima, 2023.

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

**AUTORES:**

Alcarraz Matos, Naomi Luz Clara ([orcid.org/0000-0002-5013-9778](https://orcid.org/0000-0002-5013-9778))

Blas Palomino, Victor Cesar Sthoykov ([orcid.org /0000-0003-2758-044X](https://orcid.org/0000-0003-2758-044X))

**ASESOR:**

Dr. Matias Cristobal, Obed Isaías ([orcid.org/0000-0001-6378-0719](https://orcid.org/0000-0001-6378-0719))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**LIMA – PERÚ**

**2023**

## **Dedicatoria**

Dedicado a mi bebé, quien me ha inspirado a ser la mejor versión de mí misma y por ser mi mayor motivación para completar esta tesis. A mi familia por enseñarme el valor de la educación y brindarme su incondicional apoyo. Y a mis profesores, por compartir sus conocimientos y guiar mi camino hacia el éxito académico y profesional.

*Alcarraz Naomi*

Va dedicado a mis padres, quienes me han brindado su amor y apoyo incondicional, y han sido mi motivación constante para alcanzar mis metas. A mis amigos, por sus palabras de aliento y su compañía en momentos difíciles. A mis profesores, por su sabiduría y enseñanzas en mi camino académico. Y, por último, a mí mismo, por nunca rendirme y seguir adelante para conseguir mis metas y sueños anhelados.

*Blas Victor*

## **Agradecimiento**

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento al Dr. Matias Cristobal, Obed Isaías por su orientación, paciencia y sabiduría en la elaboración de esta tesis por su dedicación y compromiso con mi formación académica. Ha sido un verdadero honor tenerlo como mi guía en este camino hacia mi título de licenciatura.

*Alcarraz Naomi*

Mi agradecimiento al Dr. Matias Cristobal, Obed Isaías por su sapiencia y precisión en la asesoría de esta tesis. Además, a los profesores que lo antecedieron a lo largo de la carrera que forjó el conocimiento base que poseo para afrontar la vida laboral y por último agradecer a la casa de estudios que me acogió y me dio una oportunidad para ser alguien en la vida.

*Blas Victor*



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

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

Yo, MATIAS CRISTÓBAL OBED ISAIAS, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Desinformación y Manipulación de la opinión pública sobre el supuesto fraude electoral 2021 en Cercado de Lima, 2023.", cuyos autores son ALCARRAZ MATOS NAOMI LUZ CLARA, BLAS PALOMINO VICTOR CESAR STHOYKOV, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 15.00%, 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.

LIMA, 04 de Julio del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
MATIAS CRISTÓBAL OBED ISAIAS <b>DNI:</b> 06917521 <b>ORCID:</b> 0000-0001-6378-0719	Firmado electrónicamente por: OMATIASCR el 04- 07-2023 11:10:31

Código documento Trilce: TRI - 0569264



**Declaratoria de Originalidad de los Autores**

Nosotros, ALCARRAZ MATOS NAOMI LUZ CLARA, BLAS PALOMINO VICTOR CESAR STHOYKOV estudiantes de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Desinformación y Manipulación de la opinión pública sobre el supuesto fraude electoral 2021 en Cercado de Lima, 2023.", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Firma</b>
NAOMI LUZ CLARA ALCARRAZ MATOS <b>DNI:</b> 75493724 <b>ORCID:</b> 0000-0002-5013-9778	Firmado electrónicamente por: NALCARRAZM el 04-07-2023 17:39:35
VICTOR CESAR STHOYKOV BLAS PALOMINO <b>DNI:</b> 74253626 <b>ORCID:</b> 0000-0003-2758-044X	Firmado electrónicamente por: BPALOMINOVCS el 04-07-2023 21:28:53

Código documento Trilce: TRI - 0569263

## Índice de contenidos

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Declaratoria de Autenticidad del Asesor.....	iv
Declaratoria de Originalidad de los Autores.....	v
Índice de contenidos .....	vi
Índice de tablas.....	vii
Índice de gráficos y figuras .....	viii
Resumen.....	ix
Abstract.....	x
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	5
III. METODOLOGÍA .....	13
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	13
3.2. Variables y operacionalización.....	13
3.3. Población, muestra y muestreo .....	14
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	15
3.5. Procedimientos .....	18
3.6. Método de análisis de datos .....	18
3.7. Aspectos éticos.....	21
IV. RESULTADOS .....	22
V. DISCUSIÓN .....	34
VI. CONCLUSIONES .....	38
VII. RECOMENDACIONES .....	39
REFERENCIAS.....	40
ANEXOS	

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> Validez Por Juicio de Expertos del Instrumento.....	17
<b>Tabla 2</b> Confiabilidad: Desinformación.....	17
<b>Tabla 3</b> Confiabilidad: Manipulación de la Opinión Pública .....	17
<b>Tabla 4</b> Prueba de Normalidad .....	19
<b>Tabla 5</b> Difusión Intencionada.....	20
<b>Tabla 6</b> Distorsión de los Hechos .....	20
<b>Tabla 7</b> Mensaje Engañoso.....	20
<b>Tabla 8</b> Conocimiento Informado.....	20
<b>Tabla 9</b> Expresión Oral .....	21
<b>Tabla 10</b> Acción Participativa.....	21
<b>Tabla 11</b> Correlación entre la Desinformación y la Opinión Publica .....	30
<b>Tabla 12</b> Correlación entre la Desinformación y el Conocimiento Informado.....	31
<b>Tabla 13</b> Correlación entre la Desinformación y La Expresión Oral.....	32
<b>Tabla 14</b> Correlación entre la Desinformación y la Acción Participativa .....	33

## Índice de gráficos y figuras

<b>Figura 1</b>	Desinformación .....	22
<b>Figura 2</b>	Difusión Intencionada .....	23
<b>Figura 3</b>	Distorsión de los hechos .....	24
<b>Figura 4</b>	Mensaje Engañoso .....	25
<b>Figura 5</b>	Manipulación de la Opinión Pública .....	26
<b>Figura 6</b>	Conocimiento Informado .....	27
<b>Figura 7</b>	Expresión Oral .....	28
<b>Figura 8</b>	Acción Participativa .....	29



## Resumen

El objetivo de esta investigación fue determinar la relación entre desinformación y manipulación de la opinión pública en los residentes del Cercado de Lima. Se utilizaron las teorías Priming y del Espiral del Silencio en un enfoque cuantitativo, nivel correlacional y diseño no experimental transversal. La muestra representativa de 383 personas encuestadas, seleccionada de una población de 230,036 ciudadanos que fueron electores hábiles en las últimas elecciones presidenciales 2021, fue evaluada mediante un cuestionario de 24 ítems con escala de Likert. La validez del instrumento se obtuvo a través del juicio de expertos y la confiabilidad mediante el coeficiente de alfa de Cronbach. Los datos fueron analizados utilizando el software SPSS versión 28. Los resultados indicaron una relación positiva pero débil entre las variables, con un coeficiente de correlación de 0.180. Estos hallazgos contribuyen al entendimiento de cómo la desinformación puede influir en la formación de opiniones y actitudes en la sociedad, y tienen implicaciones importantes para la comprensión de la manipulación en la opinión pública en el contexto del Cercado de Lima.

**Palabras clave:** Desinformación, Manipulación de la opinión pública, Teoría Priming, Teoría del Espiral del Silencio, Investigación cuantitativa.

## **Abstract**

The objective of this research was to determine the relationship between misinformation and manipulation of public opinion in the residents of Cercado de Lima. Priming and Spiral of Silence theories were used in a quantitative approach, correlational level and cross-sectional non-experimental design. The representative sample of 383 people surveyed, selected from a population of 230,036 citizens who were eligible voters in the last 2021 presidential elections, was evaluated using a 24-item questionnaire with a Likert scale. The validity of the instrument was obtained through expert judgment and reliability through Cronbach's alpha coefficient. The data were analyzed using the SPSS version 28 software. The results indicated a positive but weak relationship between the variables, with a production coefficient of 0.180. These findings contribute to the understanding of how misinformation can influence the formation of opinions and attitudes in society, and have important implications for understanding the manipulation of public opinion in the context of Cercado de Lima.

**Keywords:** Disinformation, Manipulation of public opinion, Priming Theory, Spiral of Silence Theory, Quantitative research.

## I. INTRODUCCIÓN

Un aspecto importante del problema fue la presencia de organizaciones que aspiran el poder político, ejecutivo y financiero de una sociedad que, para ello son conscientes que la obtención de estos se basa en un monopolio de los medios de comunicación (Canavilhas et al., 2019). En la actualidad se han elaborado nuevas estrategias de desinformación y manipulación (Aparici et al., 2019). El estudio se puntualizó en la desinformación y la manipulación de la opinión pública en medios impresos sobre el supuesto caso de fraude electoral presidencial de Perú 2021 en el distrito de Cercado de Lima, 2023.

A nivel internacional en Brasil, en medio de las elecciones presidenciales del 2018 donde se declaró ganador a Jair Bolsonaro sobre su contrincante Fernando Haddad, se realizaron las verificaciones de los contenidos más difundidos en grupos familiares de WhatsApp, durante las campañas presidenciales del 2018. Se reveló en los resultados que más de la mitad de las publicaciones eran datos total o parcialmente falsos. Se recurrió al montaje de fotografías y tweets, edición de videos y grabaciones de audio basados en fuentes no verificadas. También, se comprobó que usaron perfiles públicos y de considerable afluencia de seguidores para la manipulación de la opinión pública. Por lo tanto, grupos familiares de WhatsApp funcionaron como un canal masivo para la desinformación (Canavilhas et al., 2019).

Respecto a la desinformación mediática en un contexto electoral, se dio el caso de la Alcaldía de Medellín en 2019, entre Alfredo Ramos (candidato del uribismo) y su opositor Daniel Quintero. En tal sentido Lombana et al. (2021) en su investigación basada en métricas de la red social Twitter, denunciaron dos cámaras ideológicas, cada una bajo su propia posición política (izquierda versus derecha) que surgieron como elemento allegado a las campañas de desprestigio y desinformación. Con el fin de llegar a distorsionar el debate político antes, durante y después de los comicios. Por lo que se evidenció una intensa polarización ideológica y una sociedad partida. Este escenario fue propicio para un ambiente de difamación y sesgo mediático en la campaña. También, en Perú Muro-Ampuero y Bach (2019) iniciaron un estudio en la red social Twitter como un medio de participación política y reproducción de la opinión pública en un contexto conflictivo,

como el caso de la Ley Pulpín en diciembre de 2014, una ley que rebajaba los derechos laborales de los jóvenes del país, su derogación se dio en enero de 2015. Se remarcó las categorías de tuits en base a una gama de estrategias, cada una con una herramienta específica que brinda Twitter (hashtags, arrobas, retuits, etc). Estas herramientas fueron evidenciadas como fundamentales para la expresión de los usuarios y catalogadas como elementos discursivos de la opinión pública.

En Lima, Bohórquez (2019) analizó cómo los medios informativos sociales repercutieron en la fase de derogación de la alcaldía de Lima a Susana Villarán en marzo en 2013, además de su impacto por la ejecución de una impecable estrategia comunicativa politizada y realizada por el grupo de comunicadores de la alcaldesa, la cual influyó en la opinión del público. Los mass media fueron decisivos para que Villarán se mantuviera en el sillón municipal hasta el final de su gestión.

Es por ello que el estudio tuvo como problema principal ¿Cuál es la relación entre la desinformación y la manipulación de la opinión pública sobre el supuesto caso fraude electoral 2021, en el distrito de Cercado de Lima 2023? y como PE1: ¿Cuál es la relación entre la desinformación y el conocimiento informado de la manipulación en la opinión pública sobre el supuesto caso fraude electoral 2021, en el distrito de Cercado de Lima 2023?, PE2: ¿Cuál es la relación entre la desinformación y la expresión oral sobre la manipulación en la opinión pública sobre el supuesto caso fraude electoral 2021, en el distrito de Cercado de Lima 2023? Y PE3: ¿Cuál es la relación entre la desinformación y la acción participativa de la manipulación en la opinión pública sobre el supuesto caso fraude electoral 2021, en el distrito de Cercado de Lima 2023?

El proyecto se justificó teóricamente ya que según Palau-Sampio y Carratalá (2022) los falsos medios están en constante desarrollo en la actualidad, lo cual representa una amenaza intencional para influenciar en la opinión política, por ello el presente estudio es importante para recopilar conocimiento de ello y entender el fenómeno de la desinformación en un contexto político. Es vital la investigación dado que, el avance del Internet genera un ambiente polarizado de opinión donde se manejan dos discursos ideológicos y homogéneos que juegan un rol importante en la desinformación respecto a la opinión pública a analizar (Lombana et al., 2022).

El presente estudio se justificó de forma social vinculando al 8vo Objetivo de Desarrollo Sostenible titulado “Trabajo decente y crecimiento económico”, el cual se define en apoyar el desarrollo económico inclusivo y sostenible para todos. Así mismo el estudio se apoya bajo la línea de acción de responsabilidad universitaria denominada Desarrollo económico, empleo y emprendimiento. El aporte de la investigación está orientado a la lucha contra la desinformación social y política dado que contribuye a la inestabilidad de una nación. Por consiguiente, estas condiciones perjudican el progreso económico y aleja de las condiciones dignas de un trabajo decente.

El trabajo presentado se justificó de forma metodológica implementando el enfoque cuantitativo, que permite determinar las magnitudes de los fenómenos a analizar, mediante datos medibles y la posibilidad de abordar interrogantes específicas (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). Para la investigación se aplicaron dos cuestionarios para la medición de cada variable con sus dimensiones, para contribuir en el proceso de una mejora continua en los medios de comunicación.

El objetivo principal del siguiente trabajo fue determinar la relación entre la desinformación y la manipulación de la opinión pública sobre el supuesto caso del fraude electoral 2021, en el distrito de Cercado de Lima 2023. También, los objetivos específicos fueron **Oe1:** Determinar la relación entre la desinformación y el conocimiento informado de la manipulación en la opinión pública sobre el supuesto caso del fraude electoral 2021, en el distrito de Cercado de Lima 2023, **Oe2:** Determinar la relación entre la desinformación y la expresión oral de la manipulación en la opinión pública sobre el supuesto caso del fraude electoral 2021, en el distrito de Cercado de Lima 2023 y **Oe3:** Determinar la relación entre la desinformación y la acción participativa de la manipulación en la opinión pública sobre el supuesto caso del fraude electoral 2021, en el distrito de Cercado de Lima 2023.

