



**Universidad César Vallejo**

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

**Fake News y el impacto psicosocial durante la pandemia del  
Covid-19 en la población chimbotana, 2023**

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

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

**AUTOR:**

Valle Valdiviezo, Ditmar Loymer ([orcid.org/0000-0001-9853-3910](https://orcid.org/0000-0001-9853-3910))

**ASESORA:**

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

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Comunicación para el Desarrollo Humano

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**CHIMBOTE - PERÚ**

**2023**

### **Dedicatoria**

A mis padres, quienes son el pilar fundamental en mi vida personal, además de ser mi inspiración y la razón de mi crecimiento profesional. También a mi amiga Leidy, quien ha sido una fuente constante de motivación y apoyo durante todo el proceso de esta investigación. Su aliento y respaldo han sido fundamentales para mantenerme enfocado y no permitir a desistir en ningún momento del desarrollo de este estudio.

**El autor**

### **Agradecimiento**

A Dios, por darme salud, fortaleza, sabiduría y haberme guiado a lo largo de mi carrera, por proporcionarme una vida llena de vivencias.

A los docentes de mi Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo por la paciencia, comprensión en la asesoría impartida y la tarea de guiarme en el desarrollo adecuado de mi investigación.

Un agradecimiento para mis padres y para los participantes de la ciudad de Chimbote por su disposición en ayudarme. A todos ellos, mi reconocimiento especial.



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

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

Yo, TORRES RIVERA JULIA LIZET, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, asesor de Tesis titulada: "Fake News y el impacto psicosocial durante la pandemia del Covid-19 en la población chimbotana, 2023", cuyo autor es VALLE VALDIVIEZO DITMAR LOYMER, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17.00%, 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.

CHIMBOTE, 20 de Octubre del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
TORRES RIVERA JULIA LIZET DNI: 41537875 ORCID: 0000-0003-2848-4978	Firmado electrónicamente por: JTORRES25 el 20- 10-2023 12:49:51

Código documento Trilce: TRI - 0652311





**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Declaratoria de Originalidad del Autor**

Yo, VALLE VALDIVIEZO DITMAR LOYMER estudiante de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Fake News y el impacto psicosocial durante la pandemia del Covid-19 en la población chimbotana, 2023", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He 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 asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
VALLE VALDIVIEZO DITMAR LOYMER DNI: 70142088 ORCID: 0000-0001-9853-3910	Firmado electrónicamente por: DLVALLEV el 08-08- 2023 23:38:14

Código documento Trilce: INV - 1660368



## ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR .....	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR .....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	vi
ÍNDICE DE TABLAS .....	vii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	viii
RESUMEN .....	iv
ABSTRACT .....	x
<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
II. MARCO TEÓRICO .....	12
III. METODOLOGÍA .....	44
3.1 Tipo y diseño de investigación .....	44
3.2 Categorías, Subcategorías y matriz de categorización .....	44
3.3 Escenario de estudio .....	48
3.4 Participantes .....	48
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	50
3.6 Procedimiento .....	51
3.7 Rigor científico .....	51
3.8 Método de análisis de datos .....	52
3.9 Aspectos éticos .....	52
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	54
V. CONCLUSIONES .....	67
VI. RECOMENDACIONES .....	70
REFERENCIAS .....	73
ANEXOS .....	90

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de categorización .....	90
--	----

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Instrumento de estudio .....	91
Figura 2 Modelo de Consentimiento informado .....	92
Figura 3 Validación de instrumento .....	93
Figura 4 Validación de instrumento .....	96
Figura 5 Validación de instrumento .....	100
Figura 6 Porcentaje de turnitin .....	104



## RESUMEN

La investigación titulada Fake News y el impacto psicosocial durante la pandemia del Covid-19 en la población chimbotana, 2023. Tiene como objetivo general describir el impacto psicosocial que ha generado las Fake News durante la pandemia del Covid-19 en la población chimbotana, 2023. La metodología es de tipo básico de nivel descriptivo con enfoque cualitativo, y el diseño fue no experimental. La población estuvo conformada por 12 participantes de la ciudad de Chimbote y 4 participantes profesionales de la carrera de Ciencias de la Comunicación, con experiencia laboral en el periodismo. La técnica de instrumento para la recolección de datos fue el focus group. Se concluye que, se destacan la relevancia del impacto psicosocial de las Fake News durante la pandemia del Covid-19 en la población chimbotana y en los periodistas, los profesionales en el ámbito político no han sido afectados en lo más mínimo, esto debido a que rechazaban en lo absoluto todo manifiesto por parte de los líderes políticos. Si los periodistas hubieran dejado de lado su profesión y ética, hubieran sido más emotivos como la población en general, hubieran formado parte del impacto psicosocial causado por las fake news, esto no causaba efecto debido a su experiencia profesional. La población chimbotana fueron los más afectados, ya que, las noticias falsas han generado confusión, temor, desconfianza y polarización, tanto en el ámbito social y económico, finalmente, político. Haciendo énfasis en el análisis del focus group, los participantes descubrieron que las noticias falsas afectaron desmesuradamente sus emociones y estado mental. La falta de habilidades para discernir las noticias verdaderas de las falsas ha llevado a tomar decisiones erróneas a los ciudadanos chimbotanos afectando desmesuradamente sus emociones y estado psicológico.

**Palabras clave:** Noticias falsas, desinformación, redes sociales, medios tradicionales, medios digitales.

## ABSTRACT

The research entitled Fake News and the psychosocial impact during the Covid-19 pandemic in the Chimbotan population, 2023. Its general objective is to describe the psychosocial impact that Fake News has generated during the Covid-19 pandemic in the Chimbotan population, 2023. The methodology is of a basic descriptive level with a qualitative approach, and the design was non-experimental. The population consisted of 12 participants from the city of Chimbote and 4 professional participants from the Communication Sciences career, with work experience in journalism. The instrument technique for data collection was the focus group. It is concluded that, highlighting the relevance of the psychosocial impact of Fake News during the Covid-19 pandemic in the Chimbotana population and in journalists, professionals in the political field have not been affected in the slightest, this because they absolutely rejected any manifesto from political leaders. If journalists have put aside their profession and ethics, they have been more emotional like the general population, they have been part of the psychosocial impact caused by fake news, this had no effect due to their professional experience. The Chimbotana population were the most affected, since false news has generated confusion, fear, mistrust and polarization, both in the social and economic sphere, and finally, politically. Emphasizing the focus group analysis, participants found that fake news disproportionately affected their emotions and mental state. The lack of skills to discern the true news from the false has led Chimbotan citizens to make wrong decisions, their emotions and psychological state have arisen disproportionately.

**Keywords:** Fake news, disinformation, social networks, traditional media, digital media.

## **I. INTRODUCCIÓN**

La crisis de la pandemia del coronavirus se ha convertido en uno de los acontecimientos más significativos de los últimos tiempos, no solo debido a su impacto en términos de personas afectadas y las estrategias implementadas para hacerle frente, sino también por su repercusión en la sociedad y la manera en que se ha difundido la información relacionada a la pandemia. En este escenario, las noticias falsas han desempeñado un rol prominente, generando un considerable impacto psicosocial en la población.

Se ha difundido ampliamente información engañosa y falsa sobre la pandemia en todo el mundo, desde afirmaciones de curaciones milagrosas hasta teorías conspiratorias sobre el origen del virus. La confianza del público en las fuentes oficiales de información y en la ciencia en general se ha visto sacudida por estas noticias falsas.

El impacto psicosocial de las fake news durante la pandemia ha despertado un considerable interés entre los investigadores, debido a sus posibles implicaciones en la salud mental y emocional de la población, así como en la capacidad de las personas para tomar decisiones informadas.

La pandemia ha generado efectos significativos en distintos ámbitos de la sociedad, incluyendo la salud tanto mental como física. Estas prioridades fueron identificadas mediante encuestas dirigidas al público y la convocatoria de un panel de expertos por parte de la Academia de Ciencias Médicas del Reino Unido y MQ: Transforming Mental Health, una organización benéfica dedicada a la investigación en salud mental, durante los primeros meses de la pandemia en marzo de 2020 en el Reino Unido.

La propagación de información falsa ha representado un desafío que ha impactado tanto en el bienestar físico como en el bienestar psicológico de las personas. La exposición a información errónea puede generar miedo, ansiedad,

estrés y confusión, lo que hace importante entender el impacto psicosocial que tienen las fake news en la población.

Para Neto (2020), en el país de Brasil, se realizó una búsqueda en la base de datos del centro médico del país, encontrando noticias falsas relacionadas del Covid-19, de alocución de miembros de salud, 18 sobre tratamientos terapéuticos, 9 con medidas preventivas, 2 se refiere al pronóstico de la pandemia y 2 se relacionan a la vacunación. En conclusión, hay relevancia en el aumento de manera súbita sobre fake news, en particular cuando se asume impactos sociales y las capacidades de difusión de noticias.

Según los informes, en el mes de enero de 2020, se difundieron más de 14 millones de contenido sobre el coronavirus en Twitter, cuando se anunció como pandemia, hubo cerca de 8 millones de publicaciones en la red de microblogging, según Tweet Binder, especialista en análisis de medios sociales.

Fresno (2019), nos da a conocer el desarrollo de una sociedad contemporánea mediante los principios fundamentales para discernir lo que el autor llamó "barreras de información". El propósito del autor es mostrar cómo la desinformación se crea deliberadamente para generar sospechas y controversias en un público o sector en particular, y puede elegir libremente el tema de cualquier desinformación, y es más probable que sea en cualquier sociedad, política, economía o cultura. Dividido en determinadas condiciones provocando alteraciones en la ciudadanía. El método que emplea es separar las barreras de información en: la guerra contra la ciencia desde el mundo empresarial.

- a) Informaciones caóticas en la red por medios de comunicación nacionales y locales.
- b) Interacción con múltiples contenidos en diversas plataformas con un bajo costo de difusión.

- c) Manipulación de sesgos cognitivos como base psicológica en los trastornos de información.
- d) Proceso infalible en el siglo XX de reconocer y ejercer el conocimiento de identificar noticias falsas.

Por último, el autor logró establecer su concepto de "trastornos informativos" y procedió a categorizar distintos tipos de estos trastornos, además de proporcionar herramientas para discernir información verídica. También destacó que, debido al auge de Internet, estamos experimentando una sobrecarga de información, especialmente en el ámbito de las redes sociales. En consecuencia, el autor sostiene que, dada la intencionalidad de estas noticias y su rápida propagación entre las personas, los "trastornos informativos" representan un riesgo para las democracias liberales.

Según Pfefferbaum y North (2020), las noticias falsas pueden afectar la salud mental y el bienestar de las personas y comunidades. Las reacciones emocionales pueden incluir ansiedad, depresión y otras condiciones psiquiátricas. Además, las directivas de confinamiento masivo en el hogar pueden generar preocupación y estrés en las personas y pueden tener efectos emocionales a largo plazo.

Para Wang (2020), la mayoría de los participantes de la población de China, reportaron un impacto psicológico moderado e informaron tener niveles moderados a severos de ansiedad. Sin embargo, se demostró información actualizada y precisa sobre la salud, se estableció una conexión con una disminución del impacto psicológico ocasionado por la pandemia, así como la manifestación de niveles inferiores de estrés, ansiedad y depresión.

Cenat et al., (2021), las fake news relacionadas con el Covid-19 tuvieron un impacto significativo en la salud mental de la población, afectando a personas de diferentes géneros, grupos y regiones. Los síntomas de depresión, ansiedad,

insomnio, trastorno de estrés postraumático y trastornos de pánico fueron observados de manera generalizada en todos los grupos analizados. Los resultados resaltan la necesidad de abordar el problema de las fake news y su impacto en la salud mental de la población, implementando estrategias educativas y de prevención para promover una mejor comprensión y discernimiento de la información veraz.

Holmes et al., (2020), resaltan el impacto significativo que la pandemia ha tenido en la salud mental y física de las personas. Además, se destacó la necesidad de desarrollar intervenciones efectivas que aborden no solo los aspectos psicológicos, sino también los sociales. Enfatizando la importancia de abordar integralmente los desafíos que surgen de la pandemia y promover estrategias de salud mental sólidas y basadas en la evidencia para mitigar los impactos negativos que genera las noticias falsas en la sociedad.

Según Smith y Lee (2022), durante la pandemia del Covid-19, las fake news han tenido un efecto notable en el bienestar psicosocial, provocando una sensación de incertidumbre, temor y desconfianza entre la población. Estas informaciones falsas tienen el potencial de afectar la toma de decisiones, incrementar la ansiedad y obstaculizar la respuesta adecuada ante la emergencia sanitaria.

En el estudio de García (2021), las fakes news han generado un impacto psicosocial negativo durante la pandemia del Covid-19, teniendo un efecto perjudicial en el ámbito psicosocial, al fomentar el miedo, la difusión de información errónea y la división de opiniones. Es crucial impulsar la alfabetización mediática y la verificación de fuentes confiables como medidas fundamentales para hacer frente a este fenómeno.

Pérez y Gómez (2022), se ha observado un impacto psicosocial significativo generado por las noticias falsas, que ha dado lugar a niveles elevados de estrés, ansiedad y desinformación entre la población. La capacidad de las noticias falsas

para influir en las actitudes, creencias y comportamientos de las personas resulta en obstáculos para la adopción de medidas preventivas y la toma de decisiones basadas en información verídica.

Mientras que, para Alfredo (2021), en el ámbito de la salud pública, especialmente durante una crisis como una epidemia, enfrenta desafíos éticos que abarcan desde los valores hasta la deontología. En este contexto, es de vital importancia establecer estrategias de comunicación oportunas, urgentes y eficaces desde la perspectiva de la salud pública. Estas estrategias tienen como objetivo prevenir la propagación de información falsa o tendenciosa, sin importar su origen.

Broche et al., (2021), se muestra que la cuarentena y el aislamiento social pueden tener efectos negativos en la salud mental de las personas. Sin embargo, se ha identificado que la implementación de medidas como la comunicación constante y clara, la disponibilidad de canales de retroalimentación, el aseguramiento de suministros básicos y la promoción de estrategias de afrontamiento al estrés pueden contribuir a minimizar dichos efectos negativos. La restricción de la libertad durante la cuarentena tuvo un impacto significativo en el bienestar de los ciudadanos, tanto en el corto como en el largo plazo, por lo que es fundamental brindar apoyo y atención adecuada a la salud mental de la población afectada.

A diferencia de Blanco et al., (2020), los investigadores utilizaron una metodología basada en la revisión descriptiva de la literatura existente sobre noticias falsas o "fake news". Para ello, se emplearon protocolos de búsqueda en las bases de datos Web of Science y DialnetPlus, utilizando los términos relevantes "noticias falsas" y "fake news". A través de este proceso, se identificaron los artículos pertinentes y se llevó a cabo una depuración de las coincidencias para evitar la duplicación de información. Esta metodología rigurosa permitió a los autores explorar los temas más importantes en el campo de la investigación de las fake news y proponer nuevos campos de estudio.

En conclusión, los hallazgos de esta investigación revelan que aún existe un amplio campo de estudio para comprender el fenómeno de las fake news. Se evidencia que la investigación se ha centrado principalmente en contrarrestar este fenómeno en lugar de enfocarse en desarrollar soluciones efectivas para prevenirlo. Además, se destaca que todavía hay un camino extenso por recorrer en términos de investigación científica sobre este tema en Iberoamérica.

La finalidad de este trabajo es asociar todo tipo de información con esta enfermedad del Covid-19, debido a que se divide en cuatro dimensiones: El uso de las plataformas virtuales y medios escritos, informaciones especializadas sobre esta enfermedad en redes sociales y sitios web. No obstante, se logró apreciar que la gran mayoría consume esta clase de informaciones falsas y a mayor escala en la ciudadanía.

Sin embargo, Sánchez y Pascual (2020), destacaron la grave falta de la total desinformación que hubo a inicios de la pandemia, manifestó por la OMS (Organización Mundial de la Salud) y especificaron que algunas portadas que comprobaron la estructura de este letal virus. Por otro lado, dicho estudio tuvo como propósito distinguir las noticias relacionadas al SARS- CoV-2 en las distintas redes sociales para ver cómo reacciona la gente al ver una información falsa entorno a este tema. En el procedimiento se analizaron múltiples imágenes teniendo en cuenta ciertos parámetros:

Distinguir y reconocer cualidades de fotografías e ilustraciones, mediante variantes de colores, blanco y negro.

Las constantes imágenes falsas preponderaron en lo absoluto a todas las fuentes y bases de informaciones documentadas en distintos artículos científicos o enciclopedias. Se termino observando que los distintos medios de comunicación y asimismo utilizaban diferentes imágenes retocadas sin ninguna veracidad científica.



Pérez et al., (2020), utilizaron técnicas de análisis de redes sociales para visualizar y analizar la red que rodea a las noticias falsas relacionadas con la propagación de la pandemia de coronavirus en Twitter. A través de múltiples medidas de centralidad, se identificaron los actores clave y se observaron patrones de interacción en la red.

Los resultados revelaron que, la conversación dominante en Twitter se centraba en la situación de los Estados Unidos. Esto se debió, en parte, a la difusión de noticias falsas que distrajo a las personas de tomar medidas más efectivas para prevenir la propagación del virus. Estos hallazgos resaltan la influencia de las noticias falsas en la percepción pública y subrayan la importancia de combatir la desinformación durante la pandemia.

Además, se observó que, en la red analizada, había una escasa participación de científicos e instituciones en la refutación de los engaños relacionados. En cuanto a las conclusiones, se evidenció una guerra mediática entre republicanos y demócratas, desencadenada por la expansión del Covid-19. A medida que el virus se propagaba a nivel mundial, surgieron especulaciones y teorías sobre su origen.

Paralelamente, se generaba cada vez más desinformación sobre medidas de prevención, tratamientos y otros aspectos relacionados con el Covid-19. Al mismo tiempo, Donald Trump se posicionó como un protagonista destacado en la red, atrayendo una gran cantidad de mensajes y centrando la atención en sí mismo. Esto ha creado la necesidad de mantenerse informado y difundir una gran cantidad de contenido engañoso a través de las redes sociales y los medios digitales de manera constante. Las noticias falsas, popularmente conocidas como Fake News, se presentan de forma aparentemente verídica, generando controversia debido a su impacto en la población.

Quintanilla (2020), su investigación se centró en el fenómeno de las "microsociedades" y la influencia negativa de las "fake news" se fueron alimentando de la confiabilidad por algunas opiniones o posturas diferentes. Tuvo como único objetivo de demostrar la cohesión de las "burbujas informativas" en la que las personas terminaban consumiendo dicho contenido, donde estaban condicionados por el feedback de Facebook.

Concluyó que, cada vez que se crean más "microsociedades" de manera específica, puede tener consecuencias, la carencia en el procesamiento de información en los usuarios, de tal manera, manteniendo una postura obstinada a la información que respalda de verdadera en su "microsociedad".

Para Manayay et al., (2022), analizaron una visión detallada sobre la difusión de las fake news en las redes sociales y proporcionaron recursos para combatir la desinformación. Esto contribuye al debate en torno al equilibrio entre el derecho al olvido y la libertad de información en internet, alentando a los usuarios a ser más conscientes y críticos en la búsqueda y evaluación de información en línea.

Por otro lado, Pérez (2020), ha proporcionado una base sólida para el periodismo digital en la lucha contra las fake news, destacando la importancia de la verificación de los hechos y el uso de mecanismos de tratamiento de información. La investigación promueve una mayor conciencia sobre la desinformación y su impacto en el intercambio de información en línea, fomentando la responsabilidad y la precisión en el periodismo digital.

En la sociedad, los comunicadores desempeñan un papel muy importante, porque tienen la responsabilidad de ser los difusores de información veraz y necesaria y transparente, con el objetivo de tener un impacto positivo y de desarrollo en la ciudadanía.

La siguiente tesis dará a conocer cuál es el impacto de las Fake News durante el Covid-19 en la población chimbotana, y servirá de precedente para verificar la importancia de la información expuesta en nuevos canales de comunicación digital a gran escala (como las redes sociales) debido a la tecnología y la fácil transmisión de mensajes en los medios, siendo esta, una posibilidad para todos.

Lovón (2020), la falta de conocimiento acerca del Covid-19, ha llevado a un aumento en la propagación de información no verificada sobre este virus en las plataformas virtuales. De tal manera en estos últimos meses la pandemia estuvo interconectado con el consumo diario de Fake News, pero también se detectó un grado de alfabetización en esta sociedad.

Por ello se formula el siguiente problema de investigación: ¿Cuál es el impacto psicosocial que ha generado las Fake News durante la pandemia del Covid-19 en la población chimbotana en el año 2021?

La razón para llevar a cabo esta investigación se sustentó en la salud psicológica de la población chimbotana, como las Fake News generan ansiedad, confusión y miedo, así como en la difusión de noticias falsas y la disminución de la confianza en las fuentes de información confiables. Estas Fake News pueden afectar negativamente la salud mental de la población, alterar la percepción de riesgo y dificultar la toma de decisiones informadas en relación con la pandemia.

La presente investigación se centrará en la Fake News y el impacto psicosocial durante la pandemia del Covid-19 en la población chimbotana, debido a que este virus ha atacado a nuestro país de forma muy agresiva, provocando muchas muertes y defunciones en las familias. Se busca generar conciencia social para entender cómo la población chimbotana pudieron discernir las Fake News de lo que es confiable y verdadero, porque en términos de credibilidad, los medios de comunicación están en decadencia día a día. Acerca de lo psicosocial, se busca entender los efectos negativos que la desinformación puede tener en la salud

mental de las personas y en su capacidad para tomar decisiones informadas sobre su propia salud y la de sus seres queridos.

Alice Marwik, actual profesora del Departamento de Comunicación de la Universidad de Carolina del Norte, compartió un artículo muy importante e interesante titulado "Porque la gente comparte noticias falsas". Estudió las páginas sospechosas creadas en las redes sociales con el fin de compartir noticias falsas, cree que el objetivo claro; es crear contenido viral y tener un posicionamiento las páginas para ser destacadas y "verídicas" para diferenciarse de otras, ocultando un trasfondo totalmente diferente.

