



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

EL FACT-CHECKING CONTRA LA DESINFORMACIÓN

CASO: VERIFICADOR DE LA REPÚBLICA: “LAS MASCARILLAS
ESTÁN CAUSANDO MUERTES POR NEUMONÍA BACTERIANA”,
LIMA- 2021.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTOR:

Gutierrez Zapata, Juan Carlos (CÓDIGO ORCID: 0000-0002-7655-9586)

ASESOR:

MEDRANO CARBAJAL, ADOLFO MANUEL (CÓDIGO ORCID:0000-0003-3167
967X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA– PERÚ

2021

DEDICATORIA

Dedico este trabajo en memoria de mi gran amigo Geiner Arribasplata, por demostrarme el verdadero sentido de la amistad, descansa en paz mi querido hermano, esto es por ti.

A mi familia, por brindarme su apoyo y cariño incondicional en momentos cuando más lo necesitaba.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a los pilares fundamentales de mi vida, mis padres, ellos me enseñaron que luchar siempre es algo que dignifica al hombre y que la perseverancia es un valor fundamental en la vida de todo ser humano.

A todas las personas que me ayudaron a llegar donde estoy, a todos ellos les agradezco infinitamente por demostrarme el valor de cada persona, y, sobre todo, demostrarme que la vida sin luchar, no es vida. A todos ellos muchas gracias.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
INDICE DE CONTENIDOS.....	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	2
.....	0
CAPÍTULO II.MARCO TEÓRICO.....	6
CAPÍTULO III.METODOLOGÍA	33
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	34
3.2. Categorías, códigos y matriz de categorización.....	36
3.3. Escenario de estudio.....	37
3.4. Participantes.....	38
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	40
3.6. Procedimientos.....	42
3.7. Rigor científico.....	43
3.8. Método de análisis de la información	44
3.9. Aspectos éticos	45
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	46
CAPÍTULO V.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	79
REFERENCIAS.....	82
ANEXOS	97

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “El fact-checking contra la desinformación caso: verificador de la república: “las mascarillas están causando muertes por neumonía bacteriana”,” tuvo como objetivo ~~genera~~ analizar cómo fue el proceso de verificación de la publicación en Facebook sobre las mascarillas que estaban causando muerte por neumonía bacteriana, con el fin de saber que rol desempeña el Fact-checking en La *República*. Para la consecución de este objetivo, se optó por emplear dos herramientas de trabajo, las cuales fueron una ficha de observación y una entrevista a cuatro especialistas que contaran con experiencia y sean especialistas en este tema. Para la constitución de las interrogantes que formaron parte de la entrevista realizada, se procedió a la validación de contenido de las diferentes preguntas mediante la V de Aiken, para lo que se requirió del apoyo de tres jueces.

En torno a la metodología empleada, se realizó un trabajo de investigación aplicada, con un diseño hermenéutico. Los participantes que formaron parte de esta investigación fueron dos especialistas con alta experiencia en el tema tratado. A partir de la evaluación de estos expertos, se observó que Fact-Checking o la verificación de información, es indispensable para la mejora del oficio periodístico, ya que en un mundo desinformado hace falta que se realice este trabajo para que la información difundida no induzca un error al público. En conclusión, el rol que desempeña el Fact-checking en esta plataforma, es de suma importancia para desmontar la desinformación que afecta a la vida de las personas, especialmente en temas de salud que se generan en las redes sociales.

Palabras clave: Fact-checking, verificación, desinformación, información.

ABSTRACT

The present research work entitled "The fact-checking against misinformation case: verifier of the republic:" the masks are causing deaths from bacterial pneumonia "," aimed to analyze how was the verification process of the publication on Facebook about the masks that were causing death from bacterial pneumonia, in order to know what role fact-checking plays in La República. To achieve this objective, it was decided to use two work tools, which were an observation sheet and an interview with four specialists who had experience and are specialists in this subject. For the constitution of the questions that were part of the interview, the content of the different questions was validated using the V of Aiken, for which the support of three judges was required.