Así mismo, la hipótesis general se postuló que existe una relación entre la desinformación y la manipulación de la opinión pública sobre el supuesto caso del fraude electoral 2021, en el distrito de Cercado de Lima 2023 y como hipótesis específicas fueron **He1:** Si existe una relación significativa entre la desinformación

y el conocimiento informado de la manipulación en la opinión pública sobre el supuesto caso del fraude electoral 2021, en el distrito de Cercado de Lima 2023; **He2:** si existe una relación significativa entre la desinformación y la expresión oral de la manipulación en la opinión pública sobre el supuesto caso del fraude electoral 2021, en el distrito de Cercado de Lima 2023 y por último que; **He3:** si existe una relación significativa entre la desinformación y la acción participativa de la manipulación en la opinión pública sobre el supuesto caso del fraude electoral 2021, en el distrito de Cercado de Lima 2023.

## II. MARCO TEÓRICO

Se expuso materia relacionada a estudios precedentes nacionales e internacionales sobre cada variable de investigación, así mismo las teorías relacionadas a cada una y sus dimensiones. En el entorno nacional, se presentaron los siguientes antecedentes respecto a las variables de estudio.

En Piura, Guarnizo (2021) planteó como finalidad de la investigación definir la captación de la desinformación por medio de las primeras planas del periódico Perú21 paralelo a la segunda vuelta de los comicios presidenciales de 2021. Fue una investigación de diseño no experimental con enfoque cuantitativo. La muestra fue aleatoria y estratificada, conformada por 36 reporteros piuranos y el muestreo fue probabilístico; el instrumento usado fue la encuesta. Los resultados arrojaron un 42,8% para los que sí estaban de acuerdo con que el medio recurrió a la difusión intencionada, 34,2% hubo distorsión de hechos y 35,2% la presencia de mensajes engañosos. Concluyó que el medio impreso sí repercutió emocionalmente en la población para modificar intenciones de voto de acorde a sus intereses.

En Lima, Sánchez et al. (2020) propusieron como meta de investigación analizar la repercusión política de la COVID-19 en Twitter como medio desinformante. Fue un estudio de diseño de integración y enfoque mixto, la población fue de Lima Metropolitana, de una muestra de 400 participantes mayores de 18 años. Se utilizó de instrumento la encuesta para la recopilación de información sobre la percepción de la población. Los resultados arrojaron que el 45% estuvo de acuerdo con el impulso financiero y el 38,9% de los medios y recursos, datos discordantes con las medidas del estado en ese entonces. Se concluyó que las redes sociales tuvieron cierto predominio en las decisiones de los países, y a la vez fueron usadas para la manipulación de la audiencia en el contexto de la pandemia.

Así mismo Pérez (2021) propuso como meta general definir el rango de relación entre el periodismo ciudadano y la formación de la opinión pública en estudiantes universitarios de ciencias de la comunicación en la Universidad Privada del Norte, 2018. La investigación aplicada se dio con un enfoque cuantitativo, a un nivel correlacional, diseño no experimental y de corte transversal. La población fue

de 1200 con un muestreo probabilístico aleatorio simple donde participaron 288 estudiantes. Se implementó una encuesta por medio de un cuestionario de 19 preguntas. Su principal resultado fue que el 71.5% de los estudiantes consideran importante la opinión pública, dado que el coeficiente de correlación arrojó 0.618%, se concluyó que si existió una relación notablemente significativa entre el periodismo ciudadano y la opinión pública.

Además, Valerio (2019) tuvo como meta resolver la conexión entre el juicio de la audiencia y el reporte periodístico por el incidente de Walter Oyarce en San Juan de Lurigancho. El estudio básico no experimental con enfoque cuantitativo y diseño correlacional, tuvo una población de 1000 fanáticos del Club Alianza Lima y una muestra de 277 seguidores. Se recopiló información gracias a un cuestionario de instrumento. Los principales resultados fueron que el 59,2% (164) coincide en que casi siempre se asocia la distribución de las categorías periodísticas con el juicio público, la tabla constató que el coeficiente de correlación fue de 0,439, lo cual determinó que la relación es moderadamente positiva.

También, Ventocilla (2017) plantearon como finalidad establecer el impacto del mensaje político en la opinión de la audiencia sobre Pedro Pablo Kuczynski. El diseño de investigación fue no experimental, de corte transversal, de nivel explicativo del tipo aplicada y con enfoque cuantitativo. La población fueron tres salones del colegio del quinto año de secundaria del I.E. Fe y Alegría N°2, con una muestra de 125 alumnos y se recopiló los datos mediante un cuestionario. Los resultados obtenidos fueron que la comunicación política impactó significativamente en la opinión pública de los estudiantes, para ello se concluyó que 38% de la muestra están 'parcialmente de acuerdo' con que la representación del presidente Kuczynski les impulsa a debatir opiniones.

A nivel internacional, se dieron los siguientes estudios respecto a la problemática a estudiar en el presente apartado. En Medellín (Colombia), Rodríguez et al. (2020) plantearon analizar ciertos contenidos postulados como desinformación por tres medios de verificación en paralelo al paro nacional suscitado el 21 de noviembre del 2019. Fue un estudio de diseño y enfoque mixto. La muestra a analizar se definió por 92 notas entre noviembre y diciembre de 2019. Como instrumento cuantitativo se implementó el análisis de datos de los actores



sociales perjudicados por la desinformación. Los resultados fueron que el 38,75% de la desinformación influyó a figuras institucionales, el 28,75 % a iconos sociales y el 17,50% a personajes políticos. Concluyeron que la desinformación emula la arquitectura de los medios comunicativos pretendiendo apropiarse de una falsa legitimación ante la población.

En Madrid (España), Noain (2021) planteó como meta general definir el impacto cuantitativo de la desinformación en torno al coronavirus 2019-nCoV en Latinoamérica y España. Se dio un estudio de diseño y enfoque cuantitativo y descriptivo con análisis de contenido. La muestra de análisis (n=1679) fueron artículos de verificación o fact-checks de una selección de plataformas activas en la región. La muestra se recopiló entre enero y junio de 2020. Los principales resultados fueron que gran porcentaje de los chequeos o verificaciones realizadas (89,39%), son tipadas como falsas y que la mayoría de los contenidos desinformadores son por formato texto (59,20%). Se concluyó que este formato es el predominante en Brasil y España y principalmente difundidas por redes sociales.

En Ecuador, Castillo (2021) planteó como objetivo de investigación la creación de criterios que contribuyan a combatir la desinformación en medios digitales de Ecuador. Se hizo un estudio de diseño con enfoque mixto. La muestra fue de 196 personas, seguidores de ciertos medios digitales de la zona sur de Ecuador de 18 a 65 años de edad y el instrumento implementado fue la encuesta, conformada por 10 preguntas. Los resultados arrojaron que el 78% de seguidores no sabían identificar con seguridad las noticias falsas, el 76% las difunde y el consumo de contenido desinformador es alto (93%). Se concluyó que la labor periodística responsable es desproporcional a la labor verificadora de contraste a la noticia.

También, un estudio en Brasil mostró los patrones de elección de medios de comunicación para conseguir información que ayudaron a explicar cómo el presidente brasileño Jair Bolsonaro influyó en la opinión pública su postura negacionista respecto a la pandemia de COVID-19 a lo largo del tiempo. El tipo de diseño fue cuantitativo, la población contó en 2000 ciudades brasileñas y con una muestra de 150 mil personas, recopilando datos mediante 3 encuestas en marzo, abril y junio, con 1000 encuestados hábiles en cada una y el análisis se realizó con

Stata 13.1. Entre los principales resultados gráficos, mostraron que las opiniones sobre el brote y las medidas de mitigación fueron abrumadoramente cooperativas en marzo, independientemente de la elección de los medios y el apoyo a Bolsonaro, dentro del mes de abril y junio con 0.76 y 0.87 respectivamente (Batista y Nunes, 2020).

En España y Colombia, plantearon como su objetivo de investigación analizar los grados de relación entre las posiciones populistas, la apreciación de la opinión pública y los juicios sobre los mass media. Se dio un estudio de diseño exploratorio-correlacional y bajo un enfoque cuantitativo. La muestra de análisis fueron 499 alumnos de pregrado y posgrado de Ciencias de la Comunicación de universidades de España y Colombia. Se procedió mediante pruebas de cálculo descriptivas e inferenciales en el programa SPSS. Los principales resultados fueron que las redes sociales son el medio predilecto para informarse en 185 de los estudiantes (37.1%) y el nivel de atención hacia la política de los alumnos es moderadamente alto ( $M=3.40$ ,  $DT=1.058$ ). Respecto a la comparación entre ambos países, concluyeron que se denotaron diferencias significativas en la impresión de la opinión pública con mayor incidencia en España que en Colombia. Sin embargo, en los índices de percepción mediática, anti-elitista, homogeneidad y actitudes populistas es más alto en Colombia. Generalmente la población joven evidencia un desprestigio y cuestionamiento a la política en general (Romero et al., 2021).

Para la investigación se consideró la teoría Priming, postulada por Fiske y Taylor (1984), e Iyengar y Kinder (1987), que consiste que los mass media construyen un plan informativo para su público objetivo ejerciendo una pauta para persuadir con recursos visuales, con el fin de incidir en la cognición y juicio de la audiencia expuesta a este mecanismo (Citado de Guarnizo, 2021). Según Freidenberg (2004), esta teoría es un resultado de la teoría de la Agenda Setting; los mass media ponderan más importancia a una selección de temas y notas informativas, con el fin de incidir en la decisión y juicio del receptor de la noticia (Citado de Santiago-Guervos, 2020).

En sí, el origen de la Teoría Priming radica en estudios acerca del aprendizaje social y se preocupa en la estructura de una agenda. Por consiguiente, Fiske y Taylor (1984), postulan que la teoría es forjada de la cognición; en base a

la interpretación y recordación de la información del individuo receptor. De tal manera, Collin y Loftus (1975) enuncian que se pretende modificar las evaluaciones del individuo respecto a un tema incidiendo en el campo cognitivo y sentimental, unidos semánticamente a incitaciones de parte de los medios difusores (Citado de Álvarez-Gálvez, 2012).

En definitiva, Iyengar y Kinder (1987) afirman que una agenda propia de los medios de comunicación afecta la forma de cómo la audiencia digiere y evalúa la noticia. Puesto que, los medios elaboran y planean las temáticas de los que ellos consideren importantes a su juicio y de manera intencional. De tal forma se genera impacto por un patrón de exposiciones y contextos aplicados en las publicaciones para repercutir en la estimación de público y delimitar una posición u opinión específica de acorde a los intereses del medio que lo difunde (Guarnizo, 2021).

Para la variable de opinión pública, se utilizó la teoría del Espiral del Silencio, según Neumann (1977) describe la formación del control social que los individuos son sometidos para adaptar su comportamiento y actitudes, con tal de encajar y no sentir el rechazo por parte de la sociedad, el individuo puede preferir dar su opinión de acuerdo con la mayoría ó por el contrario permanecer asilado, a excepción de las personas que se mantienen persistentes en su opinión, este mecanismo psicológico, permite que las personas al percibir cambios se puedan unir con la mayoría y seguirlos hasta que se establece como una actitud prevaleciente (Citado de Vila, 2018).

Explica de esta manera como la opinión pública juega un papel muy importante a la hora del desempeño social y cómo las personas se dejan influir por las opiniones de la mayoría en un grupo colectivo influyendo de esa manera en la actitud y el pensamiento que el individuo quiera realizar, debemos tener en cuenta que los mass media juegan un papel vital a la hora de analizar la temática, en el ámbito político, se refleja cómo las masas públicas fueron influenciadas para que la democracia cristiana en 1965, ganó en último momento, gracias al nuevo cambio de opinión favorable a último momento que influyó en la percepción de la realidad por la población (Neumann, 1977).

Para los enfoques conceptuales en la variable desinformación se pueden identificar varios enfoques conceptuales que brindan definiciones similares o

complementarias. Olmo (2019) define la desinformación como la difusión intencionada de información no rigurosa con el propósito de perjudicar la confianza pública, distorsionando los hechos y manipulando la percepción de la realidad para desestabilizar y lograr ventajas políticas (Guarnizo, 2021). Bennet & Livingston (2018) refuerzan este postulado al describir la desinformación como la propagación de información falsa o engañosa desde diferentes medios de comunicación, con la finalidad de influir en los receptores por intereses políticos y económicos, afectando la credibilidad de organismos políticos y entes mediáticos.

Sin embargo, otros autores como Ireton y Posetti (2018) diferencian la desinformación de la información errónea, señalando que la desinformación tiene la intención deliberada de descoordinar o confundir a la audiencia mediante la difusión de información falsa, a diferencia de la información engañosa que puede ser expuesta sin la intención de manipular a la audiencia en general. Perez (2019) agrega que la desinformación implica la tergiversación de información a través de la difusión de notas falsas que engañan al público, abarcando desde noticias fraudulentas hasta discursos de odio o lapsus informativos no deliberados por parte de la prensa.

Volkoff (1999) aporta una perspectiva histórica al afirmar que la desinformación existe desde los últimos días de la Segunda Guerra Mundial y ha evolucionado a lo largo del tiempo. Actualmente se considera como una modalidad de proporcionar datos engañosos a terceros con el objetivo de ocasionar coordinaciones sociales o influir en el juicio del grupo o agente que disemina la desinformación de manera persuasiva (Colussi, 2022).

Respecto a la primera dimensión; difusión intencionada, Del Hoyo-Hurtado et al. (2020) evidencian que las notas desinformativas presentan la apariencia de una nota rigurosamente tratada, sin embargo, queda anexado a datos inexacto e incluso totalmente falsos, por lo que se comprueba una intencionalidad deliberada de persuadir que informar. Asimismo, la descoordinación de los temas del día y la invasión de otras notas específicas denota la creación de una agenda propia de cada medio de comunicación que propala intencionalmente un discurso polarizador y severamente crítico al gobierno de turno de un país (Arce et al., 2021).

Además, en la segunda dimensión se postula a la distorsión de los hechos a la elaboración de una realidad partiendo de la modificación de un discurso de forma pragmática, basada en una noticia falsa, con intereses políticos de por medio (Orellana, 2018). Por consiguiente, Breton (2001) enuncia que la manipulación de los hechos como estrategia perjudica la libertad de pensamiento de la audiencia, de tal manera que se anule el debate y se acepte la realidad elaborada que difunde los medios sin vacilar (citado de Colussi, 2020).

Respecto a la tercera dimensión; mensaje engañoso, Hameleers & Minihold (2020) postulan que la desinformación no se limita solamente a la naturaleza falsa de los mensajes, sino también al tema, tono, argumento y el discurso, que juegan un papel importante para la forma en la que el público reaccione y discierne respecto a la información. Además, se enuncia que ciertos medios de difusión utilizan una pauta ideológica en la gramática de las notas escritas, probado en el carácter selectivo del léxico y el contenido, elementos vitales añadidos al contexto por el cual, se construye un súbito instrumento de poder mediante una estrategia orientada a un fin ideológico (Santiago-Guervós, 2020).