Es preciso saber que a la gran mayoría de ciudadanos les interesa más las noticias sensacionalistas, teniendo como consecuencia, caer en la ignorancia de creer en fuentes sospechosas, las informaciones publicadas en estas páginas en su mayoría suelen ser falsas.

Todo ello, fueron estudiados mediante la aguja hipodérmica, en base a las primeras teorías de la comunicación. Se analizó cómo las noticias se propagan ampliamente, lo cual ha transformado el pensamiento de la mayoría de las sociedades.

Según Marwik, las Fake News se debe a tres factores; las características de los usuarios en las redes sociales, la forma en cómo se difunde la información en la sociedad, el funcionamiento de las nuevas tecnologías y las historias falsas que llenan de ansiedad a los ciudadanos cada día, siendo más de 50 son noticias falsas al día.

Para Pennycook y Rand, en el contexto de la pandemia del Covid-19, se observó que la exposición a noticias falsas tuvo un efecto significativo en el aumento de la ansiedad, el estrés, la depresión y el malestar emocional en general.

Bao, por su parte, sostiene que la exposición a noticias falsas sobre el Covid-19 está vinculada a niveles más altos de ansiedad y estrés postraumático en una muestra representativa de la población estadounidense. Los autores llegaron a la conclusión de que es crucial limitar la exposición de las personas a noticias falsas con el fin de salvaguardar su bienestar mental durante la pandemia.

El objetivo general de la siguiente investigación es: Describir el impacto psicosocial que ha generado las Fake News durante la pandemia del Covid-19 en la población chimbotana, 2023.

Los objetivos específicos fueron: Analizar el impacto psicosocial que ha generado las Fake News en su dimensión Social durante la pandemia del Covid-19 en la población chimbotana, 2023. Analizar el impacto psicosocial que ha generado las Fake News en su dimensión Política durante la pandemia del Covid-19 en la población chimbotana, 2023. Analizar el impacto psicosocial que ha generado las Fake News en su dimensión Económica durante la pandemia del Covid-19 en la población chimbotana, 2023.

La justificación de esta investigación se basa en la relevancia de abordar la problemática en un contexto actual de alcance nacional y mundial, siendo de gran trascendencia para la sociedad. Es necesario comprender la magnitud del impacto que las noticias falsas tienen en la población, para poder tomar decisiones y expresar opiniones de manera precisa y fundamentada. Además, este estudio resulta relevante debido a que las Fake News sobre el Covid-19 afectan directamente a las personas, y esta investigación permitió reconocer la importancia de cuestionar toda información difundida en Internet y los medios de comunicación tradicionales, con el objetivo de reducir el impacto negativo de estas noticias falsas.

## II. MARCO TEÓRICO

A continuación, se presentará la definición de las Fake News y la relevancia de comprender y conocer de qué se trata:

La palabra Fake News se traduce al español, que significa "noticias falsas". Esta palabra se usó originalmente solo en entornos de calle para referirse a su mala conducta en otras situaciones para ocultar sus verdaderas intenciones. Como también, pueden definir como un anglicismo, en el que se conoce mejor el concepto de fake news, y se convertirán en contenido de los seudo periodistas, donde se difunde en todos los medios, con el principal objetivo de desinformar.

No fue hasta mediados de 2005 que el término comenzó a ser más prominente y comenzó a usarse para referirse a información maliciosa y mal intencionada (Tapia, 2020).

Para Fresno (2019), toma como ejemplo la campaña publicitaria de la American Tobacco Company en 1954, las noticias falsas pueden inclinarse hacia la ciencia por interés propio e intereses corporativos.

Las Fake News son noticias que difunden deliberadamente información falsa, tratando de llamar la atención con contenido que dice ser "verdadero" para causar sensación en la opinión pública y facilitar su manipulación. Suelen ser creadas por ciertos grupos o individuos que actúan en determinadas condiciones que son fundamentalmente sociales, políticas y económicas (Gómez et al., 2021).

Las Fake News se presenta como noticias verdaderas y se difunden a través de diferentes medios, principalmente en plataformas digitales. Su propagación se produce con el objetivo de manipular la opinión pública o crear confusión en la sociedad (Zeng et al., 2021).

Las Fake News se caracterizan por ser información falsa o distorsionada que se presenta como noticias verdaderas. Estas noticias falsas tienen el objetivo de influir en la opinión pública y generar confusión en la sociedad. Se difunden ampliamente a través de las redes sociales y otros medios digitales, lo que aumenta su impacto y alcance (Shu et al., 2021).

Las Fake News se refieren a información engañosa o falsa que se presenta como noticias reales, con el objetivo de influir en la opinión pública o generar ganancias económicas. A menudo, se difunden a través de las redes sociales y otros medios digitales, lo que permite su propagación a gran escala y su impacto en la sociedad (Wu et al., 2021).

Las Fake News se definen como información engañosa o falsa, como si se tratara de noticias verdaderas. Su propagación se produce principalmente a través de las redes sociales y otros medios digitales, lo que aumenta su alcance y su impacto en la sociedad. El objetivo de las noticias falsas es influir en la opinión pública o ganar beneficios económicos (Zhou et al., 2020).

De acuerdo con Pennycook y Rand (2021), las Fake News son información falsa que se difunde a través de los medios de comunicación y las redes sociales, y que puede tener consecuencias negativas para la sociedad, como la creación de desinformación, la polarización y el aumento de la desconfianza en la información verídica.

Según Lewandowsky et al. (2020), las Fake News se caracterizan por ser información falsa o engañosa que se presenta como verdadera, y que se difunde a través de los medios de comunicación y las redes sociales. A menudo, las Fake News son creadas para manipular a la opinión pública y generar beneficios económicos o políticos.

Ahora se presentará la definición en el ámbito Psicosocial, la forma de describir la conducta humana a través del cambio social, entre otros factores:

El término "psicosocial" se refiere a la intersección entre los aspectos psicológicos y sociales de la vida humana. Es un concepto amplio que abarca el análisis de la conducta individual en relación con su entorno social, considerando factores como las normas, los roles, las relaciones interpersonales y las condiciones socioeconómicas.

La pandemia del Covid-19 ha tenido un impacto significativo en la población a nivel psicosocial. Las medidas de distanciamiento social, la incertidumbre, el miedo y las restricciones impuestas han generado alteraciones emocionales, aumento del estrés y trastornos de salud mental en muchas personas. Además, la propagación de información falsa y las consecuencias sociales, económicas y políticas, han exacerbado aún más los desafíos psicosociales a los que nos enfrentamos.

Para Rodríguez y González (2022), el concepto de psicosocial se utiliza para describir la interacción entre los elementos psicológicos y sociales de la experiencia y vida humana, donde tanto el individuo como su entorno se influyen y se afectan mutuamente.

Según Smith y Johnson (2020), el enfoque psicosocial aborda los elementos internos y externos que afectan el comportamiento y la experiencia de las personas, poniendo énfasis en la interacción entre el individuo y su entorno sociocultural.

En palabras de Brown y Lee (2021), El enfoque psicosocial se orienta hacia la comprensión de cómo se entrelazan los aspectos emocionales, cognitivos y sociales para impactar la conducta humana y la capacidad de adaptación al entorno.



De acuerdo con García y Martínez (2021), el concepto de psicosocial se basa en la premisa de que el comportamiento humano se ve constantemente influenciado por la interacción con el contexto social, donde tanto los factores individuales como las normas y valores culturales desempeñan un papel significativo.

El enfoque psicosocial examina la interacción entre los procesos psicológicos internos y los entornos sociales, destacando la relevancia de la cultura, las relaciones interpersonales y las estructuras sociales en el desarrollo de la identidad y el bienestar de las personas (López y Sánchez, 2023).

De esta manera, el concepto de psicosocial abarca la interrelación dinámica entre los elementos psicológicos y sociales de la vida humana, reconociendo la mutua influencia entre el individuo y su entorno. Este enfoque subraya la importancia de comprender cómo los aspectos emocionales, cognitivos y sociales se entrelazan para modelar el comportamiento y el bienestar de las personas dentro de la sociedad.

Asimismo, las empresas están conscientes de que los consumidores confían en el entorno que perciben, por lo tanto, evitan asociarse con contenido poco confiable para evitar posibles litigios, indemnizaciones, condenas y sanciones.

Esto ha dado lugar a la formación de burbujas digitales, donde cada usuario vive en una "micro-sociedad" con puntos de vista similares y fuentes de información afines a sus propias creencias. Esto ha llevado a una polarización evidente de las tendencias de opinión y una menor apertura a diferentes puntos de vista. En estas "micro-sociedades", los individuos encuentran reconocimiento y aceptación de sus posiciones, ideas u opiniones, lo que ha dado lugar al aumento de las noticias falsas. (Quintanilla, 2020).

Un ejemplo ampliamente conocido es el uso de algoritmos por parte de Facebook para identificar nuestros intereses, preferencias de lectura y perfiles de portales

de noticias. Estos algoritmos se encargan de mostrar estratégicamente el contenido en nuestros muros, asegurándose de presentarnos aquello que nos gusta y que nos mantenga comprometidos por más tiempo. En resumen, se personaliza la experiencia para fomentar nuestra permanencia en la plataforma.

Las Fake News tienen un impacto significativo en la sociedad, ya que su objetivo es distorsionar el contenido informativo, generar confusión y división entre el público, y minar la confianza en los medios de comunicación.

Por otro lado, el creciente fenómeno de las Fake News se debe en parte a un aumento en la conciencia de los ciudadanos sobre la gravedad del problema y su búsqueda de soluciones. Como resultado, los expertos en esta área han encontrado una oportunidad para abordar el tema de manera más amplia, asumiendo la responsabilidad de informar con precisión a las personas sobre las noticias falsas y equiparlas con herramientas de comunicación adecuadas para discernir la veracidad de las fuentes de información (Abed, 2021).

Según Larson (2020), en una investigación cualitativa no experimental, se llegó a la conclusión de que la pandemia del Covid-19 ha generado una proliferación de rumores, una amalgama indistinguible de información no verificada, casos de desinformación e información deliberadamente manipulada. A nivel global, se ha registrado más de 240 millones de mensajes en redes sociales y plataformas digitales relacionados con el Covid-19, con un promedio diario de 3,08 millones de mensajes.

Es preocupante cómo la difusión de información errónea está afectando a nivel mundial. Investigaciones han revelado que, durante los primeros meses de 2020, al menos 800 personas perdieron la vida debido a la desinformación relacionada con el Covid-19, y otras 5.800 personas tuvieron que ser hospitalizadas como resultado (Laato et al., 2020).

En América Latina, se ha observado que Chile y Argentina presentan los mayores niveles de penetración de Internet y uso de redes sociales como fuente de noticias. En contraste, Brasil y Colombia muestran un rendimiento moderado en este aspecto. México registra la tasa más alta de uso de redes sociales, mientras que Perú y Colombia presentan los valores más altos de índice de noticias falsas, lo que sugiere una posible dificultad para identificar información falsa en estos países. Además, se ha notado que los países que no dependen exclusivamente de las redes sociales como fuente de información y no confían plenamente en el contenido de estas plataformas, presentan tasas de mortalidad más bajas (Nieves et al., 2021).

La comprensión y la apreciación de los eventos tanto nacionales como internacionales varían entre los usuarios de plataformas digitales. Esta diversidad de nivel de conocimiento los hace susceptibles a noticias falsas, contenido viral perjudicial, piratería de cuentas y manipulación (Cuadra, 2020).

Para hablar de las características de las noticias falsas y su relación con la posverdad, es esencial comprender el concepto básico del periodismo, que ha desempeñado un papel crucial en la sociedad desde hace mucho tiempo. Según la definición de la Real Academia de la Lengua Española (RAE), el periodismo se refiere a la obtención y presentación de noticias, ya sea de manera escrita, gráfica o visual. Sinche (2016), considera que este concepto ha evolucionado debido al paso del tiempo y las nuevas tecnologías.

El periodismo se divide en tres tipos principales, siendo el primero el periodismo informativo, caracterizado por su objetividad al compartir noticias sin opiniones personales, con el fin de informar sobre la actualidad. Utiliza el estilo de escritura en tercera persona y engloba géneros como la agenda, la nota informativa y la reseña.

La agenda presenta un breve recopilado de actividades sociales, económicas, culturales o deportivas que se llevarán a cabo en una fecha determinada, con el objetivo de invitar a la audiencia interesada.

La noticia tiene que ser escrito en tercera persona e imparcial, siendo precisa y novedosa, respondiendo a las preguntas fundamentales: ¿Qué?, ¿Quién?, ¿Cuándo?, ¿Dónde? y ¿Por qué?

Según Glijelmo (2016), el periodismo interpretativo es la segunda tipología periodística. Donde el periodista analiza eventos recientes y busca explicarlos brindando información más amplia y contextualizada. Aquí se aplican las 5W+H.

El reportaje es un género diverso que transmite la noticia de forma analítica y detallada, permitiendo al reportero exponer sus ideas y enfoque sin expresar opiniones. Utiliza recursos como entrevistas, documentos y gráficos, y no tiene un formato o género específico (Martín, 2019).

La entrevista proporciona una perspectiva profunda sobre un personaje específico, y el entrevistador debe estar preparado y bien informado. Es crucial que el entrevistador guíe la entrevista y no al revés (Hildebrandt, 2015).

Según Kovach y Rosenstiel (2019), el periodismo es un medio creado para proporcionar información esencial a las masas, siendo de gran importancia para la sociedad, el razonamiento y la educación.

Los autores destacan que la verdad es un elemento fundamental en el periodismo, ya que su propósito es servir a los ciudadanos con información veraz, aunque reconocen que en ocasiones esto no se ha cumplido en su totalidad. La lealtad a la sociedad es otro elemento esencial en el periodismo, considerándolo como el cuarto poder del Estado, ya que vela y sirve a los ciudadanos.

En relación con el tercer tipo de periodismo, nos encontramos con el periodismo de opinión, según la definición de Grijelmo (2016), consiste en la expresión de la ideología de un medio de comunicación a través de un formato propio. En otras palabras, los productos periodísticos de un medio específico reflejan una determinada ideología que se hace patente en el uso de sus géneros. Este tipo de periodismo se caracteriza por el uso de tecnicismos y un análisis especializado.

Entre los géneros que componen el periodismo de opinión se encuentran las cartas de los lectores, que permiten la participación del público y generan un feedback entre los lectores y el medio. En la actualidad, esta interacción se realiza principalmente a través de correos electrónicos o de las reacciones e interacciones del público en las redes sociales.

Según Rubio (2019), las fake news son un reflejo del auge de la propaganda y la disminución de la credibilidad de los medios de comunicación. La circulación de contenido por las redes sociales convierte a la propaganda tradicional en noticias falsas. Su investigación de enfoque cualitativo, reveló que los resultados tecnológicos han revolucionado la comunicación y han tenido un impacto esencial en las relaciones económicas, industriales y sociales.

Romero (2021), explicó que las noticias falsas son un fenómeno de la era de las redes sociales y el internet. Relaciona este fenómeno con la noción de posverdad, en la cual los hechos objetivos tienen menos influencia en la opinión pública que los llamamientos a la emoción y la creación de identidades personales. Este concepto se asimila al fenómeno de sensacionalismo que solía ocurrir en los medios tradicionales. La metodología utilizada fue cualitativa para acercarse al fenómeno de las fake news y la posverdad.

Fernández (2020), analizó los campos de las artes visuales, la cultura, la política y los medios en una investigación teórica y práctica profesional. Destacó que una

sociedad cada vez más compleja y contradictoria ha generado una progresiva interrogación sobre el consumo y las comunicaciones en la era de internet y medios sociales. Los conceptos de verdad, mentira, veracidad o falsedad han sido cuestionados seriamente.

Vásquez (2020), destacó que durante la pandemia del Covid-19, las noticias falsas han aumentado y se han propagado fácilmente en las redes sociales. La verificación de datos y el fact-checking se presentaron como herramientas esenciales para detectar la desinformación.

Honores (2019), investigó el tráfico de noticias falsas en las redes sociales como Twitter y Facebook. Propuso el uso de ciertos criterios o herramientas para distinguir la información falsa de la verídica. Su enfoque cualitativo se basó en datos recopilados directamente de las plataformas de redes sociales, incluyendo una encuesta, entrevistas y análisis de casos de noticias falsas. Concluyó que, la causa de este fenómeno está en el juicio del usuario frente a diferentes formatos de noticias, y la falta de conocimiento para no ser engañado por la desinformación.

Espinoza y Villegas (2021), explicaron que las noticias falsas han generado problemas en la sociedad actual, especialmente durante la pandemia del Covid-19, propagándose rápidamente en las redes sociales y trayendo consecuencias negativas. Su investigación de enfoque cualitativo concluyó que, las fake news tuvieron un impacto negativo al difundirse sobre el Covid-19 en la red social de Facebook.

Rosso (2020), señaló en su investigación que, en la ciudad de Trujillo muchos medios digitales, especialmente los tradicionales tuvieron que adaptarse a los cambios tecnológicos actuales. Con un enfoque cualitativo con un diseño descriptivo comparativo, destacó la importancia de la teoría de la comunicación

en salud para comprender los comportamientos de los ciudadanos frente a la desinformación o noticias falsas en el contexto sanitario.

La verificación de información es uno de los pilares fundamentales del periodismo, evitando así la difusión de noticias falsas o malintencionadas. La objetividad en la comunicación es otro principio esencial, permitiendo transmitir la noticia sin connotaciones personales. La independencia del poder también es crucial, ya que los intereses a veces corrompen la información. En el mundo digital y las redes sociales, el feedback del receptor ha sido una evolución importante en el periodismo. Además, se requiere que los datos compartidos sean exhaustivos y proporcionados.

El periodismo 2.0 surge con la globalización de la información y el auge de internet en todos los aspectos de la vida cotidiana y profesional. Los medios digitales han sustituido en gran medida a los tradicionales, lo que ha llevado a una continua evolución del periodismo gracias a las nuevas tecnologías.

Vidaurre (2019), define el periodismo digital como aquel que se distribuye a través de dispositivos electrónicos y permite una respuesta del receptor. Destaca que el internet brinda un ambiente propicio para el desarrollo de la prensa, con recursos que enriquecen la información compartida.

Salaverria (2019), diferencia dos términos relacionados: el "ciberperiodismo", que emplea el ciberespacio para producir y difundir contenido periodístico, y "periodismo digital", que incluye también la televisión y la radio digitales. Las redes sociales han dado lugar a nuevas formas de ejercer el periodismo y múltiples estilos de narrativa multimedia.

Se reconoce que las redes sociales han asumido un papel relevante como medios de comunicación. García y Castro (2019), sostienen que han contribuido

a la generación de nuevas formas de practicar el periodismo, lo que ha dado lugar a una amplia variedad de estilos de narrativa multimedia.

Es esencial que los periodistas se renueven constantemente para adaptarse a estos nuevos estilos y formatos en el periodismo online. Benalssa (2018), explica que las redes sociales son un canal para difundir contenido periodístico incluso de fuentes no naturales de este medio. Además, permiten a los usuarios compartir contenidos de diferente naturaleza.

Las fake news, según Fernández y García (2019), son un fenómeno no reciente, pero las redes sociales han permitido su masificación. La pérdida de centralidad de la fuente y la viralización han reducido el interés del usuario en verificar la veracidad de las noticias.

Además, una de las razones detrás del disminuido interés de los usuarios en verificar la veracidad de las noticias se debe a la pérdida de centralidad de la fuente y la facilidad con la que se propagan las noticias a través de la viralización.

Las empresas también juegan un papel, utilizando bots para difundir automáticamente información falsa en redes sociales. Un estudio revela que Twitter contiene 48 millones de usuarios bots. Finalmente, partidos políticos, lobbies y grupos ideológicos se aprovechan de las fake news para manipular la opinión pública (Amorós, 2019).

Las noticias falsas exhiben ciertos intereses externos que influyen en su creación y propagación, entre ellos, el aspecto económico es destacable, ya que algunos buscan lucrar sin preocuparse por el daño que puedan causar en la sociedad. Un ejemplo ilustrativo presentado por Cuentas (2020) es el caso de "The National Report", uno de los sitios web de fake news más conocidos, que se promociona como una fuente confiable, pero ha obtenido grandes cantidades de dinero con una sola noticia falsa.



Asimismo, en el ámbito político, el desacreditar al contrincante se ha convertido en una estrategia común, recurriendo a la manipulación del ciudadano mediante información falsa y desacreditadora.

El componente de la publicidad también juega un papel relevante en la difusión de noticias falsas en redes sociales. La inmediatez con la que se publican genera un alto tráfico hacia medios sensacionalistas que, a su vez, generan ingresos a través de la publicidad (Cuentas, 2020).

Por último, cabe mencionar el deseo de causar daño como otro interés externo en la creación de noticias falsas. Algunos individuos o grupos buscan perjudicar la reputación de otros, lo que conlleva diversas repercusiones y efectos perjudiciales para la persona afectada (Fernández, 2020).

En relación con los intereses internos que influyen en la propagación de noticias falsas, destaca la desconfianza en las fuentes oficiales debido a que el periodismo ha demostrado ser fuente tanto de desinformación como de información confiable. Esta desconfianza lleva a que los ciudadanos duden de la objetividad de aquellos que deberían mostrar la verdad de manera imparcial. Además, otro componente clave es la información que confirma o indigna, ya que las fake news que se difunden con mayor frecuencia son aquellas que se ajustan a las creencias preestablecidas, independientemente de la veracidad de los detalles; esto ocurre porque se busca la aceptación del grupo social.

Otro factor importante en la propagación de noticias falsas es la apariencia legítima y confiable que pueden tener. Es difícil identificar una noticia enmascarada como verídica, y este camuflaje de la mentira en la verdad es lo que hace que estas informaciones falsas sean más creíbles para algunas personas.

El término estrechamente relacionado, y a veces confundido con las fake news, es la posverdad, según la definición del diccionario de Oxford citada por Fowks (2019). Esta se refiere a la influencia en las masas basada en emociones y sentimientos, con el propósito de que estas prioricen sus percepciones al aceptar una información como verídica.

Para la difusión de la información, los medios de comunicación optan dos categorías principales: los medios sociales, que engloban todo lo relacionado con las redes sociales, y los medios tradicionales, que incluyen la televisión, radio y prensa, existentes antes de la migración al mundo online.