Around the methodology used, an applied research work was carried out, with a hermeneutical design. The participants who were part of this research were two specialists with high experience in the subject matter. From the evaluation of these experts, it was observed that Fact-Checking or the verification of information is essential for the improvement of the journalistic profession, since in an uninformed world it is necessary to carry out this work so that the information disseminated does not induce a mistake to the public. In conclusion, the role that fact-checking plays in this platform is of the utmost importance to dismantle the misinformation that affects people's lives, especially in health issues that are generated in social networks.

Keywords: Fact-checking, verification, misinformation, information.

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

A continuación, se presenta la **realidad problemática** de la investigación.

Las nuevas tecnologías de información permitieron un mayor alcance en el sentido de la conectividad, y la aparición de nuevas plataformas sociales como nuevos medios de información, impusieron un cambio radical al momento de crear, difundir y consumir noticias, un claro ejemplo de todo esto, es la red social mundial conocida como “Facebook”, la cual últimamente se ha convertido en el principal medio en el que se consume información.

La era del internet abrió la puerta para que diversos usuarios pasen de ser consumidores pasivos a consumidores activos, es decir que no solo podían interactuar, sino también crear su propia versión de los sucesos acontecidos, generando información alternativa (no verídica ni comprobada), es aquí donde encontramos distintos mecanismos que distorsionan los hechos y restan exactitud a la información, planteando un verdadero desafío al periodista quien de a pocos ha ido perdiendo esa credibilidad que tenía ante la sociedad, al respecto Froehlich (2017) manifiesta que:

Access to the internet is now, more often than not, access to resources that reinforce biases, ignorance, prejudgments, and stupidity. Parallel to a right to information, we have created in practice a right to ignorance. [El acceso a Internet es ahora, la mayoría de las veces, el acceso a recursos que refuerzan los prejuicios, la ignorancia, los prejuicios y estupidez. Paralelamente al derecho a la información, hemos creado en la práctica un derecho a la ignorancia.]. (p.2)

Por lo tanto, podemos deducir que, las redes desempeñan un papel importante en la forma de interactuar con otros, ayudando a una mayor conectividad, pero también a la propagación de noticias falsas, produciendo que los ciudadanos pierdan esa confianza que tenían hacia los medios de comunicación, las fake news (noticias falsas) no son una novedad, siempre han estado presente a lo largo de nuestra historia, incluso hasta nuestros días. Este término toma mayor importancia, gracias al auge de las redes sociales, ayudando a que la información falsa se propague con mayor rapidez, es por esto, que las noticias falsas a través de este medio, se han convertido en un gran

océano de desinformación; dañando severamente la credibilidad del periodismo y vulnerando uno de los derechos ciudadanos, el cual es, informarse debidamente.

Nunca habíamos tenido ante nosotros una cantidad descomunal de información y facilidad de accesibilidad a ella, sin embargo contar con mayor cantidad de información, no siempre denota estar más informados, de hecho, la cantidad excesiva de información puede constituir un obstáculo para su comprensión, es así, que una de sus consecuencias, es la propagación de contenidos engañosos, dado que los usuarios quienes publican y comparten contenidos no toman el tiempo adecuado para contrastar y verificar la información.

Según Fierro (2017), afirma que “Desafortunadamente, cada vez es más complicado identificar información falsa publicada en las redes sociales, esto se debe a que las personas quienes las crean, muchas veces delincuentes, imitan el formato de noticias verdaderas” (párr.6). Este tema, debe ser estudiado detenidamente, ya que están proliferando páginas donde usuarios anónimos difunden contenidos de todo tipo, estos pueden ser ideológicos y con fines lucrativos, restando credibilidad al periodismo, pues ahora todo el que publica se cree dueño de la verdad.

Para frenar esta problemática, diversos medios y organizaciones están implementando la herramienta conocida como fact checking (verificación de datos), esta terminología forma parte del periodismo de investigación, y tiene como objetivo detectar noticias falsas (Fake News) y así prevenir su propagación.

Una de las organizaciones más conocidas es “Chequeado” siendo la pionera en fact checking a nivel mundial, dicha organización nace en argentina en el año 2010, por parte de Julio Aranovich y José Alberto Bekinschtein, esta iniciativa cuenta con un amplio equipo de periodistas y editores de varios países, quienes prestan servicio a la verificación de noticias, prestando servicio a 20 medios de 14 países de la región como Colombia, Brasil, México, Perú, etc.