La opinión pública es un concepto que ha sido abordado de diversas maneras por diferentes autores. Ramírez (2018) destaca que la opinión pública es una forma de expresión individual y colectiva que abarca diversos temas de interés político, social y económico. Dorantes y Castro (2018) la consideran como la opinión individual que se enmarca en un conjunto de opiniones sobre asuntos comunes, reflejando el juicio moral y los sentimientos que gobiernan a una sociedad.

Por otro lado, Medina (2020) sugiere que la opinión pública se refiere a las costumbres y modos de una sociedad en relación a eventos históricos, políticos o sociales, asociados al "bien público" y el "espíritu público". González (2018) señala la dificultad de establecer una definición precisa debido a las múltiples influencias y condicionantes que pueden modificar su significado, relacionándola con la perspectiva social, institucional o política.

Migliucci (2018) propone un enfoque en el cual la opinión pública se entiende como un proceso de interacción, comprensión e influencia entre los miembros de diferentes grupos, donde se busca una coordinación en una dirección específica de

juicios individuales que llevan a un juicio colectivo. Esto puede modificar el comportamiento de los individuos, tanto en público como en privado, y ejercer influencia en el poder político.

En resumen, aunque no existe una definición única de opinión pública, los enfoques conceptuales presentados por los diferentes autores convergen en destacar su carácter colectivo, la influencia de los valores sociales, políticos y morales, así como su capacidad para generar cambios y ejercer presión en el ámbito político. La opinión pública se entiende como un fenómeno complejo y dinámico que refleja las percepciones y actitudes de una sociedad en relación a distintos temas y acontecimientos.

En la primera dimensión sobre la opinión pública encontramos el conocimiento, según Argota, Y. et al., (2022) vendría a ser la capacidad que tiene un individuo para realizar juicios o distinguir en relación a un contexto, la teoría o ambas con un carácter personal, se constituye a partir de nuevas experiencias, pero también de las informaciones que recibimos y transmitimos a través de la educación y comunicación social, entre otros factores que complementan a la opinión pública.

Se establecería a la expresión oral como segunda dimensión, ya que se define como la destreza lingüística que usa el emisor para la trasmisión de sus pensamientos o deseos, y de esa manera logrando la captación en las intenciones de los demás a través de la pronunciación, el léxico y la gramática como los mensajes no verbales que se pueden transmitir a través de la cara y los gestos cuya destreza lingüística se usa para dar frente a la comunicación en un diálogo vertido (Quintana et al., 2021).

Como tercera dimensión se encuentra la acción, que se define por la manera de pensar actuar o sentir sobre una idea individual o colectiva en los diferentes temas sociales que forman parte de las actividades humanas, para una mejor producción de la sociedad de esta manera se ve reflejada en el comportamiento humano, transportando nuevas conciencias y que se debe hacer conciencia debe estar presente el bien común o bienestar de una sociedad (Idrobo, 2020).

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

**3.1.1 Tipo de investigación:** Se basó en un tipo de investigación básica, puesto que según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), se enfoca en la generación de conocimiento y nuevas teorías. Esta modalidad se caracteriza por fundamentarse únicamente en aspectos teóricos, sin tomar en cuenta la aplicación práctica. Por ello, fue posible formular nuevas teorías a partir de los hallazgos continuos identificados en la investigación (Neill y Cortez, 2018).

**3.1.2 Diseño de investigación:** Se implementó el diseño no experimental. Esto se debe a que no se manipularon intencionalmente las variables en el estudio, sino que se observaron en su estado natural. Con un enfoque cuantitativo, que consistió en el análisis de información para comprobar interrogantes e hipótesis mediante magnitudes medibles y contables (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). Además, fue transversal, dado que los datos se obtuvieron en un momento específico. Asimismo, fue correlacional con la finalidad de analizar el rango de relación entre dos o más variables.

#### **3.2. Variables y operacionalización**

##### **Variables:**

Variable 1: Desinformación

Variable 2: Manipulación de la Opinión Pública

##### **• Definición conceptual:**

**Desinformación:** La desinformación se define como la difusión intencional de información inexacta con el objetivo de perjudicar la confianza pública, distorsionar los hechos y transmitir una percepción distorsionada de la realidad, aprovechando las vulnerabilidades para desestabilizar (Olmo, 2019).

**Manipulación de la Opinión Pública:** No existe una definición precisa de la opinión pública, pero a lo largo del tiempo ha sido reconocida como una de las formas en que los individuos o la sociedad se expresan sobre diversos temas de interés político, social y económico, incluso en eventos importantes (Ramírez, 2018).

- **Definición operacional:**

Variable 1: Desinformación

- a) Difusión intencionada: Intención Emocional, Intención Racional
- b) Distorsión de los hechos: Contenido falso, Contenido engañoso, Contenido fabricado
- c) Mensaje engañoso: Discrepancia

Categoría de la variable: Independiente, cualitativa y cuantitativa.

Variable 2: Manipulación de la Opinión Pública

- a) Conocimiento informado: Informarse, Medio de información
- b) Expresión oral: Latente, Explícito
- c) Acción participativa: Crear, Participar

Categoría de la variable: Dependiente, cualitativa y cuantitativa.

- **Escala de medición:** La escala de medición utilizada fue la Escala de Likert de 5 puntos, siendo una escala de orden jerárquico, en la primera variable desde Totalmente de acuerdo (5), De acuerdo (4), Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), En desacuerdo (2), hasta Totalmente en desacuerdo (1), y en la segunda variable Nunca (1), Casi nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4), Siempre (5).

### **3.3. Población, muestra y muestreo**

**3.3.1 Población:** Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) La población se compone de todos los elementos o individuos que comparten una o más características comunes y que son determinantes para el estudio en cuestión. Por ello nuestra población de estudio se definió por 230,036 ciudadanos del distrito de Cercado de Lima en el año 2023, personas que participaron en las últimas elecciones presidenciales de Perú (ONPE, 2021).

- **Criterios de inclusión:** Ciudadanos mayores o igual de 18 años que residían en el distrito de Cercado de Lima y que contaban con acceso básico a internet para el registro de los formularios de Google.

- **Criterios de exclusión:** a ciudadanos menores de 18 años y personas que no contaran con acceso básico a internet. También se excluyeron aquellos ciudadanos



que no ejercieron su derecho a votar en la segunda vuelta presidencial en el año 2021.

**3.3.2 Muestra:** Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) menciona que la muestra se refiere a un subconjunto representativo de individuos, elementos, objetos o unidades que se seleccionan de una población más amplia para ser estudiados por lo tanto se sintetizó a 383 individuos de la población adulta del distrito de Cercado de Lima 2023.

**Fórmula de la Muestra:**

Tamaño de Muestra:

$$\frac{\frac{Z^2 * (p) * (1-p)}{e^2}}{1 + (Z^2 * x (1 - p) / e^2 N)}$$

**Dónde:**

N = tamaño de la población

e = margen de error

z = puntuación z

**3.3.3 Muestreo:** Probabilístico, Aleatorio Simple; dado que según Hernández Sampieri y Mendoza (2018) el muestreo aleatorio simple es aquel procedimiento probabilístico donde la población y la muestra obtenida posee la misma posibilidad de ser elegida.

**3.3.4 Unidad de análisis:** Las personas individuales que forman parte de la muestra seleccionada, es decir, cada persona que forma parte de la muestra de 383 individuos de la población adulta del distrito de Cercado de Lima en el año 2023.

**3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La técnica implementada en esta investigación fue la encuesta, la cual permitió recolectar información directamente relacionada con los objetos medibles

de investigación. Consistió en una serie de interrogantes que medían las variables de estudio (Useche et al. 2019). Se diseñaron dos cuestionarios, cada uno con 12 preguntas, para las variables de desinformación y manipulación de la opinión pública.

En primer lugar, se utilizó el cuestionario "desinformación" como instrumento para medir la variable 1. Este cuestionario se basó en una escala de desinformación con 3 dimensiones y 12 ítems (Guarnizo, 2021). Los ítems se distribuyeron de la siguiente manera: 4 ítems para medir la difusión intencionada, 6 ítems para medir la distorsión de los hechos y 2 ítems para medir el mensaje engañoso. Se utilizó una escala tipo Likert para evaluar las respuestas.

En segundo lugar, se empleó el cuestionario "opinión pública" como instrumento para medir la variable 2. Este cuestionario se basó en una escala de opinión pública con 3 dimensiones y 12 ítems (Ramírez, 2018). Los ítems se distribuyeron de la siguiente manera: 4 ítems para medir el conocimiento informado, 4 ítems para medir la expresión oral y 4 ítems para medir la acción participativa. Al igual que en el cuestionario anterior, se utilizó una escala tipo Likert para evaluar las respuestas.

La **validez** en un trabajo de investigación se refiere a la capacidad del estudio para medir de manera precisa y exacta el objeto de investigación (Hernández y Sampieri, 2018). Por ello, se sometió el instrumento utilizado a una evaluación por parte de tres expertos en el campo de las ciencias de la comunicación de la Universidad César Vallejo. Estos expertos realizaron una revisión exhaustiva tanto de la matriz de variables como del cuestionario en sí, con la capacidad de invalidar el instrumento si lo consideraban pertinente.

**Tabla 1***Validez Por Juicio de Expertos del Instrumento.*

N°	GRADO	UNIVERSIDAD	APELLIDOS Y NOMBRES	VALORACIÓN
1	Mg.	Universidad Cesar Vallejo	Olortegui Mariño, Gladys Juana.	Aplicable
2	Mg.	Universidad Cesar Vallejo	Tomanguilla Reyna, Homero.	Aplicable
3	Mg.	Universidad Cesar Vallejo	Jorge Warren Morote Pedroza.	Aplicable

*Nota: Se muestra los datos de los expertos, que participaron en la validación del instrumento. (Ver anexo 2)*

En el caso de la **confiabilidad** según Hernández (2018), la confiabilidad del cuestionario se basa en la capacidad del instrumento para producir resultados coherentes y estables a lo largo del tiempo y en diferentes situaciones. Esto implica que los resultados obtenidos se someten al análisis del coeficiente de confiabilidad de Cronbach. Según lo indicado en la tabla de interpretación.

El instrumento 1 de la variable desinformación, fue medido por el programa spss v28, obteniendo como resultado Una confiabilidad de Cronbach de 0.906 indicando que el instrumento utilizado tiene una alta consistencia interna en la medición de la variable y es altamente confiable, en el instrumento 2 de la variable manipulación de la opinión pública se obtuvo como resultado Una confiabilidad de Cronbach de 0.802 aceptable para la ejecución.

**Tabla 2***Confiabilidad: Desinformación*

Alfa de Cronbach	N de elementos
.906	12

*Nota. Tabla obtenida en el programa spss v28.*

Para el instrumento 2

**Tabla 3***Confiabilidad: Manipulación de la Opinión Pública*

Alfa de Cronbach	N de elementos
.802	12

*Nota. Tabla obtenida en el programa spss v28.*

### **3.5. Procedimientos**

En el estudio, se realizó una serie de acciones para obtener instrumentos estandarizados, que incluían validez y confiabilidad. Primero, se revisaron las bibliografías y se adaptaron los instrumentos en la primera etapa. Luego, se validaron a través del juicio de expertos. Luego se realizó una prueba piloto de 50 para evaluar su confiabilidad y se ajustó el Alfa de Cronbach. Posteriormente, se aplicó el cuestionario a 383 personas en el área de Lima en el año 2023. Las respuestas se interpretaron utilizando el programa SPSS y se realizaron análisis cruzados de variables y dimensiones para extraer conclusiones y recomendaciones pertinentes. Finalmente, se verificó la originalidad del trabajo mediante el software Turnitin, que reveló un bajo porcentaje de similitud con otras fuentes indexadas en la base de datos, validando su autenticidad.

### **3.6. Método de análisis de datos**

De acuerdo con Hernández, Fernández y Batista (2018), el enfoque cuantitativo se basa en la recopilación y estudio de datos con el fin de responder a cuestiones de investigación y confirmar hipótesis previamente establecidas. Este enfoque se basa en el cálculo estadístico para identificar tendencias de comportamiento específicas dentro de una población. Por ello se colocaron los datos recolectados en Excel para precisar la confiabilidad y validez del instrumento, luego de ello se procesa en el software SPSS versión 28. Para los resultados de los datos consiste en dos etapas, los resultados a nivel descriptivo y a nivel inferencial, en el primer nivel se mide (bajo, medio o alto) y de los resultados inferenciales para la constatación de hipótesis. Se formula mediante la prueba de normalidad no paramétrica que no sigue una distribución normal y que es usado para el análisis de datos a través de Rho de Spearman, por medio de tablas analíticas.

#### **Análisis inferencial**

En nuestra investigación se empleó la prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnova debido a que nuestra población fue de mayor que 50 participantes ( $> 50$ ). El resultado estadístico de prueba: P- Valor  $<.001$  menor a  $0.001$  (sig.  $< .001$ ) indica

que existe evidencia estadística significativa para rechazar la hipótesis nula de que la muestra sigue una distribución normal.

**Tabla 4**

*Prueba de Normalidad Desinformación y Opinión Pública*

	Kolmogórov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Desinformación	.137	383	<.001	.925	383	<.001
Manipulación de la Opinión Pública	.125	383	<.001	.972	383	<.001

*Nota. Tabla obtenida en el programa spss v28.*

**Hi:** los datos no provienen de una distribución normal.

**Ho:** los datos provienen de una distribución normal.

### **Análisis descriptivo**

La estadística descriptiva nos proporciona la capacidad de hacer recomendaciones sobre cómo resumir y condensar la información obtenida de tablas, gráficas y figuras. Estas recomendaciones nos permiten obtener una comprensión más precisa y fácil de los datos. Para lograr esto, utilizamos técnicas de estadística descriptiva, tales como la creación de tablas de distribución de frecuencias, niveles, tablas y gráficos, como parte del proceso de análisis.

### **Baremos**

Los baremos nos permitieron establecer intervalos para un conjunto de elementos basados en sus características específicas para obtener mediciones que reflejen la situación problemática de manera precisa y evaluar los niveles de cada dimensión de las variables.