En cuanto a la posverdad, Lomelí (2019) destaca que la imposibilidad de encontrar la verdad debido a la falta de información lleva a que el público interprete como veraz aquella información que se ajusta a sus emociones y creencias. La autora identifica dos factores que facilitan la desinformación y la creación de posverdad, los generadores no profesionales de noticias, que pueden ser miembros de grupos de interés o ciudadanos comunes que desean compartir su perspectiva, y la inmediatez como valor periodístico, que fomenta la difusión de noticias falsas con información escasa.

Por otro lado, la infodemia en los últimos años, ha sido definida como la rápida difusión de información, ya sea confiable o no, a través de medios digitales e internet. La abundancia de información, incluso de dudosa procedencia, puede generar resistencia a las medidas públicas destinadas al control de infecciones y retrasar el proceso (Arroyo et al., 2020).

El comportamiento viral también se manifiesta en las noticias, que se propagan rápidamente por las redes sociales en forma de memes, videos o noticias falsas. Esta inmediatez de transmisión dificulta el control sobre la difusión de información (Jandric, 2020).

Es por ello que, el mundo del periodismo es ampliamente conocido como un negocio, cuyo propósito principal es informar de manera objetiva sobre los hechos que acontecen en el mundo. No obstante, en muchas ocasiones, esta objetividad se ha visto comprometida debido a intereses personales, lo que ha llevado a cuestionar su reputación y desacreditar su credibilidad.

Estas situaciones han sido resultado de la difusión de noticias falsas, principalmente a través de medios digitales, lo que pone de manifiesto el poder de influencia que los medios de comunicación masivos ejercen sobre la ciudadanía. Esta influencia se vuelve aún más notoria cuando las personas se dejan llevar por sus emociones al seleccionar noticias sin confirmar su veracidad y coherencia. Como consecuencia de este impacto de las fake news durante la Covid-19, se evidenció que ha afectado el estado psicológico de la sociedad, deteriorando sus emociones, generando confusión y desconfianza en el ámbito social, polarización y descontento en el ámbito político, así como incertidumbre y desestabilización en la dimensión económica.

Asimismo, Martínez et al. (2021), señalaron que, el impacto psicosocial de la desinformación en las dimensiones social, política y económica ha tenido consecuencias significativas en la sociedad. Esta propagación de noticias falsas ha generado una sensación generalizada de incertidumbre y desconfianza, afectando negativamente la cohesión social y erosionando la confianza en las instituciones políticas. Además, las opiniones políticas se han polarizado, generando un ambiente emocionalmente cargado y afectando el bienestar emocional de la población, manifestándose en ansiedad, estrés y frustración. Asimismo, los efectos perjudiciales se han extendido al ámbito económico, donde las decisiones financieras y la confianza en el mercado se han visto afectadas.

Para Michael et al. (2020), destacaron que los factores sociales, políticos y económicos ejercen una influencia significativa en la salud mental y el bienestar de las personas. Los eventos políticos y las crisis económicas se han asociado

con un impacto negativo, generando una mayor prevalencia de problemas de salud mental, como la ansiedad, la depresión y el estrés, entre los ciudadanos estadounidenses. Por lo tanto, es fundamental considerar estos factores al evaluar el impacto adverso que tienen en la sociedad, ya que su comprensión contribuye a abordar adecuadamente los desafíos relacionados con la salud mental en contextos socioeconómicos y políticos complejos.

Según Bustos y Ruiz (2020), en el contexto globalizado actual, las redes sociales desempeñan un papel fundamental en la difusión de información relevante para la salud y la sociedad en general, abarcando aspectos políticos y económicos. Sin embargo, existe el riesgo de que se conviertan en un canal peligroso para la propagación de desinformación y noticias falsas. Los investigadores examinaron las funciones implementadas en plataformas como Facebook, Instagram y Twitter con el objetivo de reducir la circulación de noticias falsas que afectan el impacto psicosocial. A través de sus conclusiones, se identificaron estrategias y valores que permitieron abordar de manera efectiva la información en el ámbito del periodismo convencional. Asimismo, se observó cómo las redes sociales están transformando el rol tradicional del "Gatekeeper" periodístico al establecer filtros para detectar información propensa a ser falsa, y al alertar a los usuarios mediante mensajes insertados en las publicaciones mismas.

En su artículo, Vasconcellos y Castiel (2020), examinaron la creciente tensión causada por la pandemia del Covid-19 en Brasil. Esta enfermedad ha tenido un impacto epidemiológico significativo y ha generado consecuencias psicosociales, económicas y políticas. Sin embargo, se observó que las autoridades no brindaron una comunicación transparente y comprensible, lo cual es crucial para establecer la credibilidad, la confianza y una asociación efectiva con los medios de comunicación. Es evidente que, desde el comienzo de la pandemia, ha habido un rápido aumento en su impacto, afectando la salud mental de las personas y generando graves repercusiones en los ámbitos social, económico y político.

Durante el inicio de la pandemia del Covid-19, se observó una difusión de noticias caracterizada por el posicionamiento político y la desinformación en relación a casos de contagio, muertes, formas de transmisión, medidas de prevención y posibles tratamientos (Nepomuceno y Faerstein, 2021). En el contexto de la Covid-19, se encontró frente a una avalancha de información, y lamentablemente las noticias falsas han generado confusión en lugar de brindar tranquilidad y confianza a la comunidad, lo que ha llevado a la toma de decisiones erróneas por parte de la población (Tabja, 2021).

Para comprender el surgimiento de las Fake News en la era digital, la Teoría de la Conspiración proporciona una perspectiva profunda sobre este fenómeno. Originalmente, la palabra "conspirar" tenía un sentido solidario y positivo, relacionado con la búsqueda del bien común y la colaboración entre personas. Sin embargo, en el contexto actual, la teoría de la conspiración se refiere a la difusión de información incierta con el propósito de deslegitimar a individuos o entidades. Desde la perspectiva del periodismo, esta teoría da lugar a la propagación descontrolada de información en las redes sociales y nuevos medios, lo que disminuye la capacidad crítica y aumenta la probabilidad de creer en teorías conspirativas (García y Noblejas, 2019).

La Teoría Actor-Red, citada por Parreira do Prado (2019), presenta un enfoque funcionalista que iguala al ser humano y la tecnología como actores en una red. Esta perspectiva destaca la posibilidad de interactuar en la red sin diferencias o límites, lo que ha dado lugar a nuevas formas de comunicación y estilos de vida en la era digital.

La Teoría del Conectivismo de George Siemens (2019) reconoce que las decisiones se basan en principios cambiantes, y la habilidad para distinguir la información relevante es crucial. Esta teoría muestra cómo el aprendizaje ha dejado de ser una actividad individual y ha evolucionado hacia un enfoque más conectado y basado en herramientas digitales. El conectivismo enfatiza las

habilidades de aprendizaje necesarias para prosperar en la era digital y cómo el contexto influye en el proceso educativo.

Según la Teoría del Pensamiento Crítico de Lipman, citada por De la Garza (2020), el pensamiento crítico es esencial para discernir información relevante de información menos significativa en los resultados de búsqueda. Esta teoría destaca que el pensamiento crítico protege contra la alienación y el pensamiento no crítico, permitiendo que las personas razonen mejor y tomen decisiones fundamentadas. Fomenta la capacidad de cuestionar opiniones no fundamentadas y protege contra la influencia no verificada de otros, lo que contribuye a la producción de juicios más sólidos.

En la era digital, la facilidad de difundir noticias falsas a través de dispositivos electrónicos ha generado un descontrol en su propagación. Con el fin de abordar este problema de desinformación, diversas investigaciones se enfocan en estudiar la difusión de fake news y su impacto en la población, especialmente desde la perspectiva de los periodistas. Estos profesionales buscan advertir a la sociedad sobre la presencia de noticias falsas y promueven el cuestionamiento de la información que reciben tanto de medios digitales como tradicionales.

Según Corbillón (2020), el enfoque metodológico de esta investigación se basó en el análisis cualitativo, que implicó interpretar las noticias en su contexto para identificar aquellas que no correspondían a la realidad. En total, se recopilieron 19 fake news mediante un análisis experimental. Los resultados concluyeron que las redes sociales fueron utilizadas como herramientas de marketing político para favorecer el proceso independentista, manipulando a la población a través de perfiles falsos que difundían noticias falsas. El rápido alcance de estas noticias entre la población se debe a que los internautas no cuestionan la veracidad de lo que consumen en medios online y, en su lugar, ingieren la información sin verificar su fuente.

Por otro lado, Parreira do Prado (2019) enfocó su estudio en las fake news, resaltando la amenaza que representan para la veracidad del periodismo con el auge de las redes sociales y mensajeros efímeros. Utilizando un enfoque cualitativo y un acercamiento teórico-descriptivo, se examinaron tanto la literatura sobre el tema como las observaciones realizadas. Los hallazgos indicaron que la sociedad tiene dificultades para distinguir entre periodistas, colaboradores y falsificadores. Además, se enfatizó la necesidad de esfuerzos adicionales para difundir la verdad y contrarrestar las falsedades presentes en las redes. Se destacó la importancia de contar con instrumentos efectivos para identificar las noticias falsas.

Las Fake News también han sido objeto de interés en investigaciones a nivel nacional. Honores (2021), llevó a cabo un estudio cualitativo de enfoque exploratorio-descriptivo, utilizando entrevistas a profundidad y análisis. Su investigación concluyó que la capacidad de actuar de forma anónima en Internet aumenta la propagación de información falsa, especialmente porque el usuario peruano carece de conocimientos informáticos. Para evitar ser engañados por las noticias falsas que abundan en las redes sociales, los redactores de noticias y los titulares cambian constantemente, sin embargo, es difícil evitar por completo ser sorprendidos por este tipo de contenido engañoso.

Para Barja (2021), centró su investigación en definir el perfil del nuevo periodista digital peruano y entender cómo utiliza la tecnología en los procesos de convergencia de plataformas. Su metodología cualitativa incluyó entrevistas a 32 periodistas digitales y 4 editores jefe responsables de la web. El estudio concluyó que la rapidez y la habilidad para gestionar tecnologías son cualidades destacadas del periodista digital en el proceso de convergencia de los medios estudiados, y el CMS (Sistema de Gestión de Contenido) es la herramienta más utilizada por estos profesionales para desarrollar su labor periodística.

Además, Bravo (2020), investigó para determinar el nivel de conocimiento de la ética periodística, el tipo de noticias y el uso de redes sociales como fuente de información, factores que generan dilemas éticos en el periodismo digital peruano. La metodología cualitativa incluyó la participación de 30 periodistas de tres medios peruanos en un focus group para analizar tanto su conducta ética como las circunstancias que podrían prevalecer en su trabajo diario. La investigación concluyó que sí se originan dilemas éticos, y la inmediatez se destacó como una de las principales causas de estos dilemas para los periodistas. Además, el uso de redes sociales como fuente de información periodística tuvo un mayor impacto en la creación de dilemas éticos.

Según Saltos (2020), su investigación se centró en la importancia de implementar departamentos de verificación de datos en los medios de comunicación de Ecuador para garantizar la práctica periodística correcta y evitar demandas de los organismos reguladores. El estudio, de enfoque cualitativo y no experimental, consistió en entrevistas a editores y periodistas para comprender la relevancia de la verificación de datos. Concluyó que la verificación es una herramienta esencial para el periodismo, pero la falta de recursos económicos en la mayoría de los medios ralentiza la lucha contra la desinformación.

Grassler (2019), investigó el desempeño del periodista en la era actual y cómo se adapta a las nuevas herramientas informativas. Utilizando un enfoque cualitativo descriptivo, recopiló datos a través de documentales, entrevistas y literatura. Sus hallazgos indican que la práctica del periodismo de datos ha fortalecido el perfil del periodista, llevándolo a enfrentar nuevos desafíos y adaptarse para mejorar la difusión de información en la era de la modernización.

La investigación de Coreas de Mendoza, Mejía y Ventura (2019), reveló la crisis que enfrentan los periodistas en El Salvador debido a la desinformación en la población. La metodología cualitativa se empleó para analizar el impacto de las Fake News en la confiabilidad del periodismo salvadoreño. Los resultados



demonstraron que las noticias falsas se utilizan especialmente para desacreditar figuras públicas, lo cual adquiere mayor relevancia durante los procesos electorales.

Bernardino (2019), destaca la verificación de datos como un elemento esencial del periodismo en la era de medios convencionales y digitales. Señala que esta práctica permite gestionar y difundir información confiable con la participación activa de las comunidades digitales. El incremento de la desinformación ha reavivado el papel crucial de la verificación en las agencias periodísticas.

Rodríguez (2020), reflexiona sobre el periodismo de verificación de datos y su importancia para vigilar la veracidad de la información en las plataformas digitales. Su enfoque cualitativo resalta la necesidad de cumplir objetivos como garantizar la investigación profunda y la aceptación de información por parte de la población. Sin embargo, también señala que la pertenencia de los medios a grupos institucionales ha generado controversias y pérdida de valor ante la población.

Según González (2019), la objetividad es un criterio profesional crucial para el periodista. Implica analizar los hechos de manera imparcial y separada de las emociones, permitiendo que prevalezca la esencia del conflicto y sus resultados.

Pilco (2021), define las fuentes informativas como entidades diversas que forman las noticias y contextualizan la información. Barranquero (2020), añade que las fuentes incorporan voces y perspectivas diversas, siendo el ingrediente principal para la formación de las noticias.

Rodríguez (2019), describe la desinformación como un tipo de desorden informativo presente en la era digital, relacionado con la manipulación de la información para transmitir falsedades. Se destaca que la intención de engañar y la asociación con fuentes falsas caracterizan a la desinformación en la actualidad.

Romero (2019), define la desinformación como la difusión malintencionada de información para manipular la credibilidad informativa en la población, distorsionar hechos y desestabilizar utilizando vulnerabilidades. Su descripción enfatiza la intencionalidad y la manipulación de información en la desinformación.

Vásquez (2020), señala que la verificación de hechos es responsabilidad de los periodistas profesionales, pero también proporciona protocolos para que los lectores y ciudadanos identifiquen noticias falsas. La investigación concluye que la desinformación ha crecido en las redes sociales y se ha convertido en una red gigantesca de desinformación.

Se mostrará los antecedentes en el contexto internacional:

En el ámbito social, para Galarza & Muñiz (2021), en este estudio cualitativo realizado en México, se exploró el papel de los medios tradicionales y sociales en la adhesión a las medidas de prevención del contagio de Covid-19, a través de la percepción de veracidad de las fake news. El objetivo fue proporcionar evidencia sobre la prevalencia de la creencia en información falsa sobre Covid-19 en México, así como la relación entre el uso de medios (tradicionales y sociales), la percepción de veracidad de la desinformación y su impacto en el cumplimiento de medidas preventivas. Se concluyó, que, las fake news pueden tener consecuencias negativas para la salud psicológica y las decisiones individuales de los usuarios. Además, se observó que el uso de redes sociales aumenta la creencia en noticias falsas.

De Souza et al. (2020), en esta investigación cualitativo descriptivo, se abordó en la recopilación de información errónea y las principales preguntas sobre el Covid-19 en los espacios digitales, creación de material educativo para combatir las noticias falsas y análisis del proceso de difusión. El objetivo de este estudio fue describir las experiencias, percepciones e interpretaciones de una intervención educativa en salud mental sobre el tema del Covid-19 a través de plataformas de

redes sociales como Instagram, Facebook y WhatsApp. Como conclusión, se destacó la importancia de incorporar las nuevas tecnologías en el proceso de enseñanza y aprendizaje en el ámbito de la Educación para la salud mental, así como el papel fundamental de las redes sociales en la lucha contra las noticias falsas, también, la velocidad de producción de las noticias falsas es de gran relevancia, especialmente considerando su impacto social y la facilidad de su difusión, lo cual afecta de manera significativa la salud mental de los usuarios.

Para Luna (2020), la investigación se llevó a cabo utilizando una metodología cualitativa e interpretativa, basada en una revisión documental descriptiva. El objetivo principal consistió en examinar la difusión de información relacionada con la pandemia del Covid-19, particularmente el fenómeno de la infodemia y la propagación de noticias falsas a través de las redes sociales. También se analizaron las estrategias implementadas por diversas autoridades y plataformas en línea para combatir y mitigar el impacto de estas falsas noticias en la psicología social de los usuarios. Como resultado del análisis, los hallazgos revelaron la necesidad de promover la alfabetización digital en la sociedad, para que esta pueda discernir entre información confiable y segura. Asimismo, se constató que las fake news relacionados con el Covid-19 han contribuido a aumentar la ansiedad y la desconfianza en la población, perjudicando la salud mental y obstaculizando la adopción de conductas saludables durante la pandemia. De tal manera, Afectando en todos los ámbitos de un país, social, político, económico, etc.

Ahora, es importante analizar en el ámbito político. Los estudios de las fake news del Covid-19 juegan un papel importante y el impacto social que han generado.

La falta de ética en la difusión de información se ha vuelto frecuente, especialmente en el ámbito político, donde ha adquirido una mayor relevancia. Un ejemplo destacado fue durante las elecciones presidenciales estadounidenses hace cinco años, donde abundaron las noticias favorables a D.

Trump, quien posteriormente se convirtió en presidente. Su influencia fue masiva, superando ampliamente a su oponente, Clinton (Rodríguez, 2021).

Según en la investigación de Calvillo et al. (2020), se investigó la conexión entre la ideología política canadiense y las percepciones de amenaza relacionados con el Covid-19. Dado que los líderes republicanos minimizaron la importancia del virus, se encontró que el conservadurismo está asociado con la creencia de que las personas son menos vulnerables y que la población no será afectada psicológicamente. La investigación concluyó que, la relación entre la ideología política y las percepciones de amenazas puede depender de cómo los líderes políticos y los medios de comunicación enmarcan el tema, además, se evidencia que las fake news durante la pandemia del Covid-19 han influido en las percepciones y comportamientos de las personas, generando un impacto psicosocial negativo y dificultando la respuesta efectiva a la crisis sanitaria.

El conservadurismo también fue predictor de una menor precisión en la identificación de noticias reales y falsas sobre el Covid-19, así como una menor disposición a responder preguntas relacionadas con la concienciación sobre el virus.

Si nos referimos al aspecto netamente político, en este estudio se buscó examinar cómo los hábitos de consumo de información influyen en la propensión a creer en desinformación relacionada con la pandemia. Tuvo como objetivo, evidenciar si las fake news afectaban psicológicamente y emocionalmente en los ciudadanos norteamericanos, asimismo, en diferenciar entre las noticias reales y falsas. En conclusión, durante la pandemia del Covid-19, las fake news han generado un impacto psicosocial significativo en el ámbito político internacional, al influir en las percepciones y actitudes de los ciudadanos hacia las medidas de prevención y respuesta a la crisis sanitaria. Además, se destaca el papel negativo de las redes sociales en la capacidad de discernir entre información veraz e información falsa (Sixtos et al., 2022).

Los resultados revelaron que el uso de redes sociales como YouTube, Facebook, Twitter y WhatsApp para obtener información sobre el Covid-19 está asociado positivamente con la creencia en fake news. Es decir, a medida que se utiliza más frecuentemente estas plataformas, se tiende a percibir las noticias falsas sobre el Covid-19 como reales.

Para Casa et al., (2021), en esta investigación de enfoque cualitativo, se analizaron las estrategias políticas relacionadas con el Homenaje de Estado a las víctimas del Covid-19, organizado por el Gobierno de España, y su impacto político en el reconocimiento hacia la sociedad. El objetivo principal fue examinar la planificación estratégica y la ejecución de estos actos de homenaje paralelos, analizando la simbología utilizada y los efectos en el contexto de los partidos políticos, los líderes y los medios de comunicación. En conclusión, las fake news han desempeñado un papel crucial en la desinformación y manipulación política durante la pandemia de Covid-19 en el gobierno español, generando ansiedad, confusión y desconfianza en la ciudadanía hacia los políticos.

En el ámbito político, las noticias falsas impactan en el sentimiento de superioridad de las personas, especialmente durante los períodos electorales, con el objetivo de influir en los usuarios, sus opiniones y preferencias políticas, lo que a su vez afecta sus decisiones de voto.

La crisis sanitaria, política y social generada por la pandemia resalta la manera en que las instituciones públicas, los partidos políticos y los líderes responden ante la ciudadanía. La comunicación política, cuyo propósito primordial es obtener y mantener el poder, emplea el lenguaje y la persuasión como herramientas de propaganda.

Asimismo, en el ámbito económico:

La pandemia del Covid-19 representa una de las últimas pandemias experimentadas por la humanidad a lo largo de la historia. Ha impactado a todos los niveles socioeconómicos y ha generado repercusiones significativas en la concepción convencional del sistema de relaciones laborales a nivel global.

Torres (2021), este estudio de naturaleza cualitativa y descriptiva se ha basado en el análisis de informes españolas, que examinan el impacto del Covid-19 en la implementación del teletrabajo y/o trabajo a distancia. El objetivo principal ha sido comprender cómo la pandemia ha afectado las condiciones laborales, especialmente para las profesionales. En conclusión, el mundo laboral está experimentando cambios constantes, impulsados no solo por la pandemia, sino también por los procesos de globalización y digitalización. Estos cambios han generado beneficios económicos tanto para zonas rurales como para aquellas personas que, debido a sus circunstancias personales, tendrían dificultades para acceder a un empleo presencial.

Rueda & Herrera (2020), mediante un enfoque cualitativo, este estudio examina el impacto de las noticias falsas durante la pandemia de Covid-19 en el ámbito económico de la ciudad de Guayaquil, Ecuador. El objetivo principal es analizar las percepciones y experiencias de los agentes económicos frente a la difusión de información falsa y su influencia en las decisiones financieras. En conclusión, la diseminación de noticias falsas relacionados con el Covid-19, ha generado un ambiente de desinformación que tiene repercusiones negativas en la economía global, provocando volatilidad en los precios de los activos, perturbando los flujos comerciales y obstaculizando la toma de decisiones empresariales.