En mayo del 2019, La República lanzó su propia plataforma para luchar contra la desinformación: denominada “Verificador”, siendo uno de los primeros proyectos de fact-checking en ser acreditado por la International Fact-Checking Network (IFCN) a su vez, también pertenece a la red de verificadores oficiales de Facebook, en este sitio se publican regularmente artículos de fact-checking (verificación de datos) orientado al desmontaje de virales falsos, en el contexto de la asociación de verificadores, su objetivo es hacer frente a la desinformación relacionada con las noticias que circulan en esta conocida red social.

En relación a la problemática planteada, cabe precisar que el problema general a responder es el siguiente:

¿Cuáles fueron las características del proceso de Fact checking que utilizó la plataforma “verificador” de La República sobre la publicación “Las Mascarillas están causando muertes por neumonía bacteriana”, 13 de abril del 2021?

De igual manera, respecto a las preguntas específicas, es importante incidir en el hecho de que estas han sido formuladas a partir de tres interrogantes:

a) ¿Qué tipos de verificación emplea la plataforma “Verificador” de La República?,

b) ¿Cuál es la labor del Fact-checker de la plataforma “Verificador” de La República en la trascendencia de la labor periodística?

c) ¿Cuáles son las principales características del desorden informativo

que detecta la plataforma “Verificador” de La República?

Resulta menester evaluar los diversos conocimientos entorno a la verificación de datos, ya que permite analizar la construcción de una noticia y sobre todo nos sumerge en la disciplina de comprobar la proveniencia de la información, lo cual constituye un aporte importante para el desarrollo del periodismo, posibilitando debates entorno a las redes sociales y la propagación de contenidos engañosos, para así poder contrarrestar la proliferación de la desinformación.

En cuanto al objetivo general, es preciso indicar que este consiste en:

Analizar las características del proceso de verificación de la publicación “Las mascarillas están causando muerte por neumonía bacteriana”, con el fin de saber que rol desempeña el Fact-checking en La República.

Respecto a los objetivos específicos, estos son tres

- a) Describir los tipos de verificación que emplea La República
- b) Identificar la labor del Fact-checker en la trascendencia de la labor periodística.
- c) Describir cuales son las principales características del desorden informativo que detecta la plataforma “Verificador” de La República

A continuación, se presenta la justificación Social, es necesario dar un vistazo al pasado, y darnos cuenta que el periodismo como muchas ramas, han ido evolucionando. Pues bien, ahora en nuestra época, el periodismo del siglo XXI ha sufrido muchos cambios, la aparición de medios digitales y multimedia, impusieron una nueva forma de elaborar, estructurar y sobre todo la manera de difundir las noticias.

Sin embargo, son estas mismas formas de difundir noticias, donde se presentan mayor desconocimiento y descontextualización de la información, debemos aclarar que las redes sociales son una potencial arma de difusión las cuales permiten a los usuarios ser productores y consumidores de sus propios contenidos, pero, también han facilitado la difusión de contenidos engañosos, generando un círculo vicioso donde todos somos parte.

Uno de los grandes problemas planteados en esta investigación es que, gracias a esto, el periodismo ha entrado en crisis cuando se trata de la difusión de noticias, afectando principalmente la labor periodística del medio y sobre todo la credibilidad del periodista, el efecto producido por estas plataformas genera un efecto inmediato conllevando a la sociedad a una era desinformación.

Méndez (2012) clasifica la justificación en tres tipos: teórica, práctica y metodológica.

Seguidamente se presenta la justificación Teórica, esta investigación tiene el propósito de aportar conocimientos sobre el rápido progreso de las redes

sociales, considerada la principal causa de la propagación de desinformación, y a su vez, conocer las consecuencias que generan en la sociedad.

Asimismo, dar a conocer una herramienta que es de gran utilidad para contrarrestar esta problemática, para así tratar de luchar contra este tipo de contenido, como sociedad debemos darnos cuenta que este tipo de descontextualización afecta al uso de la verdad, ya que hoy en día la propagación de noticias falsas causa desinformación y otro tipo de malestares.