**Tabla 5***Difusión Intencionada*

<b>Valores</b>		<b>Rango</b>	
Mínimo	6	Bajo	6-12
Max	20	Medio	13-16
Dif.	5	Alto	17-20

*Nota. Elaboración propia.***Tabla 6***Distorsión de los Hechos*

<b>Valores</b>		<b>Rango</b>	
Mínimo	6	Bajo	6-14
Max	30	Medio	15-22
Dif.	8	Alto	23-30

*Nota. Elaboración propia.***Tabla 7***Mensaje Engañoso*

<b>Valores</b>		<b>Rango</b>	
Mínimo	2	Bajo	2-5
Max	10	Medio	6-7
Dif.	3	Alto	8-10

*Nota. Elaboración propia***Tabla 8***Conocimiento Informado*

<b>Valores</b>		<b>Rango</b>	
Mínimo	4	Bajo	4 - 9
Max	20	Medio	10 - 15
Dif.	6	Alto	16 - 20

*Nota. Elaboración propia*

**Tabla 9***Expresión Oral*

<b>Valores</b>	<b>Rango</b>		
Mínimo	5	Bajo	5-9
Max	17	Medio	10-13
Dif.	4	Alto	14-17

*Nota. Elaboración propia***Tabla 10***Acción Participativa*

<b>Valores</b>	<b>Rango</b>		
Mínimo	5	Bajo	5-10
Max	20	Medio	12-16
Dif.	5	Alto	17-20

*Nota. Elaboración propia*

### **3.7. Aspectos éticos**

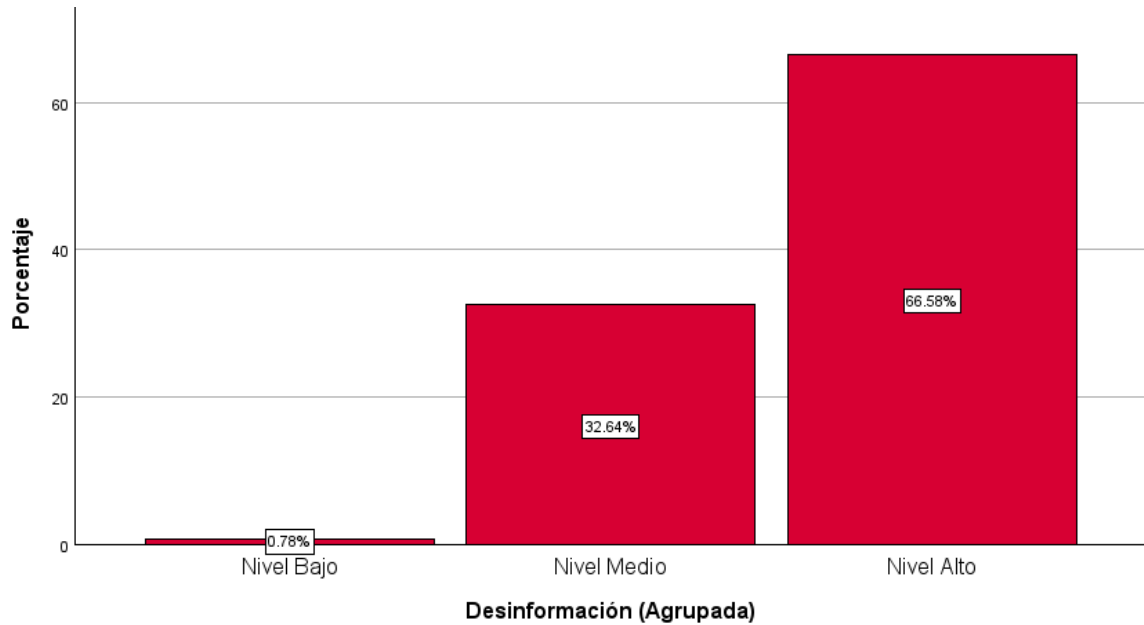
Para el estudio fue imprescindible llevar el instrumento de medición por la prueba de confiabilidad, el cuestionario fue ejecutado en materia de confidencialidad de los participantes de la muestra, por lo tanto, el instrumento será libre y voluntario. Fue orientado en beneficio de las Norma APA 7ma edición, guiada por la estructura brindada por la UCV, garantizando la originalidad de la propuesta en el presente estudio, respaldado a la vez por el aplicativo Turnitin.

## IV. RESULTADOS

Estadística descriptiva:

Figura 1

*Desinformación*



*Nota.* Figura sacada del programa spss v28 en una muestra de 383 participantes.

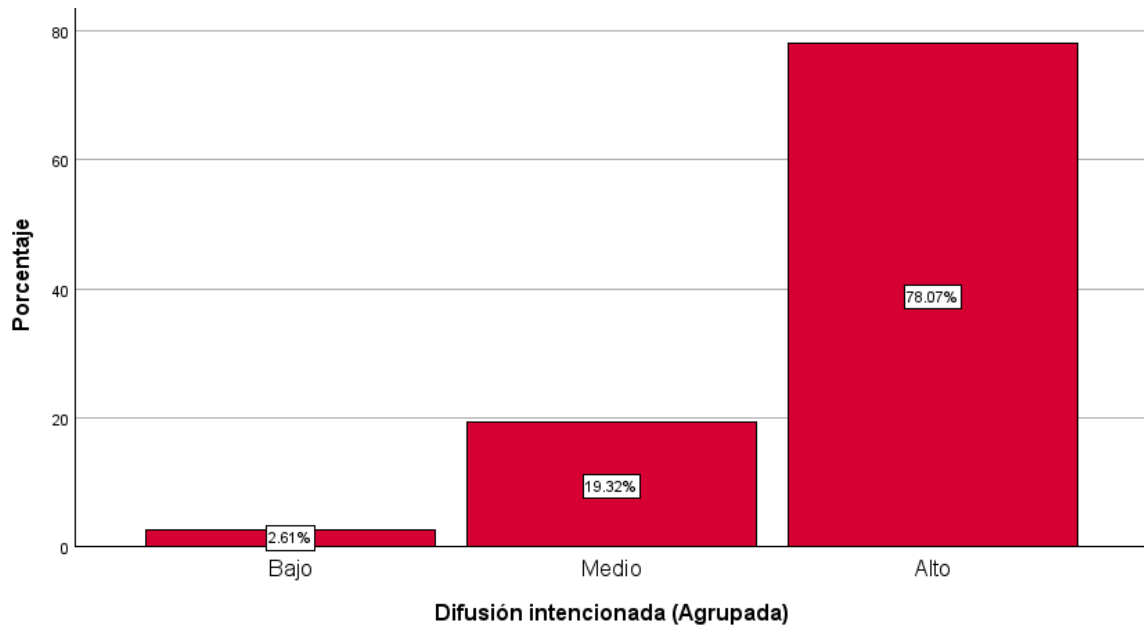
### Interpretación

Los datos mostraron que el 0.78% de los encuestados se clasificó en el nivel bajo de desinformación, el 32.64% se ubicó en el nivel medio y el 66.58% se encontraban en el nivel alto. Estos resultados indicaban que la mayoría de los encuestados se situaban en el nivel alto de desinformación en el supuesto caso del fraude electoral 2021, lo que sugería que existía una proporción considerable de personas en la muestra que tenían un alto grado de exposición o creencia en información errónea.



## Figura 2

### *Difusión Intencionada*



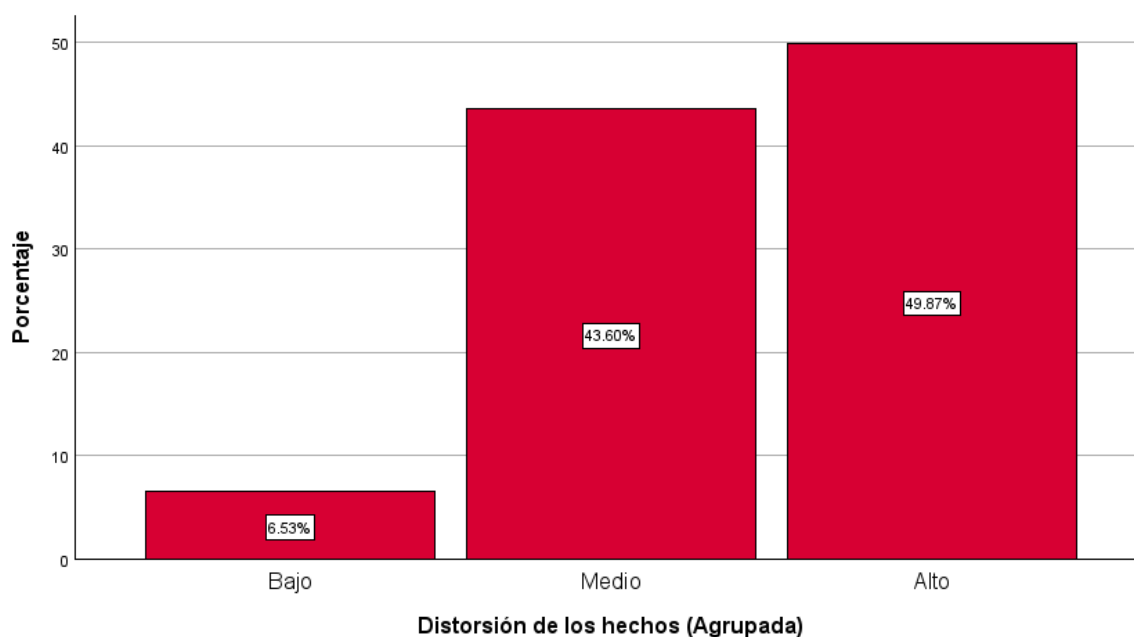
*Nota.* Figura sacada del programa spss v28 en una muestra de 383 participantes.

### **Interpretación**

Los datos revelaron que el 2.61% de los encuestados se ubicó en el nivel bajo, mientras que el 19.32% se ubicó en el nivel medio. Por otro lado, el 78.07% de los encuestados se clasificó en el nivel alto. Estos resultados indicaron que la gran mayoría de las personas encuestadas percibieron un alto nivel de **difusión intencionada** en el supuesto caso del fraude electoral 2021, mientras que solo una pequeña proporción consideró que era baja. Estos hallazgos sugieren que la difusión intencionada fue una preocupación importante para la mayoría de los encuestados.

### Figura 3

#### Distorsión de los hechos



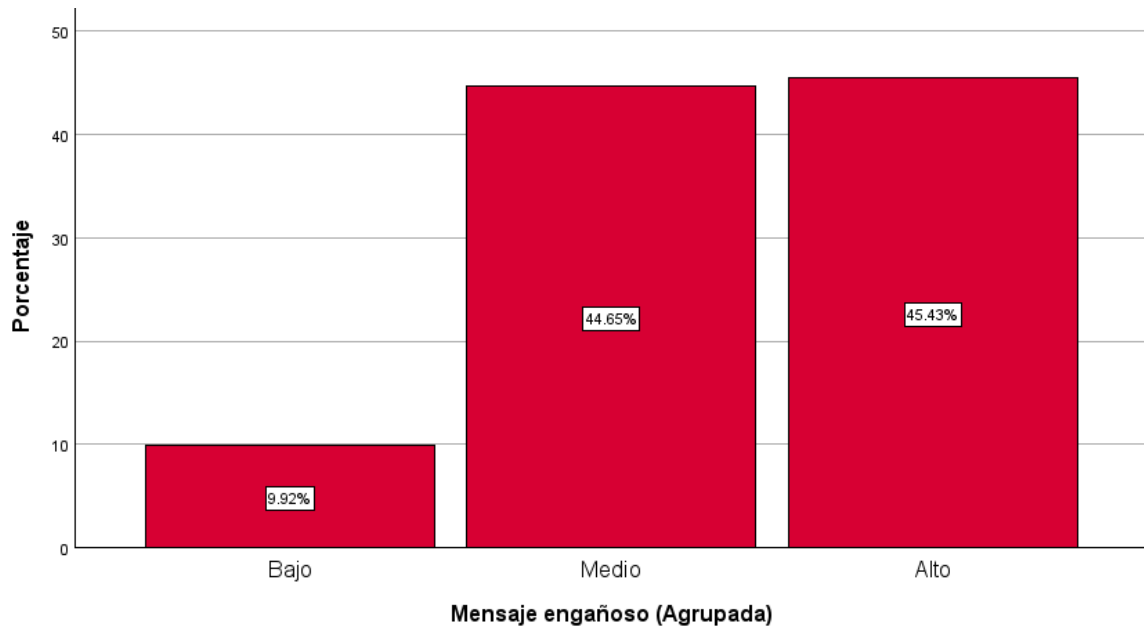
*Nota.* Figura sacada del programa spss v28 en una muestra de 383 participantes

#### Interpretación

Los datos muestran que solo el 6.53% de los encuestados se ubicó en el nivel bajo, mientras que el 43.60% se ubicó en el nivel medio. Por otro lado, el 49.87% de los encuestados se clasificó en el nivel alto. Estos resultados sugieren que la mayoría de las personas encuestadas percibieron niveles medios y altos de distorsión de los hechos en el supuesto caso del fraude electoral 2021, mientras que una proporción significativamente menor consideró que era baja. Esto indica que la **distorsión de los hechos** fue un problema muy prevaleciente en dos rangos de frecuencia evaluados en la encuesta.

## Figura 4

### Mensaje Engañoso



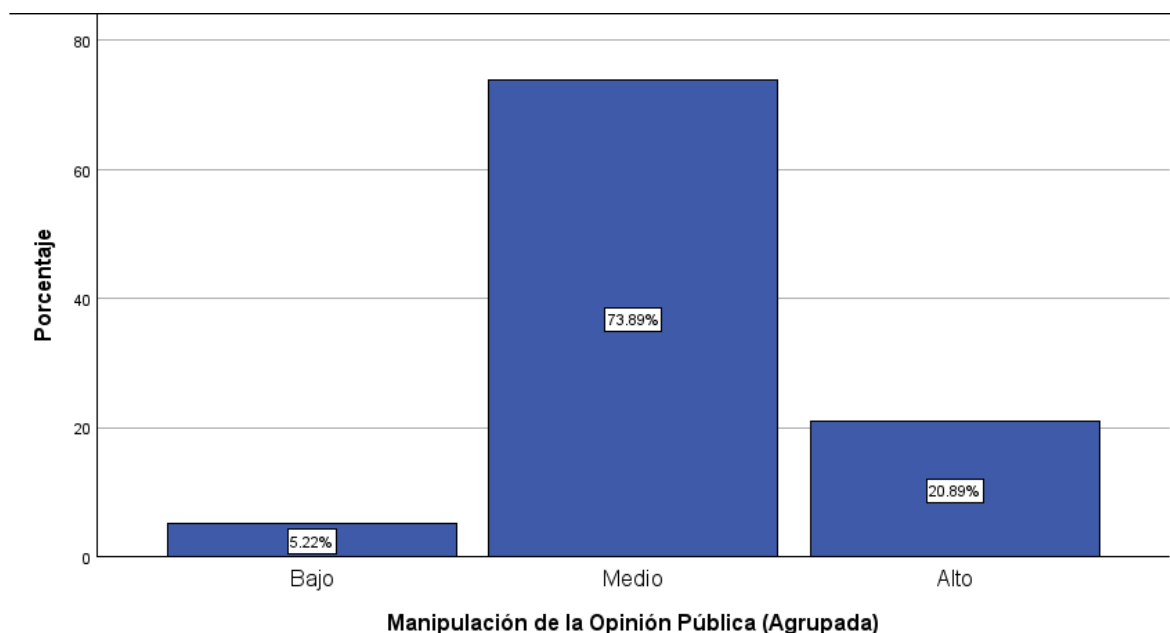
*Nota.* Figura sacada del programa spss v28 en una muestra de 383 participantes

### Interpretación

Según los datos, el 9.92% de los encuestados se ubicaron en el nivel bajo, mientras que el 44.65% se ubicaron en el nivel medio. Por otro lado, el 45.43% de los encuestados se clasificó en el nivel alto. Estos resultados revelan que casi la mitad de las personas encuestadas percibieron un alto nivel de mensajes engañosos en el supuesto caso del fraude electoral 2021. Mientras que una proporción menor consideró que era baja. Estos hallazgos indicaron que los mensajes engañosos fueron un fenómeno común y preocupante para una parte significativa de los encuestados.