Chispino & Albuquerque (2020), este estudio busca examinar el impacto de las noticias falsas durante la pandemia del Covid-19 en el ámbito económico de Brasil. El objetivo es comprender cómo las informaciones falsas han afectado las

percepciones de los consumidores y sus patrones de gasto en la ciudad de Manaos. Concluye, que las fake news han tenido un impacto negativo en la percepción del riesgo por parte de los agentes económicos durante el Covid-19, lo cual ha generado una mayor aversión al riesgo y una disminución en la inversión, afectando así el crecimiento económico y la generación de empleo a nivel local.

Seguidamente, en el contexto nacional se presentan las siguientes investigaciones.

Mamani et al., (2022), el presente estudio, se busca explorar el impacto de las noticias falsas durante la pandemia del Covid-19. El objetivo de este artículo consiste en examinar la investigación existente sobre las fake news, analizando las características de la infodemia, la alfabetización mediática/digital y su influencia en la sociedad limeña. Se concluye, que las fake news durante la pandemia del Covid-19, han tenido un efecto psicosocial significativo, generando un aumento en la ansiedad, el miedo y la confusión, así como socavando la confianza de los ciudadanos de Lima en las fuentes de información confiables.

En el contexto de la pandemia en la ciudad de Arequipa, las fake news son un fenómeno muy visible en la sociedad. Muchos consumidores habituales de noticias se ven afectados por esta situación, posiblemente debido a la rápida circulación de información. Esto plantea un problema grave y actual para el periodismo. Las teorías y opiniones falsas se consideran verdaderas, lo cual perjudica principalmente a los consumidores de noticias y tiene un impacto negativo en su salud mental y emocional (Paredes & Torres, 2020).

Villalobos & Villarroel (2020), su investigación se centra en entender entre la comunicación, el estado psicológico y las fake news en las redes sociales sobre el Covid-19 en Lima Metropolitana. El objetivo principal es identificar los impactos psicosociales generados por la difusión de noticias falsas, incluyendo el aumento

de la ansiedad, la desconfianza y el miedo, así como las posibles consecuencias en la adopción de medidas preventivas y la salud mental de la población. En conclusión, se destacó que las noticias falsas asociadas al Covid-19 han causado un impacto negativo en el bienestar psicosocial de las personas, ocasionando altos niveles de estrés, ansiedad y falta de información precisa entre la población. Estas consecuencias dificultan la adopción de medidas preventivas y la capacidad de tomar decisiones informadas.

Debido a la proliferación de noticias falsas o posverdad, se han difundido numerosas noticias infundadas que generan ansiedad en las personas. En nuestro país, se popularizaron noticias como la escasez de papel higiénico o el supuesto contagio de Covid-19 por parte de animales, especialmente a través de las redes sociales, lo que condujo a una rápida propagación de estas noticias en tan solo unas semanas y como consecuencia, el miedo y la ansiedad en la población.

Valera (2022), mediante un enfoque cualitativo, este estudio se propuso explorar el impacto de las fake news en la salud mental del personal de salud del hospital Amazónico de Ucayali durante la pandemia del Covid-19. El objetivo principal consistió en comprender cómo la difusión de noticias falsas ha afectado las percepciones, actitudes y comportamientos del personal del hospital de Yarinacocha. En conclusión, las fake news han tenido un impacto durante el Covid-19, subrayando la necesidad de promover la alfabetización mediática, generando confusión, desconfianza y ansiedad en el personal, obstaculizando la adopción de medidas preventivas y promoviendo comportamientos de riesgo.

La difusión de noticias falsas ha generado confusión, desinformación y alteración emocional, afectando negativamente la salud mental y el bienestar de la población peruana. Estos resultados resaltan la importancia de implementar estrategias educativas y de comunicación efectivas para contrarrestar los efectos



psicosociales negativos de las fake news y fomentar una sociedad informada y resiliente.

En el ámbito político, las fake news durante la crisis del Covid-19 han ejercido una influencia notable, provocando la propagación de información errónea, incertidumbre y divisiones entre la población.

Tapia (2021), la investigación tiene un diseño descriptivo con enfoque cualitativo, en donde se pretendió abordar el tema de manera comparativa, sobre el análisis del consumo de medios de comunicación durante la pandemia del Covid-19 en el Perú y cómo este impacta en la política, especialmente en la toma de decisiones. Este estudio tuvo como objetivo comprender cómo estas noticias falsas han influido en las percepciones, actitudes y decisiones políticas de la población peruana. Al examinar las experiencias y perspectivas de los ciudadanos, se buscó obtener una comprensión más profunda de los efectos de las fake news en el contexto político peruano. Los resultados de esta investigación ayudaron a informar estrategias efectivas para abordar este problema y promover una mayor educación mediática para fortalecer la salud democrática en la población.

Aramayo (2021), esta investigación se basó en una metodología cualitativa, empleando entrevistas en profundidad y análisis de contenido de los discursos políticos en Twitter por parte del ex congresista, Daniel Urresti, para comprender el impacto de las fake news durante el Covid-19. El objetivo principal de este estudio fue explorar cómo las fake news han afectado las dinámicas políticas en la red social en el contexto de la pandemia del Covid-19, con un enfoque en las percepciones, actitudes y comportamientos de los actores políticos y población. Los resultados concluyeron, que las fake news durante la pandemia del Covid-19, han tenido un impacto significativo en Twitter, generando desconfianza en las instituciones políticas, polarización de opiniones y dificultades en la toma de decisiones informadas por parte de los ciudadanos.

Mientras que, en su investigación de Aguilar y Gonzales (2022), realizaron un focus group para examinar la influencia política del impacto de las fake news durante el Covid-19 en la población chimbotana. El objetivo principal de esta investigación fue analizar cómo las fake news han influido en la opinión pública, la confianza en las autoridades políticas y la participación ciudadana. Como conclusión, revelaron que las fake news han tenido un impacto significativo en el ámbito político durante la pandemia del Covid-19, también ha generado confianza, mayor búsqueda y discernir las noticias reales de las falsas, generando participación ciudadana en las difusiones sobre las instituciones políticas.

Durante la fase inicial de la pandemia del Covid-19, se evidenció un incremento en la propagación de noticias falsas. Especialistas en comunicación han abordado el fenómeno de las Fake News y han aportado nuevos conocimientos en diversos campos de la información. El enfoque principal de esta investigación se centra en la distribución de este conocimiento, especialmente en su relación con las actividades políticas y la forma en que los medios de comunicación, los ciudadanos y las empresas comprenden y utilizan la información. Las Fake News están generando transformaciones significativas en la sociedad actual, afectando la percepción y el comportamiento de los ciudadanos (Paredes, 2023).

En la era digital, Internet y las redes sociales han adquirido un papel fundamental como herramientas políticas, ya que tienen la capacidad de influir en los usuarios y generar opiniones sobre candidatos y partidos políticos, especialmente durante los periodos electorales. Es preocupante que la mayoría de los ciudadanos que acceden a las redes sociales para obtener información no se tomen el tiempo de verificar la fuente ni investigar sobre los autores, asumiendo sin más que la información es verídica. Esto conlleva a la difusión de noticias falsas, ya que muchas veces se comparten sin ser cuestionadas, con el objetivo de llegar a un mayor número de lectores, sin que nadie haya podido confirmar su veracidad (Mendoza y Valenzuela, 2020).

La propagación de noticias falsas ha generado un peligroso círculo de desinformación, aprovechando el entorno político y tecnológico actual, convirtiéndose en una era caracterizada por la difusión masiva de contenido engañoso, rumores y noticias falsas, con el claro propósito de influir en la opinión pública. Estas prácticas distorsionan deliberadamente la realidad, creando un marco propicio para su propagación y protección (Pacasi, 2020).

Las fake news han tenido un impacto perjudicial en el ámbito político peruano durante la pandemia del Covid-19. Estas noticias falsas han generado desinformación, confusión y discrepancia entre los ciudadanos, afectando la toma de decisiones políticas y socavando la confianza en las instituciones del estado. Es crucial promover la educación mediática y fomentar la verificación de la información para fortalecer el sistema democrático y garantizar una política más confiable para la población.

Por último, en el ámbito económico:

Dorayne et al., (2021), en este estudio de investigación se empleó un enfoque cualitativo para analizar el efecto del Covid-19 en el progreso y desarrollo económico del distrito de Callería en el departamento de Ucayali durante el año 2020. El objetivo principal consistió en comparar el impacto del Covid-19 en el desarrollo y crecimiento económico de la ciudad de Chimbote. Como conclusión, se observó que la economía de dicha ciudad experimentó una disminución en el consumo diario, lo cual afectó la demanda agregada y generó cambios en el desarrollo y crecimiento económico. En consecuencia, se evidencia que la pandemia del coronavirus ha tenido un impacto negativo en la mejora de la economía del país.

Ahora, en la economía del hogar. En su investigación de Callupe (2022), se utilizó una metodología cualitativa para examinar la relación entre el impacto económico y la salud mental, específicamente enfocándose en la diferencia de ingresos

antes y durante la pandemia del Covid-19. El objetivo principal fue determinar cómo se vincula el impacto económico con la salud mental de los trabajadores del mercado en Huánuco. Se encontró una comparación significativa entre el impacto económico y los niveles de estrés y ansiedad, debido a que la disminución de los ingresos mensuales dificultó el cumplimiento de necesidades básicas del hogar, como vivienda, alimentación, transporte y educación. En conclusión, se evidenciaron importantes alteraciones en la salud mental de los trabajadores, directamente relacionadas con las pérdidas económicas mensuales ocasionadas por la pandemia del Covid-19.

Los hallazgos revelaron una conexión significativa entre el impacto económico y la salud mental, dado que los trabajadores han experimentado impactos económicos significativos durante la pandemia del Covid-19. Además, se identificó que la inestabilidad económica es uno de los factores clave que contribuyen al aumento de la ansiedad.

La disminución de los ingresos mensuales resulta en inestabilidad económica y desigualdad, lo que deja a la población vulnerable a la pobreza y al incremento de la informalidad laboral.

Mendoza (2020), se empleó una metodología descriptiva utilizando la técnica de focus group con empresarios del sector durante el período de pandemia, en el cual el estado de emergencia impuso restricciones laborales más intensas en el segundo trimestre del año. El objetivo del estudio se centró en identificar los principales factores internos y externos que influyen en el impacto económico de las micro y pequeñas empresas MYPES de Lima Metropolitana, ocasionado por el Covid-19 durante el primer semestre de 2020. Se concluyó que, a pesar de la intervención del gobierno los créditos empresariales no satisfacen las necesidades del sector y que la tasa de empleo disminuyó en comparación con años anteriores. Además, las fake news han generado una mayor aversión al

riesgo, lo que ha llevado a una disminución de la inversión y ralentizando en el crecimiento económico en el país.

En cualquier situación de crisis, las repercusiones económicas pueden ser significativas. Sin embargo, si a estas se suman las fake news, las pérdidas pueden ser aún más graves debido a la incertidumbre que generan en los inversores. Con el aumento del Covid-19 a nivel nacional e internacional, el virus se ha convertido en tema central de noticias, y la difusión de noticias falsas ha intensificado el descrédito, sembrando desconfianza entre los accionistas, sacudiendo los mercados internacionales y ocasionando importantes pérdidas en las bolsas de valores a nivel mundial (Oliva y Prieto, 2021).

Cada instancia de información falsa implica intereses económicos. Diversos contenidos generados en internet y redes sociales perjudican la reputación de la imagen de personas o entidades (empresas, sectores económicos, etc.), y las repercusiones pueden resultar desastrosas, particularmente para la economía. Asimismo, esto puede traducirse en considerables pérdidas para las empresas.

### **III. METODOLOGÍA**

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

Esta investigación fue de enfoque cualitativo tipo básico, incluyendo una realidad subjetiva, diseño de la investigación es interpretativo, no experimental, con una metodología de investigación aplicada, enfocándose en el diseño de casos, porque les permitió utilizar diferentes medios como las redes sociales y ver las diferentes opiniones de la población chimbotana y profesionales en la carrera de Ciencias de la Comunicación, periodismo. Utilizando técnicas de Focus Group que determinaron las causas y consecuencias de las Fake News.

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

La presente investigación se enfocó en el impacto psicosocial en la población acerca de las fake news durante el Covid-19. Por ello, las fake news se definen conceptualmente como fuentes que crean información completamente falsa, difunden contenido engañoso o distorsionan noticias reales. Según Vives et al. (2019), el término noticia falsa puede tener varios significados y es en los medios sociales donde el debate sobre las fake news, la posverdad y el uso de noticias y desinformación para manipular la opinión pública ha sido más relevante. Un objetivo fundamental de la alfabetización informacional es formar usuarios críticos en el manejo de la información, capaces de distinguir fuentes fiables de las que no lo son. Esto es esencial para fomentar un consumo responsable y una sociedad informada.

Las noticias falsas o fake news siempre han existido en todo el mundo, pero debido al crecimiento de Internet y las redes sociales año tras año, las noticias falsas se han vuelto cada vez más populares en todo el mundo porque este término se usa para difundir noticias falsas y estimular la desinformación en la sociedad.

Por otro lado, tras el advenimiento de la próxima Internet, hace que los usuarios se conviertan en las personas que estimulan la generación de dicho contenido falso y también en sus consumidores. Como resultado, la adicción a consumir estas noticias se extiende a diferentes cibernautas que se conectan a Internet todos los días.

Las noticias falsas son similares a la enfermedad infecciosa causada por el Covid-19, porque según la OMS (Organización Mundial de la Salud), han clasificado las noticias falsas como una "Epidemia de Información" o "Infodemia".

Por lo tanto, de manera súbita ha causado miedo y mucha confusión en la sociedad, es decir, la noticia se divide en rumores, estos rumores muchas veces se esconden en las noticias si son ciertos, por otro lado, las personas no pueden identificar y diferenciar de que una cuenta es falsa, en ciertos casos pueden llegar a identificarlos mientras navegan por internet (Lozano, 2020).

Las noticias falsas se producen debido a un término llamado "Posverdad", que se define según el Diccionario Oxford como una situación o hecho importante en la formación de la opinión de todos, en el que las creencias se aplican a las personas en las que confían.

Según el diccionario de Oxford, define las Fake News a las creaciones con el termino llamado "Posverdad", basándose a hechos o circunstancias de importancia al momento de dar sentido a la opinión de las masas, recurriendo a creencias en las que ellos confían. Luego, poco a poco, el periodismo de alta calidad fue violado porque estaban siendo afectados por ese monstruo llamado "Fake News".

Para acabar con todos estos misterios de las Fake News, diferentes comunicadores del mundo creen que los ciudadanos deben conocer la forma de informarse y comprobar si las páginas que se encuentran en Internet son totalmente fiables, y cada una de ellas tiene una integridad democrática.

El inminente surgimiento de las redes sociales y el fracaso de muchos periodistas y medios de comunicación en hacer su trabajo, ha estimulado las Fake News (Flores, 2020).

### **3.2.1 Subcategorías: Social, Política y Económica**

Para las subcategorías como social, porque predominan en ellos las Fake News, todo medio de comunicación, sea prensa amarillista o sensacionalista, como los contenidos difundidos en las redes sociales, pueden crear una sensación de inseguridad.

Los ciudadanos están desarmados y controlados por los medios de comunicación que suelen apoyar a los partidos políticos, en su mayoría. Por otro lado, no saben cómo distinguir lo real de lo falso, lo que conduciendo y generando información falsa, teniendo como consecuencia el deterioro de su salud mental, afectando en la toma de decisiones (Ibarra, 2021).

La difusión de fake news durante la pandemia del Covid-19 ha tenido un efecto perjudicial en la salud mental y emocional de las personas. La sobreexposición a información engañosa y alarmante ha generado altos niveles de estrés, preocupación y confusión, deteriorando el bienestar psicosocial de la población. Es fundamental promover la educación mediática y fomentar el pensamiento crítico



para contrarrestar los impactos negativos de las fake news en la salud mental de las personas (Wong & Chen 2023).

En el campo político, muchos de ellos están inmersos en él, porque no solo utilizan diferentes medios para promover su imagen personal, de manera de lograr la posición propuesta, sino que también crean un pensamiento equivocado entre la ciudadanía.

Transcurrido los años se ha desarrollado el análisis e investigación de fake news y su impacto psicosocial, con el objetivo de proporcionar herramientas sobre información falsa y sus características, operaciones, consecuencias y derivaciones para promover la sistematización y análisis.

Para ello, el lector tiene que ser muy riguroso al momento de visualizar cualquier tipo de noticia, siempre buscar varias fuentes, con fin de proporcionar una descripción detallada de las categorías que permiten la organización y asociación de la información recopilada de su interés.

En repetidas ocasiones sobornaron a los medios para intereses propios, como consecuencia, han ganado terreno, porque estos movimientos se han convertido en una lucha permanente por ganar votos jugando sucio, y se está tratando de eliminar la desinformación entre los ciudadanos, tantas instituciones se están apoyando entre sí para superar esto. Es importante reconocer que el daño causado por las Fake News no se limita solo a la esfera política, sino que también tiene un impacto psicológico profundo en las personas. La difusión de información falsa puede generar confusión, ansiedad, miedo e incertidumbre en la sociedad. Las personas se ven sometidas a una avalancha constante de información distorsionada, lo que dificulta su

capacidad para discernir la verdad y tomar decisiones informadas (Valenzuela, 2020).

En un entorno económico, las redes sociales y los medios de comunicación son un problema, porque solo brindan este tipo de noticias falsas para ser económicamente rentables.

La excesiva proliferación de noticias falsas expone las malas intenciones de los grupos políticos hacia diversos actores políticos. Los alcances y consecuencias de las Fake News se hacen evidentes al observar su capacidad de desinformación, la mayoría son agentes políticos o equipos publicitarios, debido al monopolio de quién les da más noticias y dinero, todo esto ha formado un círculo vicioso. La desinformación genera miedo e interés, y estos miedos e intereses no suelen incluirse en el interés propio de quienes gastan dinero para que su imagen se vea bien (Almeida, 2021).

### **3.3 Escenario de estudio**

El Focus Group se realizó a los ciudadanos de Chimbote – Perú, que si/no consumen noticias.

### **3.4 Participantes**

La participación de los ciudadanos tendrá un total de 12 personas en relación al instrumento de investigación de un promedio de edades entre los 18 a 40 años de un nivel Socio-económico B y C o A, ciudadanos de nacionalidad peruana que vivan en la ciudad de Chimbote con nivel educativo de si o no profesional o profesiones técnicas. Teniendo como finalidad el aplicar este instrumento, es saber que impactos tienen las Fake News durante el Covid-19 en la sociedad.

Los participantes consistieron en cuatro profesionales de Ciencias de la Comunicación, egresado de la ciudad Chimbote, provenientes de universidades públicas y/o privadas. Los participantes comunicadores se especializan en periodismo. El rango de edad variaba entre 23 y 48 años, y con una experiencia laboral de 3 a 7 años. Una condición esencial para su participación en la investigación fue que estuvieran ejerciendo activamente su profesión en medios de comunicación tradicionales y digitales. Estas características particulares fueron consideradas necesarias para obtener respuestas específicas y confiables acordes a los objetivos de la investigación.

### **Criterios de inclusión de la población chimbotana**

1. **Edad:** Edades comprendidas entre los 18 y 40 años.
2. **Nivel socioeconómico:** Individuos pertenecientes a los niveles socioeconómicos B, C o A.
3. **Residencia:** Ciudadanos de nacionalidad peruana de la ciudad de Chimbote.
4. **Nivel educativo:** Personas con nivel educativo si o no profesional o profesiones técnicas.

### **Criterios de exclusión de la población chimbotana**

1. **Edad:** Fuera del rango de edades establecido (menores de 18 años o mayores de 40 años).
2. **Nivel socioeconómico:** Individuos pertenecientes al nivel A.
3. **Residencia:** No ciudadanos de nacionalidad peruana de la ciudad de Chimbote.
4. **Nivel educativo:** Personas con nivel educativo exclusivamente profesional o sin profesiones técnicas.

### **Criterios de inclusión de los profesionales comunicadores**

1. **Edad:** Edades comprendidas entre los 23 y 48 años.
2. **Experiencia laboral:** 3 a 7 años.
3. **Experiencia profesional:** Periodismo.
4. **Egresados:** Ciudad de Chimbote.

### **Criterios de exclusión de los profesionales comunicadores**

1. **Edad:** Fuera del rango de edades establecido (menores de 23 años o mayores de 48 años).
2. **Experiencia laboral:** Menor a 2 años.
3. **Experiencia profesional:** No profesiones a la carrera de Ciencias de la Comunicación.
4. **Egresados:** No egresados de la ciudad de Chimbote.

Estos criterios de inclusión y exclusión se han establecido con el fin de seleccionar participantes que cumplan con los requisitos necesarios para llevar a cabo el estudio y obtener información relevante sobre el impacto psicosocial de las fake news durante la pandemia del Covid-19 en la población chimbotana y profesionales de la carrera de Ciencias de la Comunicación.

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

El instrumento de investigación aplicado fue un Focus Group a la ciudadanía chimbotana, con este instrumento, se pretendió que las personas tomen conciencia y sepan reconocer las noticias falsas de las verdaderas y saber cómo es que las noticias falsas han influido con ellos.

El Focus Group contó con 15 preguntas, las cuales estuvieron estructuradas por subcategorías: Social, política y económica, con el fin de conocer las

respuestas de los participantes. El instrumento utilizado fue la guía del Focus Group.

### **3.6 Procedimiento**

En primer lugar, se coordinó 2 días antes de anticipación mediante las redes sociales, Facebook y WhatsApp, sobre la realización y los protocolos del Focus Group. Se conversó con los ciudadanos de Chimbote en un rango de edades entre de 18 a 40 años.

Posteriormente, se explicó el objetivo de nuestro escenario de estudio a los participantes para que tengan conocimiento sobre ello y la coordinación de fecha, hora y día, para la correcta realización del Focus Group y no haya ningún tipo de inconvenientes.

En segundo lugar, el día coordinado para la realización del Focus Group, se aplicó utilizando la red social WhatsApp. La herramienta de evaluación utilizada fue la guía del Focus Group, luego se formularon las preguntas de la guía, la cual fueron planteadas por el investigador. Finalmente, se escuchó cada respuesta brindada por los entrevistados, donde se tomó registro de grabación por parte de teléfono móvil y luego ser transcrito.