Se aborda la Justificación Metodológica, la elección de este tema se guiará del establecimiento de la investigación cualitativa para resolver la problemática descrita, contará con la construcción del marco teórico, matriz de categorización, diseño y tipo de investigación, conjuntamente esta investigación recolectará información mediante uso de técnicas e instrumentos.

De la misma manera se presenta la Justificación Práctica, este proyecto es importante, no solo para los medios, sino también para la ciudadanía en general, ya que nos permitirá reconocer los riesgos que representa el desarrollo de noticias falsas, y alertar que el desarrollo de estas, no solo afecta a personas, sino también atentan contra la democracia, sobre todo en este contexto donde la salud es lo primordial, por eso es de vital importancia tomar conciencia y tratar de frenarlas.

Cabe resaltar que este trabajo de investigación brinda datos significativos para entender cuál es el impacto social que genera la desinformación en tiempos donde la salud es lo primordial y brindar información sobre cuáles son las herramientas para contrarrestarlas. Quiero indicar que con este trabajo solo se deja un aporte, que sin duda se puede seguir analizando; logrando así, una respuesta, pero a la vez, ejecutando los resultados en las masas, siempre y cuando sume a la mejora de la población.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

Vamos a tratar ahora, los **antecedentes de la investigación**, en primer lugar, se presenta los antecedentes nacionales, en tal sentido, esta investigación se respaldó de los antecedentes más destacados a nivel nacional:

Sandoval y Miranda (2019), desarrollaron en su tesis de licenciatura, una investigación sobre las, *Fake news y credibilidad de los medios de comunicación digitales en Lima, Perú. Caso: suicidio de Alan García*, de la Universidad Tecnológica del Perú.

Los autores plantearon como objetivo principal realizar un análisis y ver de qué forma afectan las fake news en la red social Facebook la credibilidad de los jóvenes y cómo reaccionan ante estas. Tiene como enfoque mixto, de diseño no experimental. Su población estuvo conformada por las noticias publicadas desde el 17 de abril hasta el 30 de abril del año 2020, para esta investigación usaron como instrumento el cuestionario y la entrevista. Como resultado, se obtuvo que los jóvenes no saben diferenciar entre una noticia verdadera y falsa, también se obtuvo que los medios tratan de manipular datos y contenidos para crear temas respecto a conspiraciones, generando desinformación.

Los autores a manera de conclusión, manifestaron que las plataformas sociales son el medio en el que se genera más tráfico de noticias falsas, según algunos periodistas, esto se debe a su facilidad de manipulación y accesibilidad de contenido, es decir que cualquiera que cuente con acceso a la tecnología móvil puede tener esta facilidad.

En su tesis de licenciatura de Honores (2016) llevó a cabo una investigación sobre la *Libertad de Expresión en Internet: Informaciones falsas que generan polémica en redes sociales*, de la Universidad Jaime Bausate y Meza.

Para ello, el autor dispuso como objetivo principal, identificar los intereses de los difusores de informaciones falsas y el porqué de la creación de éstas. Tiene como enfoque cualitativo, de diseño exploratorio descriptivo, se usó como técnica la entrevista. Los resultados que se obtuvieron fueron que la población de Internet con el transcurso del tiempo se elevará cada vez más, obviamente el aumento de la información se elevará, conllevando a que la cantidad de informaciones falsas también puedan proliferar.

Finalmente, el autor concluyó que los usuarios peruanos que navegan en internet, no cuentan con el necesario conocimiento informático para lograr identificar noticias falsas o datos engañosos que circulan en diferentes plataformas sociales.

Allca (2020), en su tesis de licenciatura, *Campaña de concientización “combatamos la desinformación”*, de la Universidad de Lima.

Se planteó como objetivo general fomentar que los usuarios de Lima Metropolitana, reporten contenidos falsos que circulan en las redes sociales sobre la COVID-19. Teniendo como enfoque cuantitativo, de tipo exploratorio. Su población estuvo conformada por estudiantes de 18 a 25 años de edad que son usuarios de redes sociales, y viven en Lima Metropolitana, se usó como instrumento el focus group y entrevistas virtuales. Los resultados obtenidos del focus group indicaron que los participantes advirtieron a sus familiares sobre el uso de información falsa, algunos de estos usuarios reportaron la noticia, o reaccionaron con “likes” a los comentarios que advierten la falsedad de la noticia.