## Figura 5

### Manipulación de la Opinión Pública



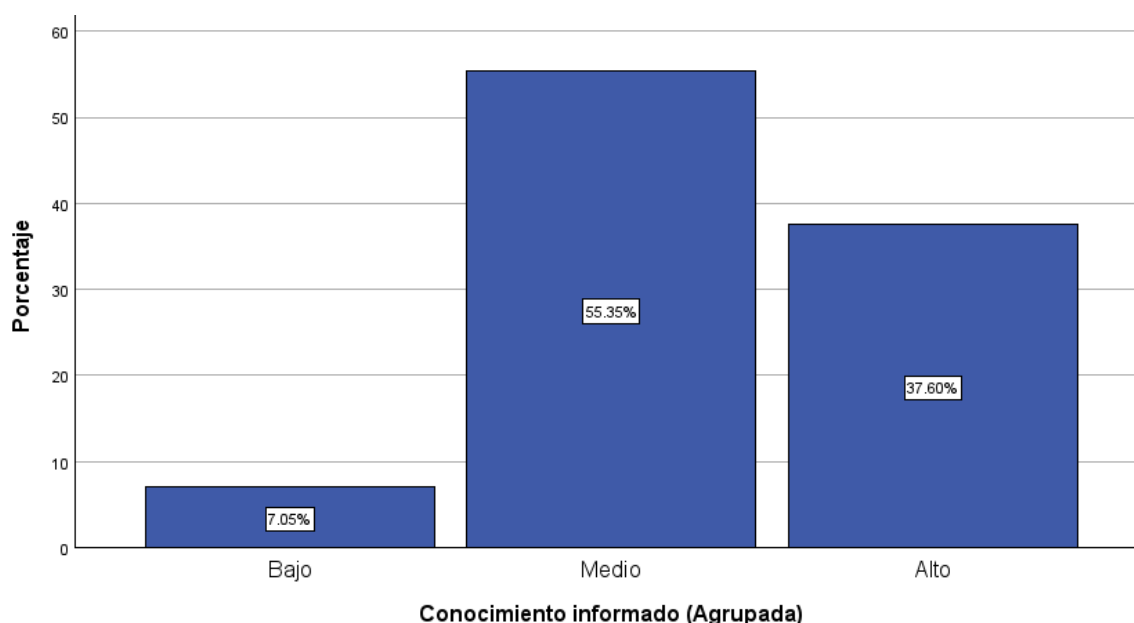
*Nota.* Figura sacada del programa spss v28 en una muestra de 383 participantes

### Interpretación

Según la figura, solo el 5.22% de los encuestados se ubicó en el nivel bajo, mientras que el 73.89% se ubicó en el nivel medio. Por otro lado, el 20.89% de los encuestados se clasificó en el nivel alto. Estos resultados sugieren que la gran mayoría de las personas encuestadas consideraron que la manipulación de la opinión pública en el supuesto caso del fraude electoral 2021, se encontraba en un nivel medio en el pasado, mientras que solo una pequeña proporción percibió que era baja. Esto indica que la opinión pública fue mayoritariamente considerada como moderada por la mayoría de los encuestados.

## Figura 6

### Conocimiento Informado



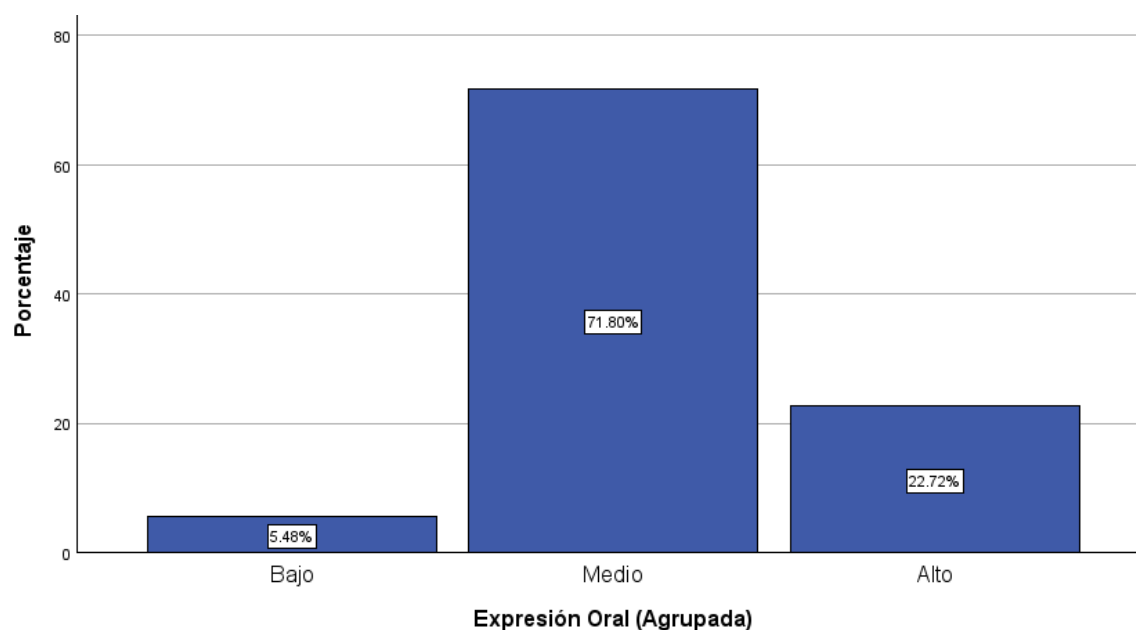
*Nota.* Figura sacada del programa spss v28 en una muestra de 383 participantes

### Interpretación

Los datos encontrados registraron que el 7.05% de los encuestados se encontraba en el nivel bajo, mientras que el 55.35% se ubicaba en el nivel medio. Por otro lado, el 37.60% de los encuestados se clasificó en el nivel alto. Estos resultados revelaron que una proporción considerable de las personas encuestadas consideraba que su nivel de conocimiento era medio en el pasado, mientras que una minoría percibía que era bajo. Además, se observaron que un porcentaje significativo de los encuestados demostró un alto nivel de conocimiento informado. Estos hallazgos sugieren que la mayoría de las personas encuestadas tenían un nivel moderado de conocimiento en el pasado, con un grupo destacado que exhibía un alto grado de comprensión y sabiduría en el supuesto caso del fraude electoral 2021.

## Figura 7

### Expresión Oral



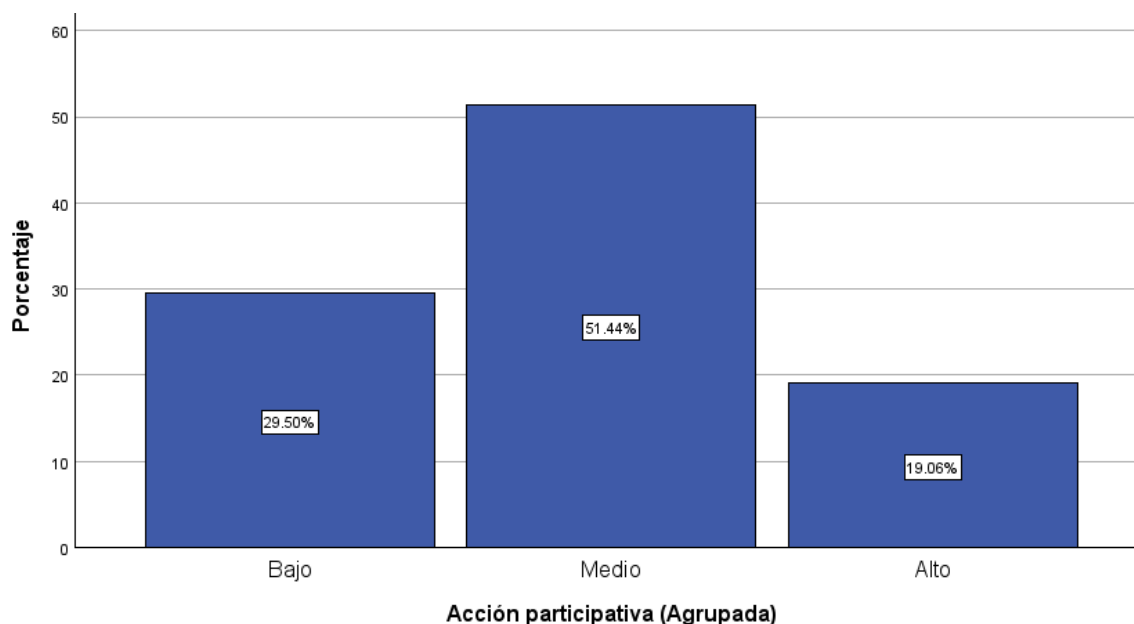
*Nota.* Figura sacada del programa spss v28 en una muestra de 383 participantes

### Interpretación

Según la figura se visualizó que el 5.48% de los encuestados se ubicó en el nivel bajo, mientras que el 71.80% se ubicó en el nivel medio. Por otro lado, el 22.72% de los encuestados se clasificó en el nivel alto. Estos resultados indican que la gran mayoría de las personas encuestadas consideraron que su nivel de expresión oral era medio en el pasado, mientras que una proporción menor percibió que era bajo. Además, un porcentaje bajo de los encuestados se sintió seguro y mostró un nivel alto de habilidades de **expresión oral**. Estos hallazgos sugieren que la mayoría de las personas encuestadas no tuvieron un nivel alto de competencia en la expresión oral en el supuesto caso del fraude electoral 2021, con un grupo notable que sobresalía en este aspecto.

## Figura 8

### Acción Participativa



*Nota.* Figura sacada del programa spss v28 en una muestra de 383 participantes

### Interpretación

La figura muestra los resultados que el 29.50% de los encuestados se ubicó en el nivel bajo, mientras que el 51.44% se ubicó en el nivel medio. Por otro lado, solo el 19.06% de los encuestados se clasificó en el nivel alto. Estos resultados indican que una proporción significativa de las personas encuestadas percibió que su nivel de acción fue bajo en el pasado, mientras que la mayoría consideró que era medio. Además, un porcentaje relativamente pequeño de los encuestados demostró un alto nivel de acción. Estos hallazgos sugieren que la mayoría de las personas encuestadas tenían una participación y nivel de acción moderados en el pasado, aunque un grupo menor mostró un nivel alto de iniciativa y compromiso en la toma de acciones en el supuesto caso del fraude electoral 2021.

## Análisis inferencial

### Hipótesis General

Existe una relación entre la desinformación y la manipulación en la opinión pública sobre el supuesto caso del fraude electoral 2021, en el distrito de Cercado de Lima 2023.

**H0: No existe una relación significativa** entre la desinformación y la manipulación en la opinión pública sobre el supuesto caso del fraude electoral 2021, en el distrito de Cercado de Lima 2023.

**H1: Existe relación significativa** entre la desinformación y la manipulación en la opinión pública sobre el supuesto caso del fraude electoral 2021, en el distrito de Cercado de Lima 2023.

**Tabla 11**

*Correlación entre la Desinformación y la Opinión Pública*

		Desinformación	Manipulación de la Opinión Pública
Rho de Spearman	Desinformación	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1.000 . 383
	Manipulación de la Opinión Pública	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	.180** <.001 383

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

### Interpretación

En el análisis realizado, se encontró una correlación significativa entre la desinformación y la opinión pública. El valor de p (<.001) indica una relación estadísticamente significativa, lo que sugiere que la desinformación está asociada con la opinión pública. Además, el coeficiente de correlación de Spearman (0.180\*\*) mostró una correlación **positiva muy baja** pero significativa. Esto implica que a medida que aumenta la desinformación, la opinión pública también tiende a aumentar en cierta medida.



## Hipótesis Específicas

**He1: Si existe una relación significativa** entre la desinformación y el conocimiento informado de la manipulación en la opinión pública sobre el supuesto caso del fraude electoral 2021, en el distrito de Cercado de Lima 2023.

**H0: No existe una relación significativa** entre la desinformación y y el conocimiento informado de la manipulación en la opinión pública sobre el supuesto caso del fraude electoral 2021, en el distrito de Cercado de Lima 2023.

**Tabla 12**

*Correlación entre la Desinformación y el Conocimiento Informado*

		Desinformación	Conocimiento informado
Rho de Spearman	Desinformación	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	.239**
	N	383	383
	Conocimiento informado	Coeficiente de correlación	.239**
Sig. (bilateral)		<.001	.
N		383	383

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

## Interpretación

El análisis examinó la correlación entre desinformación y conocimiento. El valor de p (<.001) reveló una relación estadísticamente significativa, indicando una asociación importante entre ambas variables. Además, el coeficiente de correlación de Spearman (0.239\*\*) mostró una correlación **positiva muy débil** pero significativa. Esto sugiere que a medida que aumenta la desinformación, también tiende a aumentar el conocimiento informado en pequeña medida.

**He2:** Si existe una relación significativa entre la desinformación y la expresión oral de la manipulación en la opinión pública sobre el supuesto caso del fraude electoral 2021, en el distrito de Cercado de Lima 2023

**H0:** No existe una relación significativa entre la desinformación y la expresión oral de la manipulación en la opinión pública sobre el supuesto caso del fraude electoral 2021, en el distrito de Cercado de Lima 2023

**Tabla 13**

*Correlación entre la Desinformación y La Expresión Oral*

			Desinformación	Expresión Oral
Rho de Spearman	Desinformación	Coefficiente de correlación	1.000	-.115*
		Sig. (bilateral)	.	.024
		N	383	383
	Expresión Oral	Coefficiente de correlación	-.115*	1.000
		Sig. (bilateral)	.024	.
		N	383	383

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

**Interpretación**

En el análisis realizado, se examinó la correlación entre desinformación y expresión oral. El valor de p (0.024) indica una relación estadísticamente significativa, sugiriendo una asociación importante entre ambas variables. Sin embargo, el coeficiente de correlación de Spearman (-.115\*) reveló una **correlación negativa muy débil**. Esto implica una tendencia a una disminución ligera en la expresión oral a medida que aumenta la desinformación.