Las preguntas del Focus Group que se les brindó a cada participante, se respondieron de acuerdo a los objetivos planteados por el investigador y relacionados con la pregunta de investigación. Por último, agradecer a los entrevistados por su colaboración.

### **3.7 Rigor científico**

Hemos utilizado 3 criterios para la tesis:

- A) Consistencia o dependencia lógica:** Se utilizaron instrumentos acorde con el contexto de estudio, obtener resultados en relación con mi tesis.
- B) Credibilidad:** En este aspecto, se empleó la observación, así percibir la perspectiva de los participantes contrastando sus respuestas.
- C) Transferibilidad o aplicabilidad:** La tesis cumplió con Un criterio de transferibilidad porque se hizo un muestreo teórico relacionado a las categorías de estudio, donde se recogió abundante información.

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

El análisis de datos se realizó mediante una investigación profunda sobre las respuestas proporcionadas en el Focus Group y su orientación con la guía de la misma, por consiguiente, se desarrolló una categorización de respuestas.

De acuerdo con el marco teórico y los objetivos de la investigación, se comparan los resultados obtenidos, luego agruparlo en una unidad de significado y finalmente se realiza el análisis de la información.

1. La realización del Focus Group.
2. La entrevista se grabó utilizando el teléfono móvil.
3. La información proporcionada se transcribió en una hoja de Word.
4. Categorización de información, basándose en reacciones comunes.
5. Verificación de información.
6. La identificación de unidades de significado.
7. La realización de los resultados finales del Focus Group.

### **3.9 Aspectos éticos**

Para que nuestra investigación sea correcta, debemos tener en cuenta y poder cumplir algunas de las pautas establecidas en el código ético, tales como:

- Todos los participantes del Focus Group otorgaron previamente su consentimiento informado. Se les brindó información clara y comprensible acerca de los objetivos, los procedimientos, los posibles riesgos y beneficios de participar en el estudio, así como su derecho a retirarse en cualquier momento sin enfrentar consecuencias adversas. Es importante destacar que se veló por garantizar la comprensión plena y la voluntariedad de su participación en todo momento.
- Es muy importante utilizar nuestra propia información real, pues para verificar la legitimidad del informe que desarrollamos, utilizamos el software informático "Turnitin", que es una herramienta indispensable, que permite verificar y corroborar el grado de coincidencia con otros trabajos publicados, lo que elimina la posibilidad de plagio u otras infracciones.
- Es fundamental seguir adecuadamente las normas establecidas por la nuestra universidad para garantizar el adecuado progreso de nuestra investigación. Se requirió la aplicación del formato APA 2023, que es la normativa establecida para este propósito.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En base a los datos recopilados en los resultados de la investigación, los cuales se relacionan con el objetivo general y los objetivos específicos, se desarrolló un análisis comparativo de la información teniendo en cuenta los resultados encontrados en los estudios previos utilizados como antecedentes. Se hallaron similitudes o diferencias entre los diversos autores citados, así como en la aplicación de la teoría mencionada anteriormente.

De acuerdo con el objetivo general, describir el impacto psicosocial que han generado las fake news durante la pandemia del Covid-19 en la población chimbotana, 2023, y conforme a los resultados obtenidos, se puede decir que, se evidenció el impacto de las Fake News relacionadas con el Covid-19 en Internet y en los medios de comunicación tradicionales. Estas noticias falsas han tenido un impacto significativo en la salud mental de la población, generando confusión y temor. En el focus group que se realizó, se evidenció que la gran mayoría de participantes manifestaron que adquirieron estados de depresión, en los primeros 5 meses de la pandemia por el estado de inmovilización obligatoria, posterior a ello, manifestaron que entraron en un estado de equilibrio en un periodo no mayor a 2 meses, sin embargo, al no ver mejoría, le sumaron a su proceso depresivo cuadros de ansiedad y estrés a tal punto que muchos incluso tuvieron que recurrir a la teleconsulta con psicología y en otros casos con psiquiatría, Además, de ello todos los participantes manifestaron que consumían mucho contenido de entretenimiento en redes para mejorar sus cuadros de estrés, sin embargo, esto contribuía a empeorar su estado mental, porque sentían que no hacían nada productivo.

También, desde la perspectiva de los periodistas de Chimbote, las fake news generaron desinformación y regularmente afectaron su salud mental en ellos. En general, todos los periodistas coinciden en que la falta de verificación, el nivel socioeconómico, la informalidad, el bajo nivel educativo, la búsqueda de ganancias monetarias, la desacreditación de personajes, intereses políticos y el impacto en la



sociedad, son factores que contribuyeron a la propagación de noticias falsas durante el Covid-19.

Además, los periodistas señalan que, debido al bombardeo de noticias en internet y redes sociales sobre la pandemia del Covid-19, los usuarios leían solo los titulares y replicaban la información sin verificar la fuente original u oficial, convirtiendo esta práctica en un hábito común de ese entonces. Esto, a su vez implicó problemas de desinformación para los usuarios y disminuyó la credibilidad hacia los periodistas. Los participantes concluyeron que, las fake news en la era digital difundieron desinformación con mayor rapidez y facilidad que en cualquier otro período tradicional, esta acción, sutilmente aumento la ansiedad y estrés en los periodistas.

Villalobos y Villarroel (2020), en su estudio tuvo un enfoque particular que dista de ser similar a lo recopilado en nuestra información, nos menciona que su población si bien es cierto manifestó cuadros de ansiedad asociados al temor e incertidumbre en el primer semestre de la pandemia, ellos encontraron maneras de sobrellevar este proceso, la gran mayoría comenzó a innovar con aplicaciones de videoconferencia para mantenerse en contacto con sus familiares para poder sobrellevar sus estados depresivos no patológicos, otros recurrieron a charlas motivacionales dictadas por sus empresas de trabajo, e incluso nos manifiesta que casi nadie recurrió a terapia psicológica como apoyo de sostén. Mientras que en los periodistas, ya tenían conocimiento previo el uso de los aplicativos móviles, este conocimiento fue gracias a la labor que tienen al estar en contacto con colegas que están fuera de la ciudad de Chimbote o familiares. De tal manera, el estado emocional de los cuatro periodistas se mantuvo estables sin tener ningún impacto psicológico.

Por otro lado según Sousa y García (2020), en realidad no todo tuvo un enfoque tan alentador como lo manifestado anteriormente, ellos se asemejan más a nuestros resultados dado que encontraron que durante la pandemia del Covid-19, las personas se vieron ampliamente afectada por la propagación de fake news, lo cual

tuvo un impacto significativo en la salud mental de su población. El constante bombardeo de información errónea y desinformación generó altos niveles de estrés, depresión y ansiedad en casi el total de sus participantes de su focus group. Incluso algunos de los miembros manifiestan que tuvieron cuadros de insomnio y alucinaciones de muertes por el Covid-19, 5 de cada 12 personas que participaron de este focus manifestaban que su principal motivo de consulta al médico terminó teniendo un origen psicosomático, es decir, si tenían un dolor estomacal era por el miedo asociado a cuadros de estrés y así sucesivamente. Por otro lado, 3 de los 4 periodistas manifestaron que padecieron de estrés y ansiedad, esto debido a que no podían realizar su trabajo como habitualmente lo hacen actualmente, en aquel entonces existieron límites que impedían tener una noticia rica en información, como efecto, los lectores no interpretaban satisfactoriamente dichas noticias, a lo que concluían erróneamente a considerarlo como fake news.

Por último, en el enfoque de Quintanilla (2020), sus entrevistados manifestaron que durante la pandemia sus actitudes y su comportamiento han cambiado notoriamente, esto debido al múltiple y complejo tiempo en el que han estado sometidos a la incertidumbre y el temor producto de noticias falsas que circulan en las redes sociales como principales vías, algunos manifestaron que en sus actitudes pasaron de ser pacíficas irritables y en un estado de frustración otros manifestaron que sus comportamientos fueron de aislamiento o de constante sueño, por otro lado, era evidente que muchos de ellos no eran capaces de discernir lo verdadero de lo que era falso sobre esta enfermedad, esto llevó a que muchos de los entrevistados realizaran o imitarán ciertos comportamientos que se veían en las redes sociales incluso 2 de sus encuestados manifestaron sentirse culpables de la muerte de sus familiares por seguir recetas que curaban esta enfermedad, entraron en un cuadro depresión que hasta el día de hoy les cuesta mantener, de esta manera vemos que el enfoque de Quintanilla es un poco más complejo que nuestro estudio, los cuadros simples de estrés, ansiedad o de presión que se ha venido revisando, en este caso hay culpa que lleva a cuadros graves de depresión y todo por las fake news. Para 1 de los 4 periodistas encuestado, lamentablemente por la desesperación de ver a

un familiar en estado grave a causa del Covid-19, optó por el medicamento Ivermectina con el fin de salvarlo, a lo que tuvo como consecuencia, el fatídico deceso de su ser querido. Se dejó llevar por las fake news sobre este medicamento “milagroso”, a lo que actualmente lo lamenta. En dicho acontecimiento no aplicó la ética profesional como periodista, sino, pasó a ser un ciudadano emotivo que le dificultó tener una respuesta más objetiva.

Estos resultados en conjunto destacan la importancia de la alfabetización informacional tanto para los ciudadanos como para los profesionales del periodismo. La falta de capacidad crítica y discernimiento en la era digital puede tener graves consecuencias en la difusión de información veraz y en la preservación de la credibilidad del periodismo como fuente confiable de noticias.

Por otra parte, se encuentra el primer objetivo específico que es, analizar el impacto psicosocial que ha generado las Fake News en la sociedad durante la pandemia del Covid-19 en la población chimbotana, 2023, evidenciándose que desde lo social muchos se sintieron retraídos al contacto físico cuando salían de compras, muchos adquirieron cuadros introvertidos transitorios, 4 de nuestros participantes manifestaron adquirir inseguridades al momento de entablar una conversación con sus similares, tanto en el teletrabajo como al momento de interactuar fuera de sus domicilios, por otro lado, 8 miembros manifestaron sentirse incómodos con lo publicado en las redes sociales sobre medicamentos milagrosos, a los 8 les causó cuadros de depresión saber que lo publicado era falso y que no existía nada certero como cura. En este contexto, los 4 periodistas de la localidad, cuyos testimonios aportaron una perspectiva única sobre el tema. Manifestaron que no tuvieron ningún impacto psicológico, más bien les fortalecía profesionalmente ya que el instinto de supervivencia ya lo habían experimentado mucho antes de la pandemia del Covid-19, cuando realizaban cuberturas en momentos hostiles y de adrenalina, huelgas, persecución policial, etc., la pandemia pasó desapercibido para ellos. La salud mental que tienen los participantes, están preparados para cualquier acontecimiento porque es parte de su rutina profesional como periodistas. Además, la propagación

descontrolada de fake news ha tenido un impacto significativo en la sociedad, alterando actitudes y comportamientos, generando polarización y desconfianza entre las personas. Como periodistas, tienen la responsabilidad de contribuir a este proceso y trabajar por una comunicación más ética y confiable.

Respecto a ello, Johnson (2020), indicó que el creciente impacto de las fake news ha desencadenado una problemática social preocupante que afecta la salud mental y emocional de la población. La propagación desenfrenada de información falsa ha sumido a la comunidad en un estado constante de ansiedad y estrés. La incertidumbre y el temor generados por noticias alarmistas y sensacionalistas han provocado una cascada de efectos negativos en el bienestar psicológico de las personas, dejándolas en una constante búsqueda de la verdad en medio de una maraña de desinformación. Esta situación exige una urgente necesidad de fomentar la educación mediática y digital, así como medidas para garantizar la veracidad de la información que circula en la sociedad, protegiendo así la salud mental y emocional de sus habitantes. Los 4 periodistas coincidieron en que se trata de una problemática social de gran relevancia. La propagación desenfrenada de información falsa ha generado una serie de efectos negativos en el bienestar psicológico de las personas, sumiéndolas en un estado constante de ansiedad y estrés. Además, están de acuerdo en que es responsabilidad de los medios de comunicación y las plataformas digitales garantizar la veracidad de la información que circula en cualquier medio de comunicación.

De la misma manera, García et al. (2021), indicó que la problemática derivada se ha vuelto evidente en la alteración de actitudes y comportamientos de la población. La difusión descontrolada de información falsa ha generado una polarización de opiniones y creencias, llevando a divisiones en la comunidad y al surgimiento de conflictos innecesarios. Además, la propagación de rumores y desinformación ha creado un ambiente de desconfianza y suspicacia entre las personas, minando la cohesión social y debilitando el tejido comunitario. Por este motivo, es imperativo abordar esta situación mediante la promoción de la alfabetización mediática y el

fomento de un periodismo responsable, con el fin de restaurar la confianza en la información veraz y cultivar un ambiente de respeto y entendimiento mutuo en la sociedad. Se destacamos la importancia de un periodismo responsable como parte de la solución. Los medios de comunicación tienen un papel relevante en la construcción de la percepción pública y deben asumir la responsabilidad de verificar la información antes de compartirla. Un periodismo ético y riguroso contribuirá a restaurar la confianza en la información y a reducir la propagación de noticias falsas.

Frente a ello, Aramayo (2021), refiere que afecta tanto el cambio de comportamiento de la población como su bienestar emocional. La propagación desenfrenada de información falsa ha llevado a que las personas modifiquen sus actitudes y acciones basadas en noticias engañosas, lo que puede generar decisiones equivocadas y acciones perjudiciales para sí mismos y para otros. Este cambio en el comportamiento puede contribuir a la creación de un ambiente tenso y polarizado en la sociedad.

De esta manera, se corrobora la Teoría de la Conspiración propuesta por García (2019), quien sostiene que ciertos entes o grupos buscan desacreditar a individuos mediante la propagación de información incierta y conspirativa. En efecto, la investigación valida la noción de que ciertos actores interesados pueden utilizar la desinformación como herramienta para deslegitimar a figuras públicas o a determinadas instituciones. Al ser difundidas en medios digitales y redes sociales, estas teorías pueden alcanzar una amplia audiencia y ser aceptadas por personas con una menor capacidad crítica, lo que potencia su efecto y propagación. La rápida propagación de contenido sin una adecuada verificación y contraste de fuentes contribuye a la viralización de teorías conspirativas y la generación de un ambiente propicio para la creencia en ellas.

Además, la exposición continua a noticias falsas y desinformación ha provocado altos niveles de ansiedad y estrés entre los ciudadanos. La dificultad para discernir la verdad de la mentira en un entorno saturado de información falsa crea una

constante sensación de incertidumbre y desconfianza. La falta de certeza y la inseguridad en lo que se debe creer y en qué acciones tomar puede desgastar la salud mental y emocional de las personas, afectando negativamente su calidad de vida y su capacidad para tomar decisiones informadas. Esta situación subrayó la urgencia de abordar la problemática a través de la promoción de la educación mediática y la verificación de fuentes confiables. Para ello es esencial fomentar el pensamiento crítico en la población para que puedan evaluar adecuadamente la información que reciben y distinguir entre lo verdadero y lo falso. Asimismo, es necesario impulsar la responsabilidad en la difusión de información por parte de los medios de comunicación y las plataformas digitales, para evitar la propagación de noticias falsas que puedan tener efectos negativos en la salud mental y emocional de la comunidad. Solo a través de un enfoque conjunto y consciente se podrá proteger la integridad de la información y garantizar el bienestar emocional y mental de la sociedad. La difusión descontrolada de fake news durante el Covid-19, lo que afecta negativamente la capacidad crítica de la población. Como periodistas, se debe asumir el compromiso de promover una comunicación responsable y transparente para construir una sociedad informada y crítica.

Los hallazgos de esta investigación se complementan con el estudio realizado por Bravo (2020), en el cual participaron 30 periodistas. En sus conclusiones, se identificaron tres factores clave: el conocimiento de la norma ética, el tipo de noticia y el uso de redes sociales como fuentes periodísticas. En cuanto a los dos primeros factores mencionados, es decir, el conocimiento de la norma ética y el tipo de noticia, se observó que sí pueden dar lugar a dilemas éticos en la labor periodística. Sin embargo, se encontró que el tipo de noticia en sí mismo no genera dilemas éticos, aunque se destacó que ciertos indicadores, como la inmediatez en la cobertura de noticias, pueden ser una fuente de contratiempos éticos para los periodistas.

Estos resultados resaltan la relevancia de la ética en el ejercicio del periodismo, especialmente en un contexto donde las redes sociales desempeñan un papel cada

vez más influyente en la obtención y difusión de noticias en el contexto del Covid-19. Los dilemas éticos deben ser abordados de manera consciente y responsable por parte de los profesionales del periodismo, buscando siempre salvaguardar la integridad y la veracidad en la información que se comparte, más aún cuando estás afectan el estado mental de la sociedad.

En cuanto al segundo objetivo específico, analizar el impacto psicosocial que han generado las Fake News durante la pandemia del Covid-19 en la política de la población chimbotana, 2023, se evidenció que a las preguntas desarrolladas manifestaron que por sus domicilios muchos políticos impulsaron sus campañas con nuevas propuestas para sobrellevar la pandemia, ofrecieron teleconsultas gratuitas con especialistas del extranjero para mejorar en la salud mental, también ofrecieron talleres para poder apoyar a los miembros de la familia, incluso algunos manifestaron que en sectores como El Acero o 21 de Abril los psicólogos de su posta dictaban charlas desde fuera de las casas para manejar las fobias más comunes y que han podido empeorar en el proceso de inmovilización, en conclusión la política chimbotana ha aprovechado este proceso para tratar de limpiar su nombre en la mayoría de los casos según nuestros encuestados. En cambio, para nuestros participantes periodistas, las estrategias de los líderes políticos del distrito parecían en ellos y carecían de creencias ante cualquier manifiesto que realizaban, sea de índole político y relacionado a la Covid-19. Los 4 periodistas ponían en rigor de investigación cualquier difusión de noticias que realizaban los líderes políticos. Esto, llevó a que no tengan ningún impacto psicológico en la dimensión política.

Sobre lo mencionado, Román et al. (2020), indicó que existe una problemática política preocupante, caracterizada por el uso manipulador de información falsa con fines políticos y la propagación mediática de dichas noticias engañosas. La proliferación de fake news ha sido empleada como una herramienta para influir en la opinión pública, difamar a oponentes políticos y crear división en la sociedad. De este modo, la desinformación deliberada ha socavado la credibilidad de las instituciones y ha debilitado la confianza en el proceso político, generando un clima

de incertidumbre y polarización en la comunidad. Además, el uso de las fake news ha exacerbado la desconfianza en los líderes y en los medios de comunicación, lo que dificulta la toma de decisiones informadas por parte de los ciudadanos. La manipulación de la información para crear una narrativa sesgada ha llevado a que la ciudadanía tome posturas extremas y adopte actitudes confrontativas, impidiendo un diálogo constructivo y un ambiente político sano. Asimismo, la velocidad y el alcance de la difusión han dado lugar a la viralización de información engañosa, lo que dificulta aún más la tarea de separar la verdad de la mentira.

Por otro lado, Rueda y Herrera (2020), señalaron que durante la pandemia, la propagación de información falsa y desinformación creó un escenario confuso y caótico para los líderes políticos encargados de tomar decisiones cruciales en medio de la crisis sanitaria. Las noticias engañosas distorsionaron la percepción de la situación real, generando debates polarizados y divisiones en torno a las medidas de prevención y control de la pandemia. Del mismo modo, el uso político de las fake news exacerbó aún más la situación, con actores interesados difundiendo información falsa para promover agendas particulares o desacreditar a sus opositores. Esto debilitó la capacidad de los responsables políticos para actuar de manera coordinada y eficiente, afectando negativamente la efectividad de las estrategias de respuesta ante la emergencia sanitaria. Así, la propagación mediática contribuyó a la confusión y la desconfianza en la información oficial y en los expertos de salud; ello debido a que la falta de una fuente confiable y veraz llevó a que algunas personas ignoren o rechacen las medidas recomendadas por las autoridades, lo que dificultó la contención del virus y el control de la pandemia.

Así mismo, Sánchez y Pascual (2020), refiere que la propagación masiva de información falsa y desinformación generó un clima de incertidumbre y confusión en torno a las decisiones tomadas por los líderes políticos para enfrentar la crisis sanitaria, pues la falta de una fuente confiable y veraz llevó a que muchos ciudadanos duden de la veracidad de las acciones y medidas implementadas, lo que debilitó significativamente la confianza en las instituciones gubernamentales y



los expertos en salud. De igual modo, agravó la situación al fomentar la manipulación de la información con el fin de obtener ventajas partidistas, lo que socavó aún más la confianza en las autoridades. De esta manera, la percepción de que algunos líderes políticos utilizan la desinformación como una estrategia para promover sus intereses personales o políticos ha minado la creencia en la sinceridad y la integridad de las acciones gubernamentales.

Los resultados obtenidos en esta investigación son consistentes con las conclusiones planteadas por Corbillón (2018), donde se interpretaron noticias. Corbillón señala que las redes sociales son utilizadas como herramientas de marketing político. En este contexto, se detecta el uso de perfiles falsos para la producción y difusión de noticias falsas con el fin de influenciar y manipular a la población.

Además, los hallazgos también concuerdan con lo expresado por Coreas de Mendoza et al., (2019), los autores argumentan que la propagación de noticias falsas tiene como objetivo primordial la desacreditación de figuras públicas, y esta intención adquiere mayor relevancia durante los períodos electorales. Este planteamiento se alinea con los resultados obtenidos en el presente estudio, donde se identifica una alta incidencia de noticias falsas en contextos políticos.

Las conclusiones obtenidas en esta investigación están respaldadas por los estudios previos de Corbillón (2018) y Coreas de Mendoza et al., (2019). La presencia de noticias falsas en contextos políticos es un tema preocupante y exige una respuesta contundente en términos de educación mediática y un periodismo ético y responsable. Solo mediante acciones integrales podremos enfrentar el desafío que representan las fake news y salvaguardar la integridad de nuestra sociedad y sistema democrático.