Finalmente, Allca recomienda que profesionales e instituciones que se dediquen a la investigación, estudien y analicen el contexto de la desinformación generada a través de las redes sociales sobre la pandemia generada por el COVID-19 y el distanciamiento social que está afectando a la población.

En su tesis de licenciatura de Cuentas (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”*, de la Universidad de San Agustín de Arequipa.

El autor realizó una investigación donde se planteó como objetivo general realizar un análisis para conocer cuáles son las características de las noticias falsas presentadas en los noticieros, que se difundieron a través de las redes sociales sobre el Covid-19. Tuvo como enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, usó como instrumento el cuestionario. Se obtuvieron los siguientes resultados, la mayoría confía ciegamente en una información pese a que desconocen su origen y esto se debe principalmente a la falta de mecanismos para verificar los datos.

Finalmente, concluyó que las noticias falsas se extienden más rápido que la verdad, y esto se debe a que tienen más probabilidades de ser difundidas por las personas, que, por buscadores como Google, causando gran impacto en la sociedad de la información, inclusive mucho más en el contexto actual que estamos viviendo mundialmente por la pandemia.

Por otro lado, López (2020), en su tesis de licenciatura, ejecutó un proyecto de investigación como, *Propuesta de medio digital periodístico como respuesta ante la creciente desinformación y fake news en medio de una pandemia mundial y una incierta coyuntura política-social en el Perú*, de la Universidad de Lima.

Se planteó como objetivo general generar un contenido enriquecido que pueda ayudar a que muchas personas dejen de compartir información no comprobada o inexacta que pueda conducir al error y generar fake news entre la población. Tiene como enfoque cualitativo, de diseño no experimental.

López reconoce y recomienda que deber haber un exhaustivo chequeo de datos, ya que las noticias tienen un carácter de instantaneidad por lo que se requiere que se desarrollen inter diario estas prácticas (Chequeo de datos).

Inmediatamente se aborda los **antecedentes Internacionales**, está investigación se basó en los siguientes estudios: Escobar y Vega (2019), desarrollaron una investigación sobre la, *Relación entre competencias mediáticas y el fact checking, caso Colombiacheck*, de la Pontificia Universidad Javeriana.

Planteó como objetivo general analizar la relación entre el desarrollo de la competencia mediática y el periodismo de chequeo datos que realiza en dicha en la plataforma estudiada. Tiene como enfoque cualitativo, de tipo descriptivo, se usó como instrumento la entrevista. Los resultados de esta investigación permiten entender que el periodismo de chequeo de datos resulta ser una actividad útil y necesaria.

Finalmente, concluyó que la importancia del periodismo de chequeo y de todas las herramientas ayudan a una “desinfoxicación” de los entornos mediáticos, es decir ayudan a contrarrestar la sobrecarga de información.

Saltos (2017), en su tesis de licenciatura, *La importancia y necesidad de un departamento de fact checking (verificación) en los medios de comunicación. Estudio desde la experiencia del portal Ecuador Chequea*, de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Saltos propone como objetivo primordial determinar la importancia y necesidad de la verificación de datos (fact checking) en los medios de comunicación de Ecuador para garantizar la calidad de periodismo, para evitar demandas, imponiendo la Superintendencia de la información y comunicación. Para ello, el autor realizó una investigación de enfoque cualitativo, no experimental. Su población estaba constituida por ocho personas, entre periodistas y editores de medios, se usó como instrumento la entrevista. Los resultados obtenidos expusieron que la falta de recursos económicos es un limitante para que no existan departamentos de verificación de datos, además, los directivos admiten que la calidad si pudiese mejorar, pero que un departamento especializado no asegura que disminuyan las multas.

Finalmente, concluyó que para lograr la calidad y profesionalismo que la sociedad merece, el fact checking debe ser incorporado como una herramienta básica para mejorar el oficio periodístico, ya que cada vez hay más retos para el periodismo ecuatoriano.