**He3: Si Existe una relación significativa** entre la desinformación y la acción participativa de la manipulación en la opinión pública sobre el supuesto caso del fraude electoral 2021, en el distrito de Cercado de Lima 2023.

**H0: No existe una relación significativa** entre la desinformación y la acción participativa en la manipulación en la opinión pública sobre el supuesto caso del fraude electoral 2021, en el distrito de Cercado de Lima 2023

**Tabla 14**

*Correlación entre la Desinformación y la Acción Participativa*

			<b>Desinformación</b>	<b>Acción participativa</b>
Rho de Spearman	Desinformación	Coeficiente de correlación	1.000	.116*
		Sig. (bilateral)	.	.023
		N	383	383
	Acción participativa	Coeficiente de correlación	.116*	1.000
		Sig. (bilateral)	.023	.
		N	383	383

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

### **Interpretación**

En el análisis realizado, se examinó la correlación entre desinformación y acción participativa. El valor de p (0.023) indica una relación estadísticamente significativa, sugiriendo una asociación importante entre ambas variables. Sin embargo, el coeficiente de correlación de Spearman (0.116\*) reveló una **correlación positiva muy débil**. Esto implica que puede haber un ligero aumento en la acción participativa a medida que aumenta la desinformación.

## V. DISCUSIÓN

Nuestro presente estudio pretendió comprobar el grado de relación entre la desinformación y la manipulación en la opinión pública en medios impresos durante la denuncia de fraude electoral en la segunda vuelta electoral.

En la correlación general, los valores de  $p$  ( $<.001$ ) indicaron una relación estadísticamente significativa, lo que sugirió que la desinformación estuvo asociada con la manipulación en la opinión pública en medio de la controversia de un supuesto fraude electoral en 2021, comicios presidenciales ganados por Pedro Castillo Terrones.

Si bien la correlación entre la desinformación y la manipulación en la opinión pública evidenció una clara significancia, nos podemos remitir también al trabajo de Guarnizo (2021) en el que por medio de un análisis de las portadas de un diario limeño como Perú21, logró comprobar por medio de la opinión de periodistas piuranos frente a esto que si existió una influencia significativa de la opinión pública por medio de difusiones desinformativas durante la segunda vuelta electoral de 2021 donde aún se pugnaba el sillón presidencial entre Castillo y su adversaria y la vez posterior denunciante del fraude electoral; Keiko Fujimori. Esto sugirió que Perú21 influyó emocionalmente en la población y modificó las intenciones de voto de acuerdo a sus intereses.

Por otro lado, se encontró una correlación positiva entre la desinformación y el conocimiento informado de la manipulación en la opinión pública, durante la denuncia del supuesto fraude electoral tras las elecciones presidenciales de 2021. Esto sugiere que a medida que aumentó la desinformación, también tendió a aumentar ligeramente el conocimiento informado. Estos resultados concuerdan con los hallazgos en Perú de Sánchez et al. (2020), quienes encontraron que las redes sociales (sobre todo Twitter), como medio desinformante; fueron utilizadas para manipular a la audiencia en medio de la pandemia de COVID-19 mediante la difusión de supuestos conocimientos respecto al estado del manejo gubernamental de la pandemia. No obstante, existió un claro interés de manejar la agenda y las

prioridades del país al combatir los contagios y la crisis económica instrumentalizando estos conocimientos.

Luego, se evidenció una correlación negativa y muy débil entre la desinformación y la expresión oral de la manipulación en la opinión pública, durante la denuncia del supuesto fraude electoral tras las elecciones presidenciales de 2021. Esto implicó una tendencia a una disminución en la expresión oral a medida que aumentó la desinformación. Este hallazgo contrasta con los resultados de la investigación, ya que no se esperaba el descarte de una relación proporcional u positiva entre la desinformación y la expresión oral. En sí sugerimos la existencia de más factores posibles que inciden en la expresión oral de la opinión pública, en ello nos dirigimos a la Teoría del Espiral del Silencio donde Neumann (1977), denota la estructura de un control social en la que cada persona está condicionada a ejercer comportamientos y actitudes específicas que se adapten a su entorno social y ser aceptado por la misma. Según la perspectiva del individuo radica en dos escenarios: en dar una opinión de acorde con la mayoría ó tentar a la suerte de ser rechazado y aislado de su círculo social.

En cuanto a la acción participativa, se encontró una correlación positiva entre la desinformación y la acción participativa de la manipulación en la opinión pública, durante la denuncia del supuesto fraude electoral tras las elecciones presidenciales de 2021. Esto implicó que hubo un aumento en la acción participativa a medida que aumentó la desinformación. Estos resultados son consistentes con los hallazgos de Ventocilla (2017), quienes encontraron que la comunicación política gubernamental durante el mandato de Pedro Pablo Kuczynski impactó significativamente en la opinión pública de los estudiantes respecto al presidente de Perú en ese entonces y su figura les impulsó a debatir opiniones entre alumnos del quinto año de secundaria en 2017.

En contraste con los estudios mencionados, los resultados de nuestro análisis muestran algunas diferencias y coincidencias en cuanto a la correlación entre desinformación y otras variables. En el estudio de Guarnizo (2021) en Piura, se encontró que el 42,8% de los periodistas piuranos estuvo de acuerdo con que el medio recurrió a la difusión intencionada, lo cual concuerda con nuestra correlación

entre desinformación y manipulación de opinión pública, donde también encontramos una asociación importante entre ambas variables. Sin embargo, el enfoque del estudio de Guarnizo se centró específicamente en las portadas del periódico Perú21 y la captación de desinformación en periodistas piuranos, mientras que nuestro análisis abordó la correlación entre desinformación y conocimiento informado, expresión oral, acción participativa y opinión pública en general y sobre todo aplicado a ciudadanos en general del distrito de Cercado de Lima.

En el estudio de Sánchez et al. (2020) en Lima, se encontró que el 45% de los participantes estuvo de acuerdo con el impulso financiero y el 38,9% de los medios y recursos relacionados con la COVID-19 en Twitter. Esta coincidencia respalda nuestra correlación entre desinformación y la manipulación de la opinión pública, donde también encontramos una asociación importante entre ambas variables. Sin embargo, su estudio se enfocó específicamente en la repercusión política de la COVID-19 en Twitter, mientras que nuestro análisis abarcó la relación general entre desinformación y opinión pública.

En el estudio de Pérez et al. (2021) sobre el periodismo ciudadano como alternativa contra la desinformación y la formación de la opinión pública en estudiantes universitarios de comunicación, encontraron que el 71.5% de los estudiantes consideraban muy importante la opinión pública, lo cual también respalda nuestra correlación entre desinformación y la manipulación de la opinión pública, donde encontramos una correlación positiva y estadísticamente significativa. Aunque sus resultados se limitaron a estudiantes universitarios y la formación de la opinión pública, mientras que nuestro análisis abarcó la correlación entre desinformación y opinión pública en la ciudadanía.

En el estudio de Valerio (2019) sobre el grado de relación entre la opinión pública y el contenido periodístico acerca de la muerte de Walter Oyarce, encontraron que el 59,2% de los barristas coincidían en que se asociaba la distribución de los géneros periodísticos más importantes y la manipulación de la opinión pública. Esto también respalda nuestra correlación entre desinformación y opinión pública, donde encontramos una correlación positiva. Sin embargo, su

estudio se centró en el caso específico de Walter Oyarce y los hinchas del Club Alianza Lima, mientras que nuestro análisis abarcó la correlación en general entre desinformación y opinión pública.

En cuanto a los estudios internacionales, el estudio de Rodríguez et al. (2020) en Medellín encontró que la desinformación influía en figuras institucionales, iconos sociales y personajes políticos que implicaba un considerable peso de su opinión en la colectividad de la sociedad donde estaban inmersos. Esto respalda nuestra correlación entre desinformación y manipulación de la opinión pública, donde también encontramos una correlación positiva significativa. Sin embargo, su estudio se centró específicamente en la influencia de la desinformación durante el paro nacional en Medellín, mientras que nuestro análisis abarcó la correlación general entre las dos variables presentadas en medio de la controversia de una denuncia de fraude electoral.

En el estudio de Noain (2021) en Madrid, se encontró que la mayoría de los contenidos desinformadores en torno a la pandemia eran por formato texto y se difundían principalmente por redes sociales. Esta coincidencia respalda nuestro análisis sobre la desinformación y la manipulación en la opinión pública en medios impresos donde abundan significativamente en este formato, donde encontramos una correlación positiva. Sin embargo, su estudio se centró en la desinformación en torno al coronavirus 2019-nCoV, mientras que nuestro análisis abarcó la correlación general entre desinformación y la manipulación en la opinión pública en medio de una controversia política y electoral.

En el estudio de Castillo (2021) en Ecuador, encontraron que el 78% de los seguidores de ciertos medios digitales no sabían identificar con seguridad las noticias falsas y el 76% las difundía como síntoma de la influencia en la opinión de la ciudadanía. Esto respalda nuestra correlación entre desinformación y opinión pública, donde también encontramos una correlación positiva. Sin embargo, su estudio se centró en los medios digitales en Ecuador y la capacidad de los seguidores para identificar noticias falsas, mientras que nuestro análisis abarcó la correlación general entre desinformación y opinión pública.

## VI. CONCLUSIONES

Se determinó que sí había una relación entre la desinformación y la manipulación de la opinión pública. El análisis de correlación reveló una muy baja correlación positiva (0.180) pero altamente significativa estadísticamente. Con un nivel de significancia ( $<0.001$ ) menor que el valor  $p$  ( $<0.05$ ), se concluyó que existía una clara relación entre la desinformación y la manipulación de la opinión pública, confirmando la hipótesis general planteada. Por lo tanto, se estableció que a medida que aumenta ligeramente la desinformación, también aumenta la manipulación de la opinión pública.

Se encontró una correlación positiva muy débil pero significativa entre la desinformación y el conocimiento informado de la manipulación en la opinión pública (coeficiente de correlación = 0.239,  $p < 0.001$ ). Esto confirma la hipótesis planteada, indicando que a medida que aumenta ligeramente la desinformación, también lo hace el conocimiento informado.

Se llegó a determinar la relación entre la desinformación y la expresión oral de la manipulación en la opinión pública, se evidenció una muy débil correlación negativa (-0.115) pero estadísticamente significativa entre ambos. Se definió que sí existió una relación significativa entre la desinformación y la expresión oral de la manipulación en la opinión pública, confirmando la hipótesis planteada. Sin embargo, se observó que a medida que aumenta la desinformación, la expresión oral disminuye ligeramente.

Determinando que existe una muy débil correlación positiva (0.116) pero estadísticamente significativa entre la desinformación y la acción participativa de la manipulación en la opinión pública. El nivel de significancia (0.023) fue menor a un valor  $p$  de 0.05, lo que indica que sí existe una relación relevante entre la desinformación y la acción participativa. Esto confirma la hipótesis específica postulada y vale acotar que se observó que a medida que aumenta la desinformación, la acción participativa aumenta ligeramente.



## **VII. RECOMENDACIONES**

Recomendamos realizar estudios cualitativos centrados en la desinformación, abordando dimensiones específicas directamente relacionadas con los enfoques conceptuales, como la difusión intencionada. Estos estudios ayudarán a desarrollar bases teóricas para contrarrestar la desinformación como problema social.

Dada la correlación negativa entre la desinformación y la expresión oral, sugerimos llevar a cabo investigaciones sociológicas que examinen estrechamente la relación entre la expresión y el comportamiento social en el contexto de la desinformación mediática. Estos estudios deben ser integrales y sólidos.

Se recomienda realizar estudios sobre la opinión pública que exploren nuevas dimensiones de participación del individuo, delimitando mejor la influencia de la audiencia en temas mediáticos específicos, como contextos electorales o controversias virales. Es importante que estos estudios sean cualitativos y se enfoquen en la percepción personal de cada individuo.

Por último, es esencial realizar estudios sobre desinformación y manipulación de la opinión pública a una escala mucho más amplia, tanto a nivel local (Lima Metropolitana) como a nivel nacional. Estos estudios permitirán generar conocimientos y estrategias para combatir la desinformación en los medios de comunicación y promover el desarrollo del periodismo de verificación y las buenas prácticas periodísticas.

## REFERENCIAS

- Álvarez, J. (2012) Modelos teóricos sobre los efectos de los medios de comunicación de masas. Universidad Complutense de Madrid.
- Argota, Y, Ovando, R. y Condori, D. (2022). Verdad y validez del conocimiento. Premisas para la consultoría administrativa. *Economía & Negocios*, 4(2), 319-333.  
<https://www.doi.org/10.33326/27086062.2022.2.1329>
- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European journal of communication*, 33(2), 122-139.
- Bohórquez López, V. W. (2019). El efecto Mariposa de los medios de comunicación sociales en la opinión pública. La revocatoria de la alcaldesa de Lima, Perú. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 25(1), 69-80.  
<https://doi.org/10.5209/ESMP.63716>
- Campos-Domínguez, E. Esteve-Del-Valle, M. y Renedo-Farpón, C. (2022). Rhetoric of parliamentary disinformation on Twitter. [Retóricas de desinformación parlamentaria en Twitter]. *Comunicar*, 72, 47-58.  
<https://doi.org/10.3916/C72-2022-04>
- Canavilhas, J. Colussi, J. Y Moura, Z. (2019). “Desinformación en las elecciones presidenciales 2018 en Brasil: un análisis de los grupos familiares en WhatsApp”. *El profesional de la información*, v. 28, n. 5, e280503.
- Castillo, E. (2021). Las Fake News: Descripción e impacto de la desinformación en medios digitales ecuatorianos. *MLS Communication Journal*, 1 (1), 7-24.  
<https://www.mlsjournals.com/MLS-Communication-Journal>
- Colussi, J. (2020). Desinformación, política y religión: Un análisis de los contenidos compartidos por WhatsApp durante la campaña presidencial de Brasil en 2018. *RISTI - Revista Iberica de Sistemas e Tecnologias de Informacao*, 2020(E35), 477-489.
- Del Hoyo-Hurtado, M., García-Galera, M. & Blanco-Alfonso, I. (2020) (2020). Desinformación y erosión de la credibilidad periodística en el contexto de las

- noticias falsas. Estudio de caso. Estudios sobre el Mensaje Periodístico 26(4), 1399-1409. <http://dx.doi.org/10.5209/esmp.70238>
- Dorantes, J. y Castro, C. (2018) Estudios de Opinión. Editorial: Universidad Veracruzana.
- García, S., Márquez, F., & Fondevila, J. (2021). Polarización en Twitter durante la crisis de la COVID-19: Caso Aislado y Periodista Digital. Revista de Comunicación, 20(2), 29-47. <https://dx.doi.org/10.26441/rc20.2-2021-a2>
- González Reyna, S. (2018). La comunicación persuasiva como instrumento para el cambio de opiniones. Revista Mexicana De Opinión Pública, (25), 185–193. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2018.25.65182>
- Guarnizo, G. (2021) Percepción de la desinformación a través de las portadas del diario Perú 21 en periodistas de Piura durante la segunda vuelta, elecciones presidenciales 2021. Lima Perú. Repositorio de Universidad César Vallejo. Url: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/79553>
- Hameleers, M., & Minihold, S. (2020). Constructing discourses on (un) truthfulness: Attributions of reality, misinformation, and disinformation by politicians in a comparative social media setting. Communication Research. (pp. 1-24) <https://doi.org/10.1177/0093650220982762>
- Idrobo Zúñiga, S. (2020) «La teoría de la acción comunicativa de Jürgen Habermas. una interpretación y sus posibles aplicaciones en las ciencias de la gestión», Criterio Libre, 18(33), pp. 35–64. <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2020v18n33.7538>
- Ireton, C. & Posetti, J. (2018). Journalism, Fake News & Disinformation. Handbook for Journalism Education and Training Editorial: Cheryl Ireton and Julie Posetti.
- Iyengar, S. & Kinder, D. (1987) News that matters: Agenda-Setting and priming in a television age. Chicago: University of Chicago Press.
- Lombana-Bermúdez, J. (2022). Cámaras de eco, desinformación y campañas de desprestigio en Colombia Un estudio de Twitter y las elecciones locales de Medellín en 2019 Política y Gobierno, 29(1) Retrieved from [www.scopus.com](http://www.scopus.com)
- Medina G. (2020) "Opinión pública (2ª ed) Comunicación Política Democracia y Medios" Editorial: Universidad De Antioquia.