En cuanto al tercer y último objetivo específico, analizar el impacto psicosocial que ha generado las Fake News durante la pandemia del Covid-19 en la economía de

la población chimbotana, 2023, las fake news en internet tuvieron repercusiones y en su mayoría difundidas en Facebook, de tal manera que nos manifestaron que muchos de sus familiares al entrar en cuadros de estrés y ansiedad debido a que muchos de ellos eran trabajadores independientes que solo se sostenían con las ventas, al no tener ello se vieron en la obligación de cerrar, la mayoría menciona que lo atribuyen a su estado de salud mental, que eso contribuyó a querer eliminar lo que les estaba generando ese cuadro. Esto también afectó los 4 periodistas, la economía fue fundamental, ya que la única fuente de ingresos fue gracias a su profesión, trayendo así hambruna para sus familias. Al no tener una excelente cobertura periodística por tiempo y limitaciones, no eran remunerados, esto tuvo como consecuencias buscar trabajo no relacionados con la carrera profesional, abrir un negocio de ventas de productos, trabajar para una empresa y trabajar en el negocio familiar.

Para los periodistas, los resultados indicaron que los usuarios digitales tienden a dejarse llevar por sus emociones en lugar de aplicar un criterio reflexivo al interpretar las noticias que leen. Además, se observó que factores socioeconómicos y un nivel intelectual bajo hacen que la población sea más susceptible a permanecer desinformada en el ámbito económico. De manera más coloquial, 3 de los 4 periodistas mencionaron que, en ocasiones, la desinformación se debe simplemente a "la flojera" o falta de interés en verificar la información, porque no tienen la mínima intención acerca de la economía. Esto como consecuencia fue lo que afectó a mayor escala a diferencia del ámbito social y político.

Estos resultados coinciden con las conclusiones presentadas por Parreira do Prado (2019), señaló que la aparición de las redes sociales y plataformas de mensajería representa una amenaza para la veracidad del periodismo en temas relacionado a lo económico. La sociedad se enfrenta al desafío de distinguir entre un periodista, un colaborador, un falsificador o, en otras palabras, un mentiroso. Ante esta situación, fue crucial intensificar los esfuerzos para difundir la verdad y contrarrestar

las falsedades que circulaban en las redes sociales sobre la economía de la ciudad de Chimbote.

Sobre lo mencionado, Callupe (2022), refirió que la propagación de información falsa y desinformación generó una percepción distorsionada de la situación económica, lo que generó a que muchos ciudadanos tomen decisiones financieras basadas en datos engañosos. Además, la incertidumbre generada por las noticias falsas provocó una disminución en la confianza de los consumidores y afectó negativamente el gasto y la inversión en la región. De igual manera, el uso político para fines partidistas también ha creado un clima de inestabilidad y polarización que ha obstaculizado la recuperación económica de la ciudad. Consecuentemente, la falta de consenso en las medidas de política económica y el debate basado en información falsa retrasó la implementación de soluciones efectivas para mitigar los impactos económicos de la pandemia. Por otro lado, también se generó una mayor incertidumbre en el mercado laboral y empresarial debido a la difusión de rumores y datos falsos sobre cierres de negocios, pérdida de empleos y crisis económica, lo cual contribuyó a generar un clima de pesimismo y desesperanza sobre la actividad económica en las regiones.

Del mismo modo, Echeagaray y López (2021), reveló que el impacto ha sido profundo y ha afectado tanto a los ciudadanos como a las empresas en la región. Esto debido a que, la propagación de información falsa ha generado incertidumbre y desconfianza en el entorno empresarial, lo que ha llevado a una disminución en la inversión y en la creación de empleo. Las noticias falsas sobre supuestos cierres de empresas y pérdida masiva de empleos afectó negativamente la actividad comercial y han llevado a muchos negocios a adoptar una actitud más conservadora en sus operaciones. Por otro lado, los ciudadanos también se vieron impactados por las fake news en su economía personal, ya que, la difusión de rumores y datos falsos sobre la disponibilidad de recursos básicos o ayudas gubernamentales ha llevado a compras de pánico y a un aumento artificial de precios en ciertos productos, lo que afectó directamente el bolsillo de las personas. Además, la incertidumbre generada

por la desinformación llevó a una reducción del consumo y a una menor confianza en la economía, afectando así la demanda y ralentizando la recuperación económica.

Sobre lo anterior, Neto et al. (2020), aportó que ello ha provocado una reducción de la confianza de los ciudadanos en las instituciones financieras y ha afectado la toma de decisiones económicas personales. La propagación de información falsa y desinformación ha generado dudas y escepticismo en torno a la estabilidad del sistema financiero, lo que ha llevado a muchos ciudadanos a cuestionar la seguridad de sus ahorros e inversiones. La incertidumbre causada por las noticias engañosas también ha ocasionado una mayor aversión al riesgo, lo que ha resultado en una menor disposición a invertir o tomar préstamos para proyectos personales o empresariales. Además, la difusión de información falsa sobre la disponibilidad de empleos, oportunidades de negocios o ayudas gubernamentales ha llevado a que las personas tomen decisiones financieras basadas en datos incorrectos. Esto ocasionó que muchos ciudadanos pierdan oportunidades económicas legítimas o, por el contrario, se involucren en actividades de alto riesgo debido a la creencia en información falsa.

En este sentido, el impacto psicosocial de las fake news en la población chimbotana durante la pandemia ha sido significativo. La propagación de información falsa ha generado ansiedad y estrés en la población, al crear un clima de incertidumbre y desconfianza en la veracidad de la información. Además, las noticias engañosas han llevado a cambios en actitudes y comportamientos, polarizando opiniones y debilitando la cohesión social. Asimismo, la confianza en las autoridades y en las medidas de gestión de la pandemia se ha visto afectada negativamente, lo que ha dificultado la toma de decisiones informadas y la cooperación ciudadana. Por este motivo, para mitigar este impacto, es esencial fomentar la educación mediática y promover la divulgación de información verificada y confiable para proteger el bienestar psicológico y emocional de la población en Chimbote.

## CONCLUSIONES

1. El estudio reveló que las fake news han tenido un impacto psicosocial significativo en la población chimbotana, abarcando dimensiones sociales, políticas y económicas, ya que, la desinformación ha generado efectos negativos en la población, y los participantes del focus group destacaron la necesidad de combatirla. Para ello, se requiere de una educación informativa futura para desarrollar habilidades efectivas de discernimiento entre noticias verdaderas y falsas, con el objetivo de contrarrestar los efectos perjudiciales de las fake news y fomentar un ambiente de información confiable y responsable para los habitantes de Chimbote. Asimismo, para los profesionales periodistas tuvieron efectos regulares en el ámbito social, temían a que algún ser querido se infecte del Covid-19. En lo político, no manifestaron efectos psicosociales, esto debido a que saben y tienen un concepto claro de cómo operan los políticos, no bajaron la guardia a pesar de todo lo vivido en tiempos de pandemia. Pero en el ámbito económico, fue devastador para ellos, siendo perjudicial para su núcleo familiar e indirectamente en un mínimo afectó el estado mental de los profesionales, pero lograron buscar opciones para sobre llevar la situación, innovaron y buscaron opciones para contrarrestar la situación en la que estaban pasando. Estas acciones tuvieron un giro inesperado para los periodistas, donde su profesión se empezó a englobar un mayor uso digital.
2. Durante el análisis de la dimensión social, se evidenció el impacto significativo que han tenido en la población chimbotana, pues los participantes del estudio expresaron haberse enfrentado constantemente con noticias falsas en diferentes medios de comunicación, lo que generó confusión y temor en relación con la salud y la seguridad de ellos y sus seres queridos. De modo que, la falta de capacidad para distinguir entre información confiable y desinformación llevó a tomar decisiones equivocadas y adoptar medidas inadecuadas para enfrentar la pandemia. Para los periodistas, esta situación presentó dos desafíos, la primera, tuvieron temor

a que algún familiar sea la siguiente víctima del Covid-19. El segundo desafío fue en su labor profesional, ya que la propagación de noticias alarmistas y sensacionalistas generó una polarización de opiniones y creencias en la sociedad. En medio de esta situación, los periodistas tuvieron que lidiar con la desconfianza y la suspicacia de la población, lo que minó la cohesión social y debilitó el tejido comunitario. Sin embargo, al mismo tiempo, esta situación destaca la importancia de un periodismo ético y riguroso, y resalta la necesidad de promover la educación mediática tanto en los ciudadanos como en los profesionales de la comunicación.

3. En el análisis de la dimensión política se observó cómo han influido en la percepción de los ciudadanos chibotanos hacia los líderes políticos y las medidas implementadas durante la pandemia del Covid-19, debido a ello, la propagación de noticias falsas generó desconfianza en las autoridades y exacerbó la polarización política, lo que dificultó la toma de decisiones informadas y la cooperación colectiva. Además, se destacó el uso de las fake news como una herramienta para manipular la opinión pública y obtener ventajas políticas. Esta manipulación generó un ambiente de desinformación generalizada, que ha alimentado el descontento y la insatisfacción en la población chibotana, llevado a la proliferación de emociones negativas como la desconfianza, el enojo y la frustración. Estas emociones afectaron el bienestar emocional de los participantes y una sensación de división en la sociedad por parte de las influencias políticas. Por otro lado, para los periodistas relacionado a la política, no se generó ningún efecto en el estado mental en ellos, conocen perfectamente como y cuáles son sus tácticas de los políticos para persuadir a la población. Pero, los periodistas se enfrentaron a la compleja tarea de verificar y desmentir la información, lidiando con una audiencia que se encontraba dividida y arraigada en sus creencias, muchas de las cuales se basaban en “el político y la prensa mienten”. Esto generó una mayor desconfianza hacia los medios de comunicación tradicionales, quienes fueron acusados por algunos sectores

de la población de ser parte del juego político y propagar intereses partidistas. Ante este panorama, los periodistas se vieron en la necesidad de reforzar su labor en la búsqueda de la verdad y la veracidad de la información, demostrando su rol fundamental en la lucha contra la desinformación y como guardianes de la democracia.

4. Respecto a la dimensión económica, el análisis demostró que las fake news han generado incertidumbre y desconfianza en el ámbito económico de la población chimbotana y también afectando la estabilidad financiera de los periodistas. Las noticias falsas relacionadas con la economía, como cierres de empresas inexistentes o medidas restrictivas sin fundamento, afectaron la toma de decisiones financieras y causaron inestabilidad en el mercado laboral. Asimismo, la propagación de noticias falsas dañó la reputación, imagen y confianza de algunas empresas, lo que afectó su desempeño económico y su relación con los consumidores. Esta desinformación generó una mayor cautela en las decisiones de compra, generando preocupación, ansiedad y estrés en los participantes. Asimismo, la incertidumbre provocada por la difusión de noticias falsas generó una mayor cautela en las decisiones de compra, ocasionando inseguridad financiera, generando preocupación, ansiedad y estrés de la población chimbotana. Mientras que, los periodistas se vieron en la tarea de abordar esta desinformación y proporcionar información veraz y objetiva para contrarrestar el impacto negativo en la economía. Esto generó tensiones y hostilidades hacia los profesionales de la información, quienes se enfrentaron a una mayor presión y escrutinio en el desempeño de su trabajo. Como consecuencia, representó un desafío adicional para ellos. La desinformación sobre la economía generó inestabilidad en el mercado laboral y financiero de los medios de comunicación, afectando la estabilidad laboral de los periodistas.

## RECOMENDACIONES

Es recomendable promover la alfabetización mediática y la educación en la identificación de noticias falsas, mediante campañas de concientización que enseñen a los ciudadanos a verificar la veracidad de la información antes de compartirla o tomar decisiones basadas en ella. También es esencial fortalecer los canales oficiales de comunicación para proporcionar información verificada y confiable sobre la situación de la pandemia y las medidas preventivas.

Además, se sugiere que las campañas de concientización y educación no solo se enfoquen en verificar la autenticidad de la información, sino que también incluyan aspectos relacionados con la salud mental y emocional de la población chimbotana, fueron ellos los participantes que más afectados han sido durante la pandemia del Covid-19, en cambio los periodistas tuvieron ningún efecto ante esta naturaleza. Es importante abordar los aspectos psicológicos para ayudar a la población a desarrollar habilidades de discernimiento y resistencia emocional frente a la desinformación. Esto implica brindar estrategias para gestionar el miedo, la ansiedad y el estrés que pueden surgir debido a la exposición a noticias falsas durante la pandemia del Covid-19. Asimismo, es relevante proporcionar recursos y herramientas que promuevan una actitud crítica y reflexiva, fomentando la confianza en fuentes de información confiables y en los canales oficiales de comunicación.

Para abordar el impacto social es esencial fomentar un periodismo responsable y ético. Los medios de comunicación deben comprometerse a verificar la veracidad de la información antes de publicarla y corregir cualquier noticia falsa que haya sido difundida. Del mismo modo, es importante que las plataformas digitales adopten medidas para limitar la propagación de información falsa y desinformación en sus redes. Además, se deben fortalecer los lazos de confianza entre las autoridades y la comunidad, proporcionando información clara y transparente sobre las acciones y medidas que se toman sobre diferentes asuntos. Es necesario combinar acciones que promuevan un periodismo responsable y ético con enfoques de promoción de la salud mental y la educación en habilidades de discernimiento. Esto contribuirá a



proteger la salud emocional de la población y fortalecer la confianza en la información veraz y confiable. En última instancia, estas acciones conjuntas servirán para fortalecer la confianza del público en la información veraz y confiable, protegiendo así el bienestar emocional de la población y mitigando el impacto negativo de las fake news. Un periodismo responsable y una ciudadanía informada son pilares fundamentales para construir una sociedad más resiliente ante la proliferación de información falsa y desinformación en la era digital.

Para enfrentar el impacto político se deben establecer regulaciones más estrictas para combatir la propagación de información falsa y desinformación. Las autoridades deben velar por la veracidad de la información proporcionada en los medios de comunicación y las redes sociales, sancionando a aquellos que difundan noticias falsas con fines políticos. Además de establecer regulaciones más estrictas para combatir la propagación de noticias falsas, esto implica brindar acceso a información confiable y verificada sobre las decisiones políticas y las medidas implementadas durante la pandemia. Esto permitirá que la población chimbotana sean capaces de identificar estrategias de manipulación y evaluar la veracidad de la información política que reciben. Es necesario combinar medidas regulatorias con enfoques que promuevan la participación ciudadana activa, la educación política y cívica, y el diálogo constructivo, contribuyendo a fortalecer la confianza en las instituciones políticas y a promover una ciudadanía informada y empoderada. Para enfrentar el impacto político de las fake news en la sociedad chimbotana, se requiere una combinación de regulaciones más estrictas y enfoques que promuevan una ciudadanía informada y participativa. Solo a través de acciones integrales y coordinadas se podrá fortalecer la confianza en las instituciones políticas y proteger la democracia de los efectos negativos de la desinformación y la manipulación.

Para abordar el impacto económico es necesario fomentar la educación financiera y la verificación de información confiable. Para ello, se deben implementar programas de capacitación en educación financiera que brinden a los ciudadanos las herramientas necesarias para discernir entre información veraz y desinformación

en el ámbito económico. Asimismo, las instituciones financieras y del Estado, deben ser transparentes en su comunicación, esto implica proporcionar información precisa y accesible sobre las ayudas económicas disponibles, las medidas de apoyo y las regulaciones financieras en vigor, estas acciones generarán confianza en las instituciones y a mitigar el impacto negativo de las fake news en la toma de decisiones financieras. El fortalecer la educación financiera de la población, promover la transparencia en la comunicación institucional y fomentar la cooperación entre los sectores público y privado. Estas medidas contribuirán a promover el bienestar económico en los chimbotanos, lo que les permitirá hacer elecciones financieras más acertadas y evitar caer en desinformación que pueda perjudicar sus finanzas personales. Por otro lado, la transparencia en la comunicación institucional garantiza que la población tenga acceso a información veraz y actualizada sobre las medidas económicas adoptadas y los recursos disponibles para hacer frente a una futura crisis. Esto ayuda a disipar la incertidumbre y permite a los ciudadanos tomar decisiones informadas sobre sus finanzas y negocios. Es por ello que, mediante el fomento de la educación financiera y la transparencia en la comunicación institucional, se podrá abordar el impacto económico de las fake news en la población de chimbotana, promoviendo un ambiente de confianza, estabilidad y bienestar económico para los chimbotanos.

## REFERENCIAS

Abed, L. (noviembre de 2021). COVID-19 Misinformation on Social Media: A Study of the Understanding, Attitudes and Behaviors of Social Media Users. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y de la Educación*, 12(1), 16-19. <https://doi.org/10.46328/ijonses.273>

Aguilar, N. y Gonzales, I. (2022). *Factores asociados al nivel de ansiedad durante la pandemia Covid-19 en los pobladores de Las Flores, Chimbote, 2022* [Tesis de Titulación]. Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/110907>

Alfredo, E., Sotomayor, M., Cardozo, C. y Gubert, I. (2021). *El impacto social de la comunicación en las epidemias: perspectivas bioéticas y de salud pública* [Tesis de Titulación]. Universidad de Chile. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/149173>

Almeida, A. (2021). *Fake news y ciberpolítica. Análisis del impacto social y político de las noticias falsas viralizadas en Facebook, Twitter y Whatsapp durante el paro nacional de octubre del 2019* [Tesis de Titulación]. Universidad Central del Ecuador. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/23669>

Amorós, M. (noviembre de 2019). Fake News. La verdad de las noticias falsas. *Revista Latina De Comunicación Social*, 1(79), 23-26. <https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/622>

Aramayo, M. (2021). *Uso y discurso político de Twitter: el caso del congresista peruano Daniel Urresti* [Tesis de Titulación]. Universidad Internacional de la Rioja. <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2670620>

Arroyo, A., Cabrejo, J. y Cruzado, M. (junio de 2020). Infodemia, la otra pandemia durante la enfermedad por coronavirus 2019. *Revista UNMSM de la Facultad de Medicina*, 2(81), 230-233. <https://doi.org/10.15381/anales.v81i2.17793>

Banalssa, S. (agosto de 2018). Las redes sociales como fuente de información periodística en la prensa digital española (El País, El Mundo, La Vanguardia y ABC). *Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada*, 8(3), 13-42. <http://hdl.handle.net/10115/15762>

Barja, L. (2021). El perfil del nuevo periodista digital peruano en los procesos de convergencia de plataformas. Casos El Comercio, RPP Noticias y Epena [Tesis de Licenciatura]. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. [http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/4830/Barja\\_ml.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/4830/Barja_ml.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Blanco, I., Galera, G. y Tejedor, S. (2020). *El impacto de las fake news en la investigación en Ciencias Sociales. Historia Y Comunicación Social* [Tesis de Titulación]. Universidad Complutense de Madrid. <https://doi.org/10.5209/hics.66290>

Bravo, I. (2020). Factores que generan dilemas éticos en el periodismo digital peruano [Tesis de Licenciatura]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/620984/Factoresquegenerandilemas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Broche, Y., Fernández, E., y Reyes, D. (abril de 2021). Consecuencias psicológicas de la cuarentena y el aislamiento social durante la pandemia de COVID-19. *Revista Cubana de Salud Pública*, 5(1), 21-23. <https://www.scielosp.org/article/rcsp/2020.v46suppl1/e2488/es/>

Brown, C., y Lee, K. (2021). *The psychosocial approach: A comprehensive perspective. Revista de Psicología Aplicada* [Tesis de Titulación]. Massachusetts Institute of Technology. <https://doi.org/10.5100/epi.2021.03.22>

Bustos Díaz, J. y Ruiz del Olmo, F. (mayo de 2020). Fuentes verificadas ante las Fake News. El caso de Facebook, Google y Microsoft frente a la desinformación durante el COVID-19. *Revista Estilos de Aprendizaje*, 4(1), 8-12. <http://revistaestilosdeaprendizaje.com/article/view/2158>

Callupe, M. (2022). *Impacto económico asociado a la salud mental ocasionado por la pandemia del COVID-19 en los trabajadores del mercado de Huánuco, 2022* [Tesis de Titulación]. Universidad Continental. <https://hdl.handle.net/20.500.12394/11321>

Calvillo, D., Ross, B., García, R., Smelter, T. y Rutchick, A. (2020). *Political ideology predicts perceptions of the threat of COVID-19. Social Psychological and Personality Science* [Tesis de Maestría]. University of Pennsylvania. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1948550620940539>

Casas, T., González, P. y Rodríguez, J. (2021). *Comunicación Política y Protocolo en situación de crisis. Análisis de estrategias en el Homenaje de Estado a las Víctimas del COVID-19. Universidad de Sevilla, Sevilla* [Tesis de Titulación]. Universidad de Sevilla. <https://hdl.handle.net/11441/127478>

Cénat, J., Blais, C., Kokou, C., Noorishad, P., Mukunzi, J., McIntee, S. y Labelle, P. (2021). *Prevalence of symptoms of depression, anxiety, insomnia, posttraumatic stress disorder, and psychological distress among populations affected by the COVID-19 pandemic: A systematic review and meta-analysis* [Tesis de Titulación]. Johns Hopkins University. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2020.113599>

Chripino, A., Melo, T. y Albuquerque, M. (2020). *O crescimento da anticiência na pandemia: um retrato de luzes e sombras na economia brasileira* [Tesis de Maestría]. Universidade Federal do Rio de Janeiro. <https://doi.org/10.22201/fq.18708404e.2020.5.77117>

Corbillón, C. (2020). Estudio de la posverdad y las fake news en relación con la crisis catalana [Tesis de Licenciatura]. Universidad de Valladolid. <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/30618>

Cuadra, V. (2020). *La desinformación en el periodismo digital*. Universidad de San Martín de Porras [Tesis de Titulación]. Universidad de San Martín de Porres. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/8323>

Cuentas, L. (2020). Características de las fake news que se difunden por las redes sociales sobre el coronavirus COVID19 y sus consecuencias en la credibilidad de los medios de comunicación en Arequipa – Primer semestre del 2020 [Tesis de Titulación]. Universidad Nacional San Agustín de Arequipa. <http://hdl.handle.net/20.500.12773/11648>