Muñoz (2017), en su trabajo de investigación de fin de máster en comunicación y cultura, *“Medios de comunicación y posverdad: Análisis de las noticias falsas en elecciones presidenciales de EE. UU. de 2016”*, de la Universidad Autónoma de Barcelona.

Se planteó como objetivo general establecer un perfil caracterizado de las noticias fabricadas sobre los comicios de EE. UU, que se publicaron desde agosto al 08 de noviembre de 2016. Tiene como enfoque cualitativo, diseño no experimental. Su población estaba conformada por catorce noticias falsas. Los resultados obtenidos fueron que los contenidos de las noticias falsas investigadas cuentan con los mínimos elementos periodísticos, es decir que no cuentan con herramientas básicas de la veracidad, además, no poseen ética periodística, por ende, no hacen uso responsable de la información.

Finalmente, concluyó que no importa el tiempo en el que ocurrió el hecho noticioso, las noticias falsas simplemente desinforman, son historias que tratan de confundir al lector, son calumnias que se dedican a constatar un supuesto hecho, sin explicar mayormente el origen de la información.

Por su parte, Garzón (2020) en su tesis de licenciatura, *La posverdad en las fake news y su influencia en la opinión pública: caso el Mercico*, de la Universidad Politécnica Salesiana.

Garzón planteó como objetivo general analizar la posverdad en las fake news del medio “El Mercico” y su influencia en la opinión pública. Tiene como enfoque cuali-cuantitativo. Su población estuvo conformada por las publicaciones de febrero a abril del año 2020, en la página de Facebook, el autor usó como instrumento la observación y el análisis de datos. Los resultados obtenidos fueron que las noticias falsas de esta cuenta descontextualizan la opinión de las personas, como resultado se da una posverdad dañina en los usuarios que seguían esta página, en donde dejan de lado la subjetividad y la objetividad.

Finalmente, el autor concluyó que los medios tradicionales y alternativos de comunicación, tienen la responsabilidad de informar a la sociedad, con noticias verídicas y confiables; sin embargo, este medio digital hacía todo lo contrario.

Ramos (2019) en su tesis de titulación, *Estrategias para identificar fake news en Facebook y competencias digitales en usuarios machaleños para evitar desinformación en noticias sobre covid-19*, de la Universidad Técnica de Machala

Los autores dispusieron como objetivo principal analizar si los usuarios Machaleños cuentan con competencias digitales y estrategias para identificar las noticias falsas que circulan en Facebook sobre la pandemia del Covid-19. Tiene como enfoque cualitativo, de diseño no experimental, no probabilístico. Su población está conformada por expertos en el tema y usuarios machaleños consumidores de Facebook que oscilan entre los 18 a 65 años, también se consideró su nivel socioeconómico y educativo, se usó como instrumento entrevista y focus group. Los resultados obtenidos fueron que, al buscar información en Facebook, debemos buscar canales confiables, que sean coherente y hayan sido redactados por un profesional y no por un medio que tenga pocos seguidores.

Finalmente, concluyeron que las estrategias para que la ciudadanía pueda distinguir las fake news en Facebook, son las siguientes: primero, ver el número de seguidores y la interacción de la página, segundo, no publicar una noticia si tenemos duda, y por último investigar la procedencia de la fuente.

Asimismo, se presenta Antecedentes en inglés: Alba & Lachlan (2019), in this article, *Emotion, lies, and “bullshit” in journalistic discourse: The case of fake news* conducted a research study on the genre of fake news. Taking qualitative sociopragmatic analysis as its axis, one of its objectives is to show how journalism tries to manipulate readers' emotions.

It was finally concluded fake news flourishes thanks to the deliberate rigging of the various systems that underlie communication, notably the system of emotions, and especially such negative feelings as fear, envy and hatred.

Sampio (2018), on its article, *Fact-checking and scrutiny of power: Supervision of public discourses in new media platforms from Latin America*. This article analyzes nine projects launched since 2010 in half a dozen Latin American countries, representative of an emerging ecosystem in a region facing problems to achieve genuine media democracy. From a qualitative and quantitative approach.

it is finally concluded this report has allowed us to take an in-depth look at the work dynamics of a group of fact-checking outlets operating in different Latin American countries and their contribution to