- Migliucci, D. (2018). Opinión pública y propaganda: su definición, interpretación y significado en los Estados Unidos de la primera posguerra (1918-1922). *Historia y Política*, 40, 213-238. Doi: <https://doi.org/10.18042/hp.40.08>
- Muro-Ampuero, E. Y Bach, C. (2019). Twitter: #agoravirtual de participación política y (re)producción de la opinión pública. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 78, 193-210, Doi: <http://dx.doi.org/10.5209/CLAC.64378>.
- Noain-Sánchez, A. (2021). Desinformación y Covid-19: Análisis cuantitativo a través de los bulos desmentidos en Latinoamérica y España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 27 (3), 879-892.  
Doi: <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.72874>
- Olmo, J y Romero (2019) Desinformación: concepto y perspectivas. Real Instituto Elcano.[http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano\\_es/contenido?WCMGLOBALCONTEXT=/elcano/elcano\\_es/zonas\\_es/ari41-2019olmoromerodesinformacion-concepto-y-perspectivas](http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCMGLOBALCONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/ari41-2019olmoromerodesinformacion-concepto-y-perspectivas).
- Oficina Nacional de Procesos Electorales (2021). *Presentación de Resultados, Segunda Elección Presidencial 2021, Participación Ciudadana: Lima-Lima-Lima*.  
<https://resultadoshistorico.onpe.gob.pe/SEP2021/Participacion/Grafico/P/140000/140100/140101>
- Orellana, G. T. (2018). Prensa escrita y policía secreta en Chile (Dina/Cni) Durante la dictadura: La reformulación del discurso en el caso Marta Ugarte. *Historia* 396, 8(2), 285-309.
- Palau-Sampio, D. Y Carratalá, A. (2022). "Injecting disinformation into public space: pseudo-media and reality-altering narratives". *Profesional de la información*, v. 31, n. 3, e310312.
- Pérez, C. (2019). No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. *Comunicación*, 40, 65-74. doi: <http://dx.doi.org/10.18566/comunica.n40.a05>
- Perez, R. (2021) Periodismo ciudadano y opinión pública en los estudiantes de ciencias de la comunicación de la universidad privada del norte, 2018, Universidad Privada César Vallejo.
- Romero-Rodríguez, L., Tejedor, S. y Pabon, M. (2021). Actitudes populistas y percepciones de la opinión pública y los medios de comunicación: Estudio

correlacional comparado entre España y Colombia. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 43-66. Doi: <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2021-1507>

Sanchez Ortega, J. A., Hidalgo Romero, H. I. ., & Nuñez Lira, L. A. (2020). Impacto político de la COVID-19 en la red social Twitter como instrumento de desinformación. *Revista De Estilos De Aprendizaje*, 13(26), 94–105.

Doi: <https://doi.org/10.55777/rea.v13i26.2165>

Sandoval, Javiera (2017) Aplicación de la Teoría del Framing: Los encuadres mediáticos en el debate sobre el aborto en Chile.

Santiago-Guervós, J. (2020). The ideological orientation in social media and the persuasive effectiveness of misinformation. [La orientación ideológica en los medios de comunicación social y la eficacia persuasiva de la desinformación] *Discurso y Sociedad*, 14(1), 107-141.

Useche, M, Artigas, W, Queipo, B y Perozo, É. (2019). Técnicas e instrumentos de recolección de datos cuali-cuantitativos. Universidad de la Guajira.

Valerio, M (2019) Opinión pública e información periodística de Walter Oyarce en los barristas de San Juan de Lurigancho del Club Alianza Lima, 2019. Universidad Privada Cesar Vallejo

Ventocilla, M. (2017) La influencia de la comunicación política del presidente Pedro Pablo Kuczynski en la formación de opinión pública de los estudiantes de secundaria del I. E Fe y Alegría N°2, Lima 2017. Universidad Privada Cesar Vallejo.

## ANEXOS

### Anexo 1: Validaciones de Expertos (Olortegui, Desinformación)



#### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: *Olortegui Benítez Gladys Juan*  
 Título y/o Grado: *Licenciada en Periodismo - Maestría Política Social*

Ph. D ( )	Doctor ( )	Magister (X)	Licenciado ( )	Otros. ( ) Especifique
-----------	------------	--------------	----------------	------------------------

Universidad que labora: *UCV*

Fecha: *9/05/2023*

#### DESINFORMACIÓN Y MANIPULACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA SOBRE EL SUPUESTO FRAUDE ELECTORAL 2021 EN CERCADE DE LIMA, 2023

INSTRUMENTO: DESINFORMACIÓN

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas entre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
10	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
<b>TOTAL</b>				

SUGERENCIAS:

Firma del experto:

*Olortegui Benítez Gladys Juan*  
 Nombres y apellidos:

## Anexo 2: Validaciones de Expertos (Olortegui, Opinión Pública)



### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: *Olortegui Parillo Eladio Juan*

Título y/o Grado: *Ma. grado de ... - Mg. publicista ...*

Ph. D ( )	Doctor ( )	Magister ( )	Licenciado ( )	Otros. ( ) Especifique
-----------	------------	--------------	----------------	------------------------

Universidad que labora:

Fecha: *9/05/2022*

#### DESINFORMACIÓN Y MANIPULACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA SOBRE EL SUPUESTO FRAUDE ELECTORAL 2021 EN CERCADO DE LIMA, 2023

##### INSTRUMENTO: OPINIÓN PÚBLICA

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
10	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS:

Firma del experto:

*Olortegui Parillo Eladio Juan*

Nombres y apellidos:

### Anexo 3: Validaciones de Expertos (Morote, Desinformación)



#### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: MOROTE PEDROZA, JORGE WARREN

Título y/o Grado: LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN / MAG. EN DIRECCIÓN ADM. EMPRESAS

Ph. D ( )	Doctor ( )	Magister (X)	Licenciado ( )	Otros. ( ) Especifique
-----------	------------	--------------	----------------	------------------------

Universidad que labora: UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Fecha: 16/05/2023

#### DESINFORMACIÓN Y MANIPULACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA SOBRE EL SUPUESTO FRAUDE ELECTORAL 2021 EN CERCADO DE LIMA, 2023

##### INSTRUMENTO: DESINFORMACIÓN

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
10	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS:

Firma del experto:

  
 \_\_\_\_\_  
 Nombres y apellidos:



## Anexo 4: Validaciones de Expertos (Morote, Opinión Pública)



### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: *MOROTE PEDROZA, JORGE WARREN*

Título y/o Grado: *DOC. EN CCCC / MAESTRÍA EN DIRECCIÓN Y ADM. DE EMPRESAS*

Ph. D ( )	Doctor ( )	Magister (X)	Licenciado ( )	Otros. ( ) Especifique
-----------	------------	--------------	----------------	------------------------

Universidad que labora: *UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO*

Fecha: *16/05/2023*

#### DESINFORMACIÓN Y MANIPULACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA SOBRE EL SUPUESTO FRAUDE ELECTORAL 2021 EN CERCADO DE LIMA, 2023

##### INSTRUMENTO: OPINIÓN PÚBLICA

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
10	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
	<b>TOTAL</b>	X		

SUGERENCIAS:

Firma del experto:

*Jorge Warren*  
 Nombres y apellidos:

## Anexo 5: Validaciones de Expertos (Tomanguilla, Desinformación)



### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Tomanguilla Reyna Homero

Título y/o Gradu. Magister en Gestión Pública

Ph. D ( )	Doctor ( )	Magister (X)	Licenciado ( )	Otros. ( ) Especifique
-----------	------------	--------------	----------------	------------------------

Universidad que labora: Universidad César Vallejo

Fecha: 10/05/2023

#### DESINFORMACIÓN Y MANIPULACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA SOBRE EL SUPUESTO FRAUDE ELECTORAL 2021 EN CERCADO DE LIMA, 2023

INSTRUMENTO: DESINFORMACIÓN

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
10	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
<b>TOTAL</b>				

SUGERENCIAS:

Firma del experto:

Homero Tomanguilla Reyna  
Nombres y apellidos:

## Anexo 6: Validaciones de Expertos (Tomanguilla, Opinión Pública)



### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Tomanguilla Reyna Homero

Título y/o Grado: Máster en Gestión Pública

Ph. D ( )	Doctor ( )	Magister (X)	Licenciado ( )	Otros. ( ) Especifique
-----------	------------	--------------	----------------	------------------------

Universidad que labora: Universidad César Vallejo

Fecha: 10/05/2023

#### DESINFORMACIÓN Y MANIPULACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA SOBRE EL SUPUESTO FRAUDE ELECTORAL 2021 EN CERCADO DE LIMA, 2023

##### INSTRUMENTO: OPINIÓN PÚBLICA

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
10	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS:

Firma del experto:

Homero Tomanguilla Reyna

Nombres y apellidos:

### Anexo 7: Matriz de Consistencia

Matriz Relacional			Matriz de Operacionalización						Estadística	
Formulación del problema	Objetivo	Hipótesis	Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Niveles y Rangos	Escala de Medición
¿Cuál es la relación entre la desinformación y la manipulación de la opinión pública sobre el supuesto caso fraude electoral 2021, en el distrito de	Determinar la relación entre la desinformación y la manipulación de la opinión pública sobre el supuesto caso del fraude electoral 2021, en el distrito de	Existe una relación entre la desinformación y la manipulación de la opinión pública sobre el supuesto caso del fraude electoral 2021, en el distrito de	Desinformación	Según Olmo (2019) es la difusión intencionada de información no rigurosa que busca perjudicar la confianza pública, distorsionando los hechos y transmitiendo una determinada forma de percibir la realidad y de aprovechar las vulnerabilidades, con el objetivo de	La variable de la desinformación será medida mediante el cuestionario de Guarnizo (2021). El cuestionario está basado en la escala de Desinformación con 15 preguntas, planteada en 3 dimensiones y 12 ítems y se distribuyen de la siguiente manera: Difusión intencionada (9 ítems), Distorsión de	Difusión intencionada	Intención Emocional	1-4	5. Totalmente de acuerdo. 4. De acuerdo. 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo. 2. En desacuerdo. 1. Totalmen	Ordinal
							Intención Racional			
						Distorsión de los hechos	Contenido Falso	5-10		
							Contenido Engañoso			
							Contenido Fabricado			

Cercado de Lima 2023?	Cercado de Lima 2023.	Cercado de Lima 2023.		desestabilizar (Citado de Guarnizo, 2021).	los hechos (6 ítems) y Mensaje engañoso (3 ítems). La escala de tipo Likert.	Mensaje engañoso	Discrepancia	11-12	te en desacuerdo.		
-----------------------	-----------------------	-----------------------	--	--	--	------------------	--------------	-------	-------------------	--	--

Matriz Relacional			Matriz de Operacionalización						Estadística	
Formulación del problema	Objetivo	Hipótesis	Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Niveles y Rangos	Escala de Medición
¿Cuál es la relación entre la desinformación y el conocimiento informado de la manipulación en la opinión pública sobre el supuesto caso fraude electoral 2021, en el distrito de	Determinar la relación entre la desinformación y el conocimiento informado de la manipulación en la opinión pública sobre el supuesto caso del fraude electoral 2021, en el distrito de	Si existe una relación significativa entre la desinformación y el conocimiento informado de la manipulación en la opinión pública sobre el supuesto caso del fraude electoral 2021,	Manipulación de la Opinión Pública	A lo largo del tiempo muchos autores lo han reconocido a la opinión pública como una de las distintas formas de expresarse que tiene el individuo o una sociedad para los	En definición operacional de la variable de opinión pública será medido por el instrumento de Ramírez (2018), en el cual estará conformado por 12 ítems y se constituyen mediante sus tres	Conocimiento informado	Informarse	1-4	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre	Ordinal

Cercado de Lima 2023?	Cercado de Lima 2023	en el distrito de Cercado de Lima 2023		diferentes temas de interés políticos, sociales, y económicos, incluso en los acontecimientos importantes, entre otros. (Ramírez, 2018).	dimensiones, (4 ítems) para la primera dimensión de conocimiento, (4 ítems) para la segunda dimensión de expresión oral, (4 ítems) para la tercera dimensión de acción.		Medio de información		5. Siempre	
¿Cuál es la relación entre la desinformación y la expresión oral de la manipulación en la opinión pública sobre el supuesto caso fraude electoral 2021, en el distrito de Cercado de Lima 2023?	Determinar la relación entre la desinformación y la expresión oral de la manipulación en la opinión pública sobre el supuesto caso del fraude electoral 2021, en el distrito de Cercado de Lima 2023	Si existe una relación significativa entre la desinformación y la expresión oral de la manipulación en la opinión pública sobre el supuesto caso del fraude electoral 2021, en el distrito de Cercado de Lima 2023				Expresión Oral	Latente	5-8		
							Explícito			
¿Cuál es la relación entre la desinformación y la acción participativa de la manipulación	Determinar la relación entre la desinformación y la acción participativa de la manipulación	Si existe una relación significativa entre la desinformación y la acción participativa de				Acción participativa	Crear	9-12		

en la opinión pública sobre el supuesto caso fraude electoral 2021, en el distrito de Cercado de Lima 2023?	en la opinión pública sobre el supuesto caso del fraude electoral 2021, en el distrito de Cercado de Lima 2023	la manipulación en la opinión pública sobre el supuesto caso del fraude electoral 2021, en el distrito de Cercado de Lima 2023.						Participar			
---	--	---	--	--	--	--	--	------------	--	--	--