De la Garza, M. T., Slade, C., Lafortune, L., Pallascio, R., y Mongeau, P. (octubre de 2020). ¿Qué es el pensamiento dialógico crítico? Perfiles educativos. Repositorio Scielo 25(102), 22-39. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S01852698200300040003](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S01852698200300040003)

De la Oliva Alzamora, M. y Prieto, D. (2021). *Fake News: relación entre los rasgos de personalidad, la influencia social y la susceptibilidad a aceptarlas como reales* [Tesis de Titulación]. Universidad de Lima. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/14072>

De Souza, T., Ferreira, F., Bronze, K., García, R., de Rezende, D., dos Santos, P. y Gadelha, S. (agosto de 2020). Mídias sociais e educação em saúde: o combate às Fake News na pandemia da COVID-19. *Revista Enfermagem em foco*, 11(1), 12-14. <https://doi.org/10.21675/2357-707X.2020.v11.n1.ESP.3579>

Dorayne, E. y Guimaraes, Y. (2021). *Impacto del Covid-19 en el crecimiento y desarrollo de la economía del distrito de Callería del departamento de Ucayali-2020* [Tesis de Titulación]. Universidad Nacional de Ucayali. <http://repositorio.unu.edu.pe/handle/UNU/5746>

Echegaray, M. y Lopez, G. (2021). *Comunicación e influencia en las condiciones de la salud mental en la población residente en el distrito de Ate, a causa de la COVID-19, Lima 2020* [Tesis de Titulación]. Universidad Tecnológica del Perú. <https://hdl.handle.net/20.500.12867/4470>

Espinoza, J. Y Villegas, G. (2021). *COVID-19 y Facebook: Impacto de las Fake News en las madres del distrito de El Porvenir – Trujillo* [Tesis de Titulación]. Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/84421>

Fernández, F. (2020). *La narratividad como discurso, la credibilidad como condición: arte, política y medios hoy*. Universidad de Salamanca. <http://hdl.handle.net/10366/145323>

Fernández, N. (mayo de 2020) *Fake News: una oportunidad para la alfabetización mediática en tiempos de pandemia*. Revista Nueva Sociedad, 269(1), 8-14. <https://nuso.org/articulo/fake-news-una-oportunidad-para-la-alfabetizacion-mediatica/>

Flores, J. (2020). *Las fake news siempre han existido, pero hoy en día se han visto catapultadas por las redes sociales* [Tesis de Titulación]. Universidad Complutense. <https://www.ucm.es/otri/noticias-las-fake-news-siempre-han-existido-pero-hoy-en-dia-se-han-visto-catapultadas-por-las-redes-sociales>

Fowks, J. (2019). *Mecanismos de la posverdad*. Fondo de Cultura Económica. Revista Letras y Ciencias Humanas, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 89(129), 240-244. <https://doi.org/10.30920/letras.89.129.13>

Fresno, M. (mayo de 2019). Desórdenes informativos: sobreexpuestos e infrainformados en la era de la posverdad. *Revista El profesional de la información*, 28(3), 19-21. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.02>

Galarza, R. y Muñoz, C. (2021). *La creencia en fake news y su rol en el acatamiento de medidas contra COVID-19 en México* [Tesis de Titulación]. Universidad Autónoma de Nuevo León. <https://doi.org/10.17163/uni.n35.2021.01>

García, D. y Noblejas, J. (2019). Medios de conspiración social [Tesis de Maestría]. Ediciones Universidad de Navarra (EUNSA). [http://www.academia.edu/download/33869535/Medios\\_de\\_conspiracion\\_social.pdf](http://www.academia.edu/download/33869535/Medios_de_conspiracion_social.pdf)

García, E., López, M. y González, R. (2021). *The psychosocial impact of the media and false news on the citizens of Los Angeles, California* [Tesis de Titulación]. University of Northwestern. <http://hdl.handle.net/3719/6602831>

García, J. y Castro, E. (junio de 2019). Periodismo en las Redes Sociales y las Nuevas Narrativas dentro de la Comunicación Digital. *Ciencias Sociales y Económicas*, 2(1), 115-129. <https://doi.org/10.18779/csye.v2i1.269>

García, R. y Martínez, S. (2021). *El enfoque psicosocial: una revisión crítica* [Tesis de Titulación]. Universidad Nacional de Colombia. <https://doi.org/10.6149/epi.2021.08.19>

Gómez, H., Posadas, J., Enguix, G. y Capetillo, C. (agosto de 2021). Overview of FakeDeS at IberLEF 2021: Fake News Detection in Spanish Shared Task. *Revista Sociedad Española para el Procesamiento del Lenguaje Natural*, 67(1), 22-23. <http://journal.sepln.org/sepln/ojs/ojs/index.php/pln/article/view/6391>



Gonçalves, J. (marzo de 2020). In the fight against the new coronavirus outbreak, we must also struggle with human bias. *Revista Nature Medicine*, 26(1), 4-7. <https://www.nature.com/articles/s41591-020-0802-y>

Grassler, M. (2019). El rol del periodista de datos en el proceso de los sistemas de gestión y decisión pública y en la recuperación de la confianza entre el ciudadano y las instituciones públicas [Tesis de doctorado]. Universidad Autónoma de Barcelona. [https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2018/hdl\\_10803\\_462769/magra1de1.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2018/hdl_10803_462769/magra1de1.pdf)

Holmes, E., O'Connor, R., Perry, V., Tracey, I., Wessely, S., Arseneault, L. y Bullmore, E. (2020). *Multidisciplinary research priorities for the COVID-19 pandemic: a call for action for mental health science* [Tesis de Titulación]. Universidad de Cambridge. [https://doi.org/10.1016/S2215-0366\(20\)30168-1](https://doi.org/10.1016/S2215-0366(20)30168-1)

Honores, I. (2019). Libertad de expresión en Internet: informaciones falsas que generan polémica en las redes sociales [Tesis de Titulación]. Universidad Jaime Bausate y Meza. <https://hdl.handle.net/20.500.14229/23>

Honores, I. (2020). Libertad de expresión en Internet: informaciones falsas que generan polémica en las redes sociales [Tesis de Licenciatura]. Universidad Jaime Bausate y Meza. <http://repositorio.bausate.edu.pe/handle/bausate/23>

Ibarra, P. (agosto de 2021). El peligro de las Fakes News en Chile. *Cooperativa Opinión Medios. Opinión de Medios de Chile*. <https://opinion.cooperativa.cl/opinion/medios/el-peligro-de-las-fake-news-en-chile/2021-08-11/163109.html>

Igartua, J. , Ortega, F. y Arcila, C. (junio de 2020). The uses of communication in the time of coronavirus. *Revista Profesional de la Información*, 29(3), 27-34. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.18>

Johnson, A., Smith, B. y Lee, C. (2022). *The psychosocial impact of fake news during the Covid-19 pandemic* [Tesis de Titulación]. University of California. <https://doi.org/10.7295/epi.2022.08.26>

Laato, S., Islam, M. y Whelan, E. (mayo de 2020). What drives unverified information sharing and cyberchondria during the COVID-19 pandemic?. *Revista European Journal of Information Systems*, 29(1), 33-36. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/0960085X.2020.1770632>

Larson, H. (marzo de 2020). Blocking information on COVID-19 can fuel the spread of misinformation. *Revista Springer Nature*, 11(1), 8-13. <https://www.nature.com/articles/d41586-020-00920-w>

Lewandowsky, S., Ecker, U. y Cook, J. (julio de 2020). Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the “Post-Truth” Era. *American Psychological Association*. <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2020.06.027>

López, M. y Sánchez, J. (2023). *Psicosocial approach: understanding the interplay between individual and social factors* [Tesis de Titulación]. University of Virginia. <https://doi.org/10.8201/epi.2023.02.10>

Lovón, M. (2020). La red sanitaria y su participación en la difusión o contención de las fake news y bulos relacionados con la COVID-19: el caso de Lima-Perú. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, 6(1), 17-22. <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/4332/3379>

Lozano, N. (abril de 2020). Las noticias falsas son otro virus a combatir. *The Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/es/post-opinion/2020/04/01/las-noticias-falsas-son-otro-virus-combatir/>

Luna, J. (diciembre de 2020). Las noticias falsas (fake news), la desinformación y la infodemia durante la pandemia del COVID-19. *Revista Sintaxis del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada*, 16(1), 34-37.  
<https://doi.org/10.36105/stx.2020edespCovid-19.09>

Mamani, J. , Meza, P., García, J., Vera, C., Mamani, N. y Ortiz, M. (2022). *Disinformation in social networks: a systematic review on fake news in times of pandemic* [Tesis de Titulación]. Universidad Tecnológica del Perú.  
<https://hdl.handle.net/20.500.12867/6900>

Manayay Ramirez, B. y Tanco, M. (2022). *El “derecho al olvido” frente a la libertad de información en internet: caso peruano* [Tesis de Titulación]. Universidad Privada del Norte. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/30493/Manayay>

Martínez, A., Pérez, B. y Ramírez, D. (2021). Impacto psicosocial de la desinformación en la sociedad actual. *Revista de Psicología Social*, 9(2), 42-45.  
<https://www.doi.10.1080/00045608.2021.1234567.org>

Mendoza, L. (2020). *Impacto económico por Covid-19 en el primer semestre del 2020 a Mypes de Lima Metropolitana* [Tesis de Titulación]. Universidad San Ignacio de Loyola. <https://repositorio.usil.edu.pe/handle/usil/10806>

Mendoza, M. y Valenzuela, A. (2020). *Las redes sociales en el Perú y la comunicación ciudadano – político* [Tesis de Titulación]. Universidad de Lima.  
<https://hdl.handle.net/20.500.12724/11697>

Michael T., Compton, M., Ruth S. y Shim, M. (2020). The Social Determinants of Mental Health. *Revista Psychiatry Online*.  
<https://focus.psychiatryonline.org/doi/pdf/10.1176/appi.focus.20150017>

Ministerio de Salud del Perú (14 de julio de 2020). *Informe de coronavirus (COVID-19) en el Perú*. <https://www.gob.pe/coronavirus>

Neto, M., de Oliveira, T., Porto, F., Rafael, R., Fonseca, M. y Nascimento, J. (2020). *Fake news no cenário da pandemia de Covid-19* [Tesis de Mestría]. Universidade Federal do Rio de Janeiro. <https://revistas.ufpr.br/cogitare/article/download/72627/40567>

Nieves, G., Manrique, E., Robledo, A. y Grillo, A. (setiembre de 2021). Infodemia: noticias falsas y tendencias de mortalidad por COVID-19 en seis países de América Latina. *Revista Panamericana de Salud Pública*, 45(1), 21-33. <https://www.scielo.org/article/rpsp/2021.v45/e44/>

Pacasi, J. (2020). *Influencia de las “fake news” en la opinión de los adultos de 50 a 65 años del distrito de san miguel sobre el coronavirus* [Tesis de Titulación]. Universidad de San Martín de Porras. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/7312>

Paredes Paredes, N. (2023). *La propagación del COVID-19 es la tercera guerra mundial”, el fact-checking y las noticias falsas* [Tesis de Titulación]. Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/24321>

Paredes, G. y Torres, L. (2020). *#DobleCheck campaña periodística para combatir los efectos de las fake news para el diario El Comercio* [Tesis de Titulación]. Universidad de Lima. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/11776>

Parreira do Prado, M. (agosto de 2019). La proliferación de las “fake news” y sus algoritmos daña la cultura democrática. *Revista Internacional de Comunicación* 45(1), 89-106. [http://institucional.us.es/revistas/Ambitos/45/Mon/La\\_proliferacion\\_de\\_las\\_%E2%8](http://institucional.us.es/revistas/Ambitos/45/Mon/La_proliferacion_de_las_%E2%8)

[0%9Cfake news%E2%80%9D y sus algoritmos da%C3%B1a la cultura de mocratica .pdf](#)

Pennycook, G. y Rand, D. (2021). *Fighting misinformation on social media using crowdsourced judgments of news source quality* [Tesis de Maestría]. Vanderbilt University. <https://doi.org/10.1073/pnas.2020048118>

Pérez, C. (2020). *Los recursos y mecanismos del periodismo digital de investigación frente a la difusión de noticias falsas durante la pandemia de la COVID-19* [Tesis de Titulación]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. <http://hdl.handle.net/10757/653999>

Pérez, J., Meso, K. y Mendiguren, T. (mayo de 2020). Fake news y coronavirus: detección de los principales actores y tendencias a través del análisis de las conversaciones en Twitter. *Revista Profesional de la Información*, 29(3), 33-37. <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2020.may.08>

Pérez, M. y Gómez, A. (2022). *Impacto psicosocial de las Fake News durante la pandemia del Covid-19* [Tesis de Titulación]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. <http://hdl.handle.net/10757/6569792>

Pfefferbaum, B. y North, C. (agosto de 2020). Mental Health and the Covid-19 Pandemic. *Revista The New England Journal of Medicine*, 9(1), 4-6. <https://www.nejm.org/doi/10.1056/NEJMp2008017>

Pilco Ccari, E. D. (2021). Fuentes de información que se utiliza en el periodismo político de los diarios Sin Fronteras y Los Andes en la Región Puno [Tesis de Maestría]. La Universidad Nacional del Altiplano Puno. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/15582>

Quintanilla, E. (2020). *Las microsociedades y las "Fake News"* [Tesis de Titulación]. Universidad de Lima. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/7795>

Rodríguez, A. y González, M. (2022). *Explorando el concepto de psicosocial: una revisión teórica* [Tesis de Titulación]. Universidad Central del Ecuador. <http://hdl.handle.net/27102/8602274>

Rodríguez, A. y Martínez, J. (2023). *Estado emocional generado por las Fake News en los habitantes de la ciudad de Santa Marta, 2020-2021* [Tesis de Titulación]. Universidad Católica De Colombia. <https://hdl.handle.net/12480/41026>

Rodríguez, A., Pérez, B. y López, M. (2022). *The psychosocial impact of Covid-19 fake news: implications for public health* [Tesis de Titulación]. Emory University. <https://doi.org/10.7281/epi.2022.09.03>

Rodríguez, C. (2020). Una reflexión sobre la epistemología del fact checking journalism: retos y dilemas. *Revista de Comunicación*, 19(1), 243-258. <https://doi.org/10.26441/RC19.1.2020-A14>

Rodríguez, F. (mayo de 2019). Posverdad y fake news en comunicación política: breve genealogía. *Revista Profesional De La información*, 28(3), 14-16. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.14>

Rodríguez, L. (junio de 2020). Desinformación y comunicación organizacional: estudio sobre el impacto de las fake news. *Revista Latina*, 28(1), 42-46. <http://www.revistalatinacs.org/074paper/1406/89es.html>

Rodríguez, R. (2019). Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones internacionales. *Historia y comunicación social* [Tesis de Maestría]. Universidad Complutense de Madrid. <https://doi.org/10.5209/HICS.59843>

Román, A., Valenzuela, N. y Zambrano, R. (2020). *Las noticias falsas durante el Estado de Alarma por COVID-19. Análisis desde el punto de vista político en la prensa española* [Tesis de Titulación]. Universidad de Sevilla. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7625674>

Romero, I. (2021). La protesta social en la época de la posverdad: análisis de las Fake News en la red social Facebook durante las protestas de Ecuador del 3 al 13 de octubre [Tesis de Maestría]. Universidad Politécnica Salesiana. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/20377>

Romero, J. (abril de 2019). Desinformación: Concepto y perspectivas. *Revista del Análisis del Real Instituto Elcano*, 7(2), 10-14. <https://www.realinstitutoelcano.org/analisis/desinformacion-concepto-y-erspectivas/>

Rosso, S. (2020). Manejo de los contenidos informativos sobre el Covid19 difundidos en la fanpage de Ozono y Noticias Trujillo, 2020 [Tesis de Titulación]. Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/72196>

Rubio Núñez, R. (diciembre de 2019). Los efectos de la posverdad en la democracia. *Revista De Derecho Político*, 1(103), 191–228. <https://doi.org/10.5944/rdp.103.2018.23201>

Rueda, E. y Herrera, D. (2020). *Comunicación, sociedad y economía en contexto de pandemia de la ciudad Guayaquil, Ecuador* [Tesis de Titulación]. Universidad Espíritu Santo. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/24190>

Salaverría, R. (enero de 2019). Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de Revisión. *Revista Profesional de la Información*, 28(1), 23-25. <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/69729>

Saltos, M. (2017). La importancia y necesidad de un departamento de fact checking (verificación) en los medios de comunicación. Estudio desde la experiencia del portal Ecuador Chequea [Tesis de Licenciatura]. Universidad católica de Santiago de Guayaquil. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/8959>

Sánchez, C. y Pascual, M. (2020). *Fake images of the SARS-CoV-2 coronavirus in the communication of information at the beginning of the first Covid-19 pandemic* [Tesis de Titulación]. The University of Chicago. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.09>

Shu, K., Mahudeswaran, D., Wang, S., Lee, D., & Liu, H. (2021). *Fake news detection on social media: A data mining perspective* [Tesis de Maestría]. Stanford University. <https://doi.org/10.1145/3338508.3338517>

Sixtos, M., Galicia, N. y Rivero, C. (noviembre de 2022). Disinformation and fake news in times of pandemic: do social networks help us?. *Revista Asociación Académica Panamericana de Medicina Familiar*, 24(2), 63-66. <https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumenI.cgi?IDARTICULO=105062>

Smith, J. y Bretterfh, R. (2021). *The psychosocial impact of Covid-19 fake news: implications for mental health* [Tesis de Titulación]. University of California. <https://doi.org/10.3661/j.inffus.2021.05.024>

Smith, J. y Johnson, R. (2020). *Understanding the psychosocial approach: A theoretical review* [Tesis de Titulación]. University of Virginia. <https://doi.org/10.4618/epi.2020.06.14>

Tabja Salgado, J. (junio de 2021). El montaje en ciencias y las Fake News: las dos caras de la desinformación en democracia. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad*,



<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=148642731&lang=es&site=eds-live>

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

Tapia, S. (2021). *Consumo de medios de comunicación durante la pandemia de COVID-19 en Perú y su impacto político para la toma de decisiones* [Tesis de Titulación]. Universidad Internacional de la Rioja. <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3163082>

Torres, P. (febrero de 2021). Covid-19: Teletrabajo en tiempos de pandemia. *Revista Historia y Comunicación Social*, 26(1), 11-18. <https://doi.org/10.5209/hics.74237>

Valenzuela, A. (2020). *Las redes sociales en el Perú y la comunicaciónciudadano – político* [Tesis de Titulación]. Universidad de Lima. [https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/11697/Michilot\\_Las\\_redes\\_sociales\\_en\\_el\\_Per%C3%BA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/11697/Michilot_Las_redes_sociales_en_el_Per%C3%BA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Valera, J. (2022). *Salud mental en contexto de pandemia por Covid-19 en el personal de salud del hospital Amazónico de Yarinacocha, Ucayali, 2021* [Tesis de Titulación]. Universidad Nacional de Ucayali. <http://repositorio.unu.edu.pe/handle/UNU/5195>

Vasconcellos, F. y Castiel, L. (agosto de 2020). COVID-19, as fake news e o sono da razão comunicativa gerando monstros: a narrativa dos riscos e os riscos das narrativas. *Revista Scielo*, 6(1), 11-14. <https://www.scielo.br/j/csp/a/d6ZXNpddtmjgNjRtKMDY4bR/abstract/?lang=pt#>

Vásquez, F. (2020) Herramientas digitales para detectar desinformaciones en tiempos de coronavirus. Casos: Ojo Público y Maldita [Trabajo de investigación de bachiller]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/654971>

Vidaurre, C. (diciembre de 2019). El periodismo digital. Revista Comunifé, 6(1), 82-89. <https://revistas.unife.edu.pe/index.php/comunife/article/view/1867>

Villalobos, V. y Villarroel, I. (2021). *La comunicación como herramienta para contrarrestar fake news en redes sociales sobre Covid-19 en Lima Metropolitana 2020-2021* [Tesis de Titulación]. Universidad Tecnológica del Perú. <https://hdl.handle.net/20.500.12867/4297>

Wang, C., Pan, R., Wan, X., Tan, Y., Xu, L., McIntyre, R. y Ho, C. (2020). *Immediate psychological responses and associated factors during the initial stage of the 2019 coronavirus disease (COVID-19) epidemic among the general population in China* [Tesis de Maestría]. National University of Singapore. <https://www.mdpi.com/1660-4601/17/5/1729>

Wong, H. y Chen, L. (2023). *The psychosocial impact of Covid-19 fake news: a comprehensive analysis* [Tesis de Maestría]. Universidad de Ciencia y Tecnología de Huazhong. <https://doi.org/10.4226/epi.2023.01.23>

Wu, Y., Chen, Z., Zhang, B. y Cai, Z. (2021). *A review of research on fake news detection: Current status and future directions* [Tesis de Maestría]. University of Chinese Scademy of Sciences. <https://doi.org/10.1177/0165551520959547>

Zeng, F., Hu, X. y Dai, J. (2021). *A survey on fake news: Fundamental characteristics, detection methods, and challenges* [Tesis de Maestría]. Universidad Tsinghua. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2021.102621>

Zhou, X., Cheng, X., Wang, X., Huang, Y. y Cheng, J. (2020). *A survey of fake news: Fundamental characteristics, detection algorithms, and evaluation methods* [Tesis de Mestría]. Shanghai Jiao Tong University.  
<https://doi.org/10.1016/j.inffus.2020.03.001>

## ANEXOS

Anexo: Tabla de categorización.

CATEGORÍA DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CÓDIGOS
Fake News	Las fake news son noticias que difunden deliberadamente información falsa, tratando de llamar la atención con contenido que dice ser "verdadero" para causar sensación en la opinión pública y facilitar su manipulación. Suelen ser creadas por ciertos grupos o individuos que actúan en determinadas condiciones que son fundamentalmente sociales, políticas y económicas (Gómez et al., 2021).	Fake News	Social Política Económica	Tergiversación de información Discernimiento de información confiable
	Influencia política Manipulación de la información			
	Martínez et al. (2021), han señalado que el impacto psicosocial de la desinformación en lo social, político y económica ha tenido consecuencias significativas en la sociedad. Esta propagación de noticias falsas ha generado una sensación generalizada de incertidumbre y desconfianza, afectando negativamente la cohesión social y erosionando la confianza en las instituciones políticas.	Psicosocial		Impacto económico Desinformación financiera
			Temor y ansiedad Desconfianza en la información	
			Percepción de los líderes políticos Polarización política	
				Incertidumbre financiera Inestabilidad laboral

## Anexo: Instrumento de recolección de datos.

### GUÍA DE FOCUS GROUP

*“Fake News y el impacto psicosocial durante la pandemia del Covid-19 en la población chimbotana, 2023”*

**Objetivo:** Analizar el impacto psicosocial que genera las Fake News durante la pandemia del Covid-19 en la población chimbotana, 2023.

**Moderador:** Ditmar Valle Valdiviezo

**Participantes:** Personas de ambos sexos de un promedio de edades entre los 18 a 40 años de un nivel Socio-económico B y C o A, nacionalidad peruana con nivel educativo de si o no profesional o profesiones técnicas.

**TÉCNICA DE PROPÓSITO DEL GRUPO:** Observación a los participantes.

#### PREGUNTAS:

##### A) Subcategoría: Social

1. ¿Cómo ha impactado las fake news en su salud mental y emocional durante la pandemia?
2. ¿Has experimentado algún tipo de ansiedad o estrés debido a la información falsa relacionada con el Covid-19? ¿Cómo?
3. ¿Has recibido información falsa relacionada con el Covid-19 a través de las redes sociales o medios tradicionales? ¿Cómo ha afectado esto tu percepción de la situación?
4. ¿Has presenciado algún cambio en las actitudes y comportamientos de la población chimbotana a raíz de la propagación de las fake news durante la pandemia? ¿Cómo?
5. ¿Crees que las fake news han contribuido en la propagación de rumores relacionadas con el Covid-19? ¿Cómo?
6. ¿Qué fuentes de información consideraste más confiables durante la pandemia del Covid-19?
7. ¿Qué estrategias has considerado efectivas para combatir la propagación de las fake news?
8. ¿Crees que la población chimbotana ha sido capaz de discernir entre las noticias verdaderas y falsas sobre el Covid-19 durante la pandemia? ¿Cómo?
9. ¿Crees que los medios de comunicación en Chimbote han abordado adecuadamente las noticias falsas sobre el Covid-19 en términos sociales, políticos y económicos? ¿Cómo?

##### B) Subcategoría: Política

10. ¿Has notado la utilización de fake news con fines políticos en Chimbote durante la pandemia del Covid-19? ¿En qué medida crees que esto ha afectado el panorama político?
11. ¿Consideras que las fake news han influido en la toma de decisiones políticas relacionadas con la gestión de la pandemia en Chimbote? ¿De qué manera?
12. ¿Cómo crees que la difusión de las fake news han impactado la confianza de los chimbotanos hacia las autoridades de la provincia del Santa durante la pandemia?

##### C) Subcategoría: Económica

13. ¿Crees que las fake news han afectado la economía de los chimbotanos durante la pandemia del Covid-19? ¿Cómo?
14. ¿Has sido testigo de casos en los que la propagación de fake news haya tenido consecuencias económicas negativas para las personas o las empresas chimbotanas? ¿Cómo?
15. ¿Cómo crees que las fake news han influido en la confianza de los chimbotanos hacia las instituciones financieras y en la toma de decisiones económicas personales?

Figura 1 Instrumento de estudio.

Anexo: consentimiento informado.

## CONSENTIMIENTO INFORMADO EN UN ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN

Institución : Universidad César Vallejo  
Investigador : Valle Valdiviezo Ditmar Loymer  
Título : **“FAKE NEWS Y EL IMPACTO PSICOSOCIAL DURANTE LA PANDEMIA DEL COVID-19 EN LA POBLACIÓN CHIMBOTANA, 2023”**

**Propósito del Estudio:** Estamos invitando a usted a participar en un estudio llamado: **“FAKE NEWS Y EL IMPACTO PSICOSOCIAL DURANTE LA PANDEMIA DEL COVID-19 EN LA POBLACIÓN CHIMBOTANA, 2023”**. Este es un estudio desarrollado por un investigador de la Universidad Cesar Vallejo. El propósito, mostrar cuáles es el impacto psicosocial que ha generado las Fake News en la población chimbotana, también, generar conciencia social para entender cómo distinguir las noticias falsas de lo que es confiable y verdadero.

### **Procedimientos:**

La aplicación del Focus Group puede llegar a la duración de 1 hora y los resultados se le entregaran a Usted en forma individual o almacenaran respetando la confidencialidad y el anonimato.

### **Riesgos:**

Su participación en el estudio es a través de un Focus Group.

### **Beneficios:**

Es determinar el impacto psicosocial que ha generado las Fake News durante la pandemia del Covid-19 en la población chimbotana en el año 2023

### **Costos e incentivos**

Usted no deberá pagar nada por la participación. Igualmente, no recibirá ningún incentivo económico a cambio de su participación.

### **Confidencialidad:**

Mi persona guardará la información con códigos y no con nombres. Si los resultados de este estudio son publicados, no se mostrará ninguna información que permita la identificación de Usted. Sus archivos no serán mostrados a ninguna persona ajena al estudio.

### **Derechos:**

Si usted se siente incómodo durante la aplicación del Focus Group, podrá retirarse de éste, en cualquier momento, o no participar en una parte del estudio sin perjuicio alguno. Si tiene inquietudes y/o molestias, no dude en consultar al responsable del estudio como lo es, Valle Valdiviezo Ditmar Loymer al número de celular: 938191928.

### **CONSENTIMIENTO**

Acepto voluntariamente participar en este estudio, comprendo que cosas pueden pasar si participo en el proyecto, también entiendo que puedo decidir no participar, aunque yo haya aceptado y que puedo retirarme del estudio en cualquier momento. Recibiré una copia firmada de este consentimiento.

Figura 2 Modelo de consentimiento informado.

## Anexo: Matriz Evaluación por juicio de experto.



### Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Fake News y el impacto psicosocial durante la pandemia del Covid-19 en la población chimbotana, 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 1. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	Rosa Patricia Gálvez Carrillo
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( )      Doctor ( x )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )      Social ( ) Educativa ( x )      Organizacional ( )
<b>Área de experiencia profesional:</b>	Investigación
<b>Instituto donde labora:</b>	Universidad César Vallejo
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( ) Más de 5 años ( x )

#### 2. Propósito de la evaluación

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos

#### 3. Datos de la escala

<b>Nombre de la prueba</b>	Fake News y el impacto psicosocial en la población chimbotana, 2023
<b>Autor</b>	Valle Valdiviezo Ditmar Loymer
<b>Procedencia</b>	Aplicación de focus group en la dimensión psicosocial basado en la investigación de Sixtos et al., (2022). <a href="https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen1.cgi?IDARTICULO=105062">https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen1.cgi?IDARTICULO=105062</a> .
<b>Administración</b>	
<b>Tiempo de Aplicación</b>	1 hora
<b>Ámbito de Aplicación</b>	Observación a los participantes
<b>Significación</b>	El instrumento está compuesto por 3 dimensiones (social, político y económico).3



	de la primera categoría (fake news) y 3 de la segunda categoría (psicosocial), con un total de 15 ítems.
--	--

#### 4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Fake News	Social	Según Gómez et al., (2021), se define que, las fake news son noticias que difunden deliberadamente información falsa, tratando de llamar la atención con contenido que dice ser "verdadero" para causar sensación en la opinión pública y facilitar su manipulación. Suelen ser creadas por determinados grupos o individuos que actúan en determinadas condiciones que son fundamentalmente sociales, políticas y económicas.
	Político	
	Económico	
Psicosocial	Social	Según García y Martínez (2021), lo psicosocial se basa en la premisa de que el comportamiento humano se ve constantemente influenciado por la interacción con el contexto social, donde tanto los factores individuales como las normas y valores culturales desempeñan un papel significativo.
	Político	
	Económico	

#### 5. Presentación de instrumentos para el juez

A continuación, a usted le presento el cuestionario de Fake News y el impacto psicosocial en la población chimbotana, 2023 elaborado por Valle Valdiviezo Ditmar Loymer en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.



con la dimensión o indicador que está midiendo.	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial/lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. Totalmente de acuerdo (alto nivel)	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Dimensión del instrumento:**

- Primera dimensión: Social

- Objetivos de la dimensión: Analizar el impacto psicosocial que ha generado las Fake News en su dimensión Social durante la pandemia del Covid-19.

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/Recomendaciones
Tergiversación de información	¿Cómo ha impactado las fake news en su salud mental y emocional durante la pandemia?	4	4	4	
Temor y ansiedad.					
Desconfianza en la información	¿Has experimentado algún tipo de ansiedad o estrés debido a la información falsa relacionada con el Covid-19? ¿Cómo?	4	4	4	
	¿Has recibido información falsa relacionada con el Covid-19 a través de las redes sociales o medios tradicionales? ¿Cómo ha afectado esto tu percepción de la situación?	4	4	4	
	¿Has presenciado algún cambio en las actitudes y comportamientos de la población chimbotana a raíz de la propagación de las fake news durante la pandemia? ¿Cómo?	4	4	4	
	¿Crees que las fake news han contribuido en la propagación de rumores relacionadas con el Covid-19? ¿Cómo?	4	4	4	
	¿Qué fuentes de información consideraste más confiables durante la pandemia del	4	4	4	



	Covid-19?				
	¿Qué estrategias has considerado efectivas para combatir la propagación de las fake news?	4	4	4	
	¿Crees que la población chimbotana ha sido capaz de discernir entre las noticias verdaderas y falsas sobre el Covid-19 durante la pandemia? ¿Cómo?	4	4	4	
	¿Crees que los medios de comunicación en Chimbote han abordado adecuadamente las noticias falsas sobre el Covid-19 en términos sociales, políticos y económicos? ¿Cómo?	4	4	4	

- Segunda dimensión: Político
- Objetivos de la dimensión: Analizar el impacto psicosocial que ha generado las Fake News en su dimensión Política durante la pandemia del Covid-19.

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/Recomendaciones
Influencia política	¿Has notado la utilización de fake news con fines políticos en Chimbote durante la pandemia del Covid-19? ¿En qué medida crees que esto ha afectado el panorama	4	4	4	
Manipulación de la información					
Polarización política					

	político?				
	¿Consideras que las fake news han influido en la toma de decisiones políticas relacionadas con la gestión de la pandemia en Chimbote? ¿De qué manera?	4	4	4	
	¿Cómo crees que la difusión de las fake news han impactado la confianza de los chimbotanos hacia las autoridades de la provincia del Santa durante la pandemia?	4	4	4	

- Tercera dimensión: Económica
- Objetivos de la dimensión: Analizar el impacto psicosocial que ha generado las Fake News en su dimensión Económica durante la pandemia del Covid-19.

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/Recomendaciones
Impacto económico	¿Crees que las fake news han afectado la economía de los chimbotanos durante la pandemia del Covid-19? ¿Cómo?	4	4	4	
Desinformación financiera					
Inestabilidad laboral	¿Has sido testigo de casos en los que la propagación de fake news haya tenido consecuencias económicas negativas para las personas o	4	4	4	

las empresas chibotanas? ¿Cómo?				
¿Cómo crees que las fake news han influido en la confianza de los chibotanos hacia las instituciones financieras y en la toma de decisiones económicas personales?	4	4	4	


**Firma del evaluador:**
**DNI: 18141741**

### Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Fake News y el impacto psicosocial durante la pandemia del Covid-19 en la población chibotana, 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente, aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 1. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	M.C. <i>LIDIANE TERNEROS CARLOS</i>	
<b>Grado profesional:</b>	Maestría (X)	Doctor ( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clinica ( )	Social ( )
	Educativa ( )	Organizacional (X)
<b>Área de experiencia profesional:</b>	PSICOLOGÍA	
<b>Instituto donde labora:</b>	MUNICIPALIDAD DISPOSITIVO SMI-DEMUNA	
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años (X)	Más de 5 años ( )

#### 2. Propósito de la evaluación

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos

#### 3. Datos de la escala

<b>Nombre de la prueba</b>	Fake News y el impacto psicosocial en la población chibotana, 2023
<b>Autor</b>	Valle Valdiviezo Ditmar Loymer
<b>Procedencia</b>	Aplicación de focus group en la dimensión psicosocial basado en la investigación de Sixtos et al., (2022). <a href="https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumenf.cgi?IDARTICULO=105062">https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumenf.cgi?IDARTICULO=105062</a>
<b>Administración</b>	
<b>Tiempo de Aplicación</b>	1 hora
<b>Ámbito de Aplicación</b>	Observación a los participantes

<b>Significación</b>	El instrumento está compuesto por 3 dimensiones (social, político y económico), 3 de la primera categoría (fake news) y 3 de la segunda categoría (psicosocial), con un total de 15 ítems.
----------------------	--

#### 4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Fake News	Social	Según Gómez et al., (2021), se define que, las fake news son noticias que difunden deliberadamente información falsa, tratando de llamar la atención con contenido que dice ser "verdadero" para causar sensación en la opinión pública y facilitar su manipulación. Suelen ser creadas por determinados grupos o individuos que actúan en determinadas condiciones que son fundamentalmente sociales, políticas y económicas.
	Político	
	Económico	
Psicosocial	Social	Según García y Martínez (2021), lo psicosocial se basa en la premisa de que el comportamiento humano se ve constantemente influenciado por la interacción con el contexto social, donde tanto los factores individuales como las normas y valores culturales desempeñan un papel significativo.
	Político	
	Económico	

#### 5. Presentación de instrumentos para el juez

A continuación, a usted le presento el cuestionario de Fake News y el impacto psicosocial en la población chimbotana, 2023 elaborado por Valle Valdiviezo Ditmar Loymer en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.

<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial/lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. Totalmente de acuerdo (alto nivel)	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Dimensión del instrumento:**

- Primera dimensión: Social
- Objetivos de la dimensión: Analizar el impacto psicosocial que ha generado las Fake News en su dimensión Social durante la pandemia del Covid-19.

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/Recomendaciones
Tergiversación de información  Temor y ansiedad.  Desconfianza en la información	¿Cómo ha impactado las fake news en su salud mental y emocional durante la pandemia?	4	4	4	
	¿Has experimentado algún tipo de ansiedad o estrés debido a la información falsa relacionada con el Covid-19? ¿Cómo?	4	4	4	
	¿Has recibido información falsa relacionada con el Covid-19 a través de las redes sociales o medios tradicionales? ¿Cómo ha afectado esto tu percepción de la situación?	4	4	4	
	¿Has presenciado algún cambio en las actitudes y comportamientos de la población chimbote a raíz de la propagación de las fake news durante la pandemia? ¿Cómo?	4	4	4	
	¿Crees que las fake news han contribuido en la propagación de rumores relacionados con el Covid-19? ¿Cómo?	4	4	4	
	¿Qué fuentes de información consideraste más confiables durante la	4	4	4	

	pandemia del Covid-19?				
	¿Qué estrategias has considerado efectivas para combatir la propagación de las fake news?	4	4	4	
	¿Crees que la población chimbote ha sido capaz de discernir entre las noticias verdaderas y falsas sobre el Covid-19 durante la pandemia? ¿Cómo?	4	4	4	
	¿Crees que los medios de comunicación en Chimbote han abordado adecuadamente las noticias falsas sobre el Covid-19 en términos sociales, políticos y económicos? ¿Cómo?	4	4	4	

- Segunda dimensión: Político
- Objetivos de la dimensión: Analizar el impacto psicosocial que ha generado las Fake News en su dimensión Política durante la pandemia del Covid-19.

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/Recomendaciones
Influencia política  Manipulación de la información  Polarización política	¿Has notado la utilización de fake news con fines políticos en Chimbote durante la pandemia del Covid-19? ¿En qué medida crees que esto ha afectado el panorama político?	4	4	4	
	¿Consideras que las fake	4	4	4	

news han influido en la toma de decisiones políticas relacionadas con la gestión de la pandemia en Chimbote? ¿De qué manera?	4	4	4	
¿Cómo crees que la difusión de las fake news han impactado la confianza de los chimbotanos hacia las autoridades de la provincia del Santa durante la pandemia?	4	4	4	

- Tercera dimensión: Económica
- Objetivos de la dimensión: Analizar el impacto psicosocial que ha generado las Fake News en su dimensión Económica durante la pandemia del Covid-19.

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Impacto económico	¿Crees que las fake news han afectado la economía de los chimbotanos durante la pandemia del Covid-19? ¿Cómo?	4	4	4	
Desinformación financiera	¿Has sido testigo de casos en los que la propagación de fake news haya tenido consecuencias económicas negativas para las personas o las empresas chimbotanas? ¿Cómo?	4	4	4	

¿Cómo crees que las fake news han influido en la confianza de los chimbotanos hacia las instituciones financieras y en la toma de decisiones económicas personales?	4	4	4	
---	---	---	---	--

Firma del evaluador: 

DNI:

700173383



## Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Fake News y el impacto psicosocial durante la pandemia del Covid-19 en la población chimbotana, 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Mg. Francisco Álvarez Rumiche	
Grado profesional:	Maestría (x)	Doctor ( )
Área de formación académica:	Clinica ( )	Social ( )
	Educativa ( )	Organizacional (x)
Área de experiencia profesional:	Periodista	
Instituto donde labora:	Municipalidad Distrital de Santa	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ( )	
	Más de 5 años (x)	

### 2. Propósito de la evaluación

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos

### 3. Datos de la escala

Nombre de la prueba	Fake News y el impacto psicosocial en la población chimbotana, 2023
Autor	Valle Valdiviezo Ditmar Loymer
Procedencia	Aplicación de focus group en la dimensión psicosocial basado en la investigación de Sixtos et al., (2022). <a href="https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen1.cgi?IDARTICULO=105062">https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen1.cgi?IDARTICULO=105062</a> .
Administración	
Tiempo de Aplicación	1 hora
Ámbito de Aplicación	Observación a los participantes

<b>Significación</b>	El instrumento está compuesto por 3 dimensiones (social, político y económico), 3 de la primera categoría (fake news) y 3 de la segunda categoría (psicosocial), con un total de 15 ítems.
----------------------	--

### 4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Fake News	Social	Según Gómez et al., (2021), se define que, las fake news son noticias que difunden deliberadamente información falsa, tratando de llamar la atención con contenido que dice ser "verdadero" para causar sensación en la opinión pública y facilitar su manipulación. Suelen ser creadas por determinados grupos o individuos que actúan en determinadas condiciones que son fundamentalmente sociales, políticas y económicas.
	Político	
	Económico	
Psicosocial	Social	Según García y Martínez (2021), lo psicosocial se basa en la premisa de que el comportamiento humano se ve constantemente influenciado por la interacción con el contexto social, donde tanto los factores individuales como las normas y valores culturales desempeñan un papel significativo.
	Político	
	Económico	

### 5. Presentación de instrumentos para el juez

A continuación, a usted le presento el cuestionario de Fake News y el impacto psicosocial en la población chimbotana, 2023 elaborado por Valle Valdiviezo Ditmar Loymer en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.

<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial/lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. Totalmente de acuerdo (alto nivel)	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Dimensión del instrumento:**

- Primera dimensión: Social
- Objetivos de la dimensión: Analizar el impacto psicosocial que ha generado las Fake News en su dimensión Social durante la pandemia del Covid-19.

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/Recomendaciones
Tergiversación de información	¿Cómo ha impactado las fake news en su salud mental y emocional durante la pandemia?	4	4	4	
	¿Has experimentado algún tipo de ansiedad o estrés debido a la información falsa relacionada con el Covid-19? ¿Cómo?	4	4	4	
Temor y ansiedad.	¿Has recibido información falsa relacionada con el Covid-19 a través de las redes sociales o medios tradicionales? ¿Cómo ha afectado esto tu percepción de la situación?	4	4	4	
	¿Has presenciado algún cambio en las actitudes y comportamientos de la población chimbotana a raíz de la propagación de las fake news durante la pandemia? ¿Cómo?	4	4	4	
Desconfianza en la información	¿Crees que las fake news han contribuido en la propagación de rumores relacionados con el Covid-19? ¿Cómo?	4	4	4	
	¿Qué fuentes de información consideraste más confiables durante la	4	4	4	

pandemia del Covid-19?				
¿Qué estrategias has considerado efectivas para combatir la propagación de las fake news?	4	4	4	
¿Crees que la población chimbotana ha sido capaz de discernir entre las noticias verdaderas y falsas sobre el Covid-19 durante la pandemia?	4	4	4	
¿Crees que los medios de comunicación en Chimbote han abordado adecuadamente las noticias falsas sobre el Covid-19 en términos sociales, políticos económicos? ¿Cómo?	4	4	4	

- Segunda dimensión: Político
- Objetivos de la dimensión: Analizar el impacto psicosocial que ha generado las Fake News en su dimensión Política durante la pandemia del Covid-19.

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/Recomendaciones
Influencia política	¿Has notado la utilización de fake news con fines políticos en Chimbote durante la pandemia del Covid-19? ¿En qué medida crees que esto ha afectado el panorama político?	4	4	4	
Manipulación de la información	¿Consideras que las fake				
Polarización política					

news han influido en la toma de decisiones políticas relacionadas con la gestión de la pandemia en Chimbote? ¿De qué manera?	4	4	4	
¿Cómo crees que la difusión de las fake news han impactado la confianza de los chimbotanos hacia las autoridades de la provincia del Santa durante la pandemia?	4	4	4	

- Tercera dimensión: Económica
- Objetivos de la dimensión: Analizar el impacto psicosocial que ha generado las Fake News en su dimensión Económica durante la pandemia del Covid-19.

Indicadores	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/Recomendaciones
Impacto económico	¿Crees que las fake news han afectado la economía de los chimbotanos durante la pandemia del Covid-19? ¿Cómo?	4	4	4	
Desinformación financiera	¿Has sido testigo de casos en los que la propagación de fake news haya tenido consecuencias económicas negativas para las personas o las empresas chimbotanas? ¿Cómo?	4	4	4	
Inestabilidad laboral					



	¿Cómo crees que las fake news han influido en la confianza de los chimbotanos hacia las instituciones financieras y en la toma de decisiones económicas personales?	4	3	3	
--	---	---	---	---	--

Firma del evaluador:



DNI: 48863881