## Anexo 8: Entradas del formulario

Desinformación y Manipulación de la opinión pública sobre el supuesto caso de corrupción en el sector público

Se han guardado todos los cambios en Drive

Pulsa **F11** para salir del modo de pantalla completa

Respuestas: 383 Configuración

Enviar

### 383 respuestas

[Ver en Hojas de cálculo](#)

Se aceptan respuestas:

Resumen    Pregunta    Individual

#### Edad

383 respuestas [Copiar](#)

Edad	Respuestas	Porcentaje
18	5	1,3%
19	2	0,5%
20	5	1,3%
21	7	1,8%
22	16	4,2%
23	32	8,4%
24	32	8,4%
25	23	5,7%
26	33	8,6%
27	19	4,9%
28	16	4,2%
29	22	5,7%
30	19	4,7%
31	8	2,1%
32	11	2,9%
33	12	3,1%
34	7	1,8%
35	10	2,6%
36	3	0,8%
37	3	0,8%
38	3	0,8%
39	2	0,5%
40	3	0,8%
41	2	0,5%
42	3	0,8%
43	2	0,5%
44	3	0,8%
45	2	0,5%
46	2	0,5%
47	2	0,5%
48	2	0,5%
49	2	0,5%
50	2	0,5%
51	2	0,5%
52	2	0,5%
53	2	0,5%
54	2	0,5%
55	2	0,5%
56	2	0,5%
57	2	0,5%
58	2	0,5%
59	5	1,3%

#### Sexo

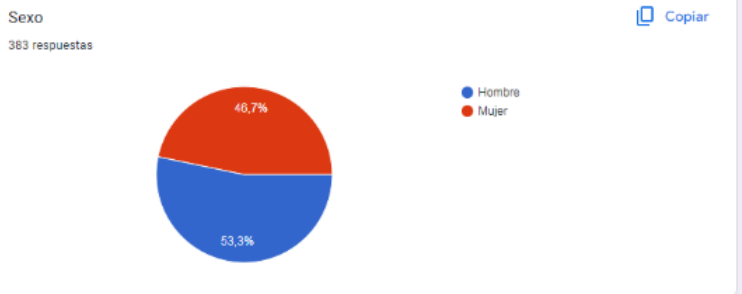
383 respuestas [Copiar](#)

Sexo	Porcentaje
Hombre	53,3%
Mujer	46,7%

Desinformación



Pulsa F11 para salir del modo de pantalla completa



### Desinformación

#### Difusión intencionada



2. La referencia a peligros potenciales vinculado a la denuncia de fraude electoral de Pedro Castillo difundida en las portadas y titulares de los periódicos y revistas, influyó emotivamente la percepción de los electores. **Intención emocional.**

# Desinformación y Manipulación de la opinión pública sobre el supuesto fraude electoral presidencial en Perú 2021

bpalominovcs@ucvvirtual.edu.pe

[Cambiar de cuenta](#)

 Borrador guardado

 No compartido

\* Indica que la pregunta es obligatoria

## Desinformación

El presente cuestionario tiene como finalidad recoger información, para establecer los niveles y percepciones de desinformación. Así mismo, se le pide ser honesto y sincero con sus respuestas. Se le agradece su valiosa colaboración. Considerando que los resultados de este estudio de investigación científica permitirán tomar acciones frente a la desinformación en los medios de comunicación.

### Difusión intencionada

Dimensión 1

1. La información vertida acerca de la denuncia del supuesto fraude electoral en las portadas y titulares de los medios de comunicación impresos afianzó el rechazo o aceptación en la población sobre el triunfo electoral de Pedro Castillo. **Intención emocional.** \*

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

2. La referencia a peligros potenciales vinculado a la denuncia de fraude electoral de Pedro Castillo, difundido en los medios constituyen de trascendencia



## Desinformación y Manipulación de la opinión pública sobre el supuesto fraude electoral presidencial en Perú 2021

bpalominovcs@ucvvirtual.edu.pe [Cambiar de cuenta](#)

No compartido

\* Indica que la pregunta es obligatoria

### Distorsión de los hechos

Dimensión 2

5. Algún dato, noticia o reportaje supuestamente informativo acerca de la denuncia de fraude electoral de Pedro Castillo difundido en los titulares de las portadas y titulares de los periódicos y revistas fueron falsos. **Contenido falso.**

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

6. Algunas fotografías, gráficos, o imágenes acerca de la denuncia de fraude electoral de Pedro Castillo en las portadas y titulares de los periódicos y revistas después de la segunda vuelta, fueron trucadas. **Contenido falso.**

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

## Desinformación y Manipulación de la opinión pública sobre el supuesto fraude electoral presidencial en Perú 2021

bpalominovcs@ucvvirtual.edu.pe

[Cambiar de cuenta](#)

 Borrador guardado

 No compartido

\* Indica que la pregunta es obligatoria

### Mensaje Engañoso

Dimensión 3

11. Algunos titulares, subtítulos, imágenes y/o gráficos en portadas y titulares de los periódicos y revistas acerca de la denuncia de fraude electoral de Pedro Castillo no tenían una clara relación con el contenido de la noticia. **Discrepancia.** \*

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

12. Los titulares, subtítulos, imágenes y/o gráficos sobre la denuncia de fraude electoral de Pedro Castillo que no tenían una clara relación con el contenido de la noticia generó una discrepancia e incertidumbre entre la ciudadanía. **Discrepancia.** \*


- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo

## Desinformación y Manipulación de la opinión pública sobre el supuesto fraude electoral presidencial en Perú 2021

bpalominovcs@ucvvirtual.edu.pe

[Cambiar de cuenta](#)

 Borrador guardado

 No compartido

\* Indica que la pregunta es obligatoria

### Manipulación de la opinión pública

El presente cuestionario tiene como finalidad recoger información, para evaluar la percepción de la manipulación de la opinión pública. Así mismo, se le pide ser honesto y sincero con sus respuestas. Se le agradece su valiosa participación.

### Conocimiento Informado

Dimensión 1

1. Acostumbró a informarse sobre la denuncia del supuesto fraude electoral de <sup>\*</sup> Pedro Castillo por periódicos y revistas antes de comentar sobre ello. **Informarse**

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre


2. Solía buscar fuentes confiables de medios impresos para informarse de la controversia de la denuncia sobre el supuesto fraude electoral de Pedro Castillo. <sup>\*</sup> **Informarse**

- Nunca

## Desinformación y Manipulación de la opinión pública sobre el supuesto fraude electoral presidencial en Perú 2021

bpalominovcs@ucvvirtual.edu.pe

[Cambiar de cuenta](#)

 Borrador guardado

 No compartido

\* Indica que la pregunta es obligatoria

### Expresión oral

Dimensión 2

5. Acostumbró a no expresar su comentario sobre el tema controversial del supuesto fraude electoral de Pedro Castillo vertidos en periódicos y revistas sobre política. **Latente** \*

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

6. Solía evitar compartir información, noticias o imágenes acerca de la controversia política sobre el supuesto fraude electoral de Pedro Castillo difundidas en periódicos y revistas. **Latente** \*

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre



## Desinformación y Manipulación de la opinión pública sobre el supuesto fraude electoral presidencial en Perú 2021

bpalominovcs@ucvvirtual.edu.pe

[Cambiar de cuenta](#)

 Borrador guardado

 No compartido

\* Indica que la pregunta es obligatoria

### Acción participativa

Dimensión 3

9. Acostumbró a crear y difundir opiniones sobre el supuesto fraude electoral de Pedro Castillo que sean de interés para mi entorno social. **Crear** \*

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

10. Solía recolectar y difundir información nueva acerca del supuesto fraude electoral de Pedro Castillo que sean de interés para mi entorno social. **Crear** \*

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre



## Anexo 9: Difusión del formulario

**BARRIO PRIMERO DE MAYO (Lima-cercado)**  
Public group · 1.3 mil members

Joined

Community home  
5 posts

**Victor Blas Palomino**  
May 18 · 🌐

¡Hola a todos! 🗣️ ¿Quieres contribuir a la investigación y tener voz en decisiones importantes? 🌟  
• ¡Entonces esta invitación es para ti! Estamos llevando a cabo una encuesta de investigación y nos encantaría contar con tu participación. Tu opinión es esencial para entender mejor las necesidades de nuestra comunidad (Cercado de Lima) 🙌. Simplemente sigue el enlace siguiente: <https://forms.gle/rWmW5n6nC4687we16> y responde a algunas preguntas rápidas. ¡Tu aporte marcará la diferencia! 🙌🔥 #PedroCastillo #Keiko #Elecciones2021 #FraudeElectoral #KeikoNuncaMas #Fraude #FujimoriNuncaMas #TerrorismoNuncaMas #Congreso #cercadodelima

1

Like Comment Share

Write a public comment...

**About**

- Public  
Anyone can see who's in the group and what they post.
- Visible  
Anyone can find this group.

Learn more

**Recent media**

Four images showing different styles of dresses with white lace-up details on the back.

[https://www.facebook.com/photo/?fbid=6384501031612302&set=gm.2212780968914044&id=varianity=277771662414994&\\_\\_cft\\_\\_\[O\]=AZWCIS3Abek5Kvbo6sQyhs4gWWBPoWc9U3P26W1I19Vy7W20byyJDaYUyVf\\_6Johr6trRYFawfDsQWGFyjhE4IUTpbqLHcPEMMRSjnm8jKP1HEjbxHMZ1hmVs30IGVX6WVhX98tzoA1rCm6ag&\\_\\_tn\\_\\_=EH-R](https://www.facebook.com/photo/?fbid=6384501031612302&set=gm.2212780968914044&id=varianity=277771662414994&__cft__[O]=AZWCIS3Abek5Kvbo6sQyhs4gWWBPoWc9U3P26W1I19Vy7W20byyJDaYUyVf_6Johr6trRYFawfDsQWGFyjhE4IUTpbqLHcPEMMRSjnm8jKP1HEjbxHMZ1hmVs30IGVX6WVhX98tzoA1rCm6ag&__tn__=EH-R)




Facebook search bar and navigation icons at the top.

**Vecinos Urbanización Palomino Lima Cercado**  
Public group · 5.1 mil members

Joined

Community home  
1 video, 4 posts



**Vecinos Urbanización Palomino Lima Cercado** + Invite

Discussion | Featured | Rooms | People | Events | Media | Files


**Victor Blas Palomino**  
May 18 · 🌐

¡Hola a todos! 🗣️ ¿Quieres contribuir a la investigación y tener voz en decisiones importantes? 🌱  
 • ¡Entonces esta invitación es para ti! Estamos llevando a cabo una encuesta de investigación y nos encantaría contar con tu participación. Tu opinión es esencial para entender mejor las necesidades de nuestra comunidad (Cercado de Lima) 🌟 Simplemente sigue el enlace siguiente: <https://forms.gle/rWmW5n6nCd687we16> y responde a algunas preguntas rápidas. ¡Tu aporte marcará la diferencia! 🙌🏻 #PedroCastillo #Keiko #Elecciones2021 #FraudeElectoral #KeikoNuncaMas #Fraude #FujimoriNuncaMas #TerrorismoNuncaMas #Congreso #cercadodelima


**About**

- Public  
Anyone can see who's in the group and what they post.
- Visible  
Anyone can find this group.
- Lima, Peru

Learn more



**Recent media**



https://www.facebook.com/photo/?fbid=6384528101609595&set=gm1743050569444709&id=varity=1209719206111184&\_cft\_\_[0]=AZVx\_KHzr\_d23QwWMS8fcrYg9GrCeQ8-oTMYiFUNRYipeaMxSV8BrPPduNih7HDVNSU1NadlSuassdq8ubY134QJ2JlsEQfOkbd\_LxAZCHWwya5cOKts95TtqDwwfndB2IM\_ybKSVP5mfrs7AEa&\_tn\_=\_EH-R

Facebook search bar and navigation icons.

### Barrios Altos: Emprendedores, Tradición e Historia

Public group · 1.6 mil members


Joined

Community home  
2 posts

Buy and Sell Discussion People Media Events Files

**Victor Blas Palomino** · May 18 ·

¡Hola a todos! 🌟 ¿Quieres contribuir a la investigación y tener voz en decisiones importantes? 🌟  
• ¡Entonces esta invitación es para ti! Estamos llevando a cabo una encuesta de investigación y nos encantaría contar con tu participación. Tu opinión es esencial para entender mejor las necesidades de nuestra comunidad (Cercado de Lima) 🙌. Simplemente sigue el enlace siguiente: <https://forms.gle/rWmWSn6nCde687we16> y responde a algunas preguntas rápidas. ¡Tu aporte marcará la diferencia! 🙌🔥 #PedroCastillo #Keiko #Elecciones2021 #FraudeElectoral #KeikoNuncaMas #Fraude #FujimoriNuncaMas #TerrorismoNuncaMas #Congreso #cercadodelima



**About**


Somos un grupo que estamos orgullosos de vivir o haber vivido en los Barrios Altos, y nuestra finalidad es afianzar los lazos que existe, record... See more

**Public**  
Anyone can see who's in the group and what they post.

**Visible**  
Anyone can find this group.

Learn more

**Recent media**



Facebook interface showing the 'Santa Beatriz Oficial' group page. The page includes a navigation bar, a group header with a banner image, and a post by Victor Blas Palomino. The post text is as follows:

**Victor Blas Palomino**  
May 18 · 🌐

¡Hola a todos! 🗣️ ¿Quieres contribuir a la investigación y tener voz en decisiones importantes? 🌐  
• ¡Entonces esta invitación es para ti! Estamos llevando a cabo una encuesta de investigación y nos encantaría contar con tu participación. Tu opinión es esencial para entender mejor las necesidades de nuestra comunidad (Cercado de Lima) 🙌. Simplemente sigue el enlace siguiente: <https://forms.gle/WmW5n6nCd687we16> y responde a algunas preguntas rápidas. ¡Tu aporte marcará la diferencial! 🙌👉 #PedroCastillo #Keiko #Elecciones2021 #FraudeElectoral #KeikoNuncaMas #Fraude #FujimoriNuncaMás #TerrorismoNuncaMas #Congreso #cercadodelima

The page also features an 'About' section with the following details:

**About**  
compra yventas para vecinos de santa beatriz callao y de Santa para todo peru.  
🌐 **Public**  
Anyone can see who's in the group and what they post.  
👁️ **Visible**  
Anyone can find this group.  
[Learn more](#)

Below the post is a photo of a woman and a man wearing a cowboy hat. To the right, there is a 'Recent media' section showing a document and a menu titled 'Menú del día' with a phone number 991 838 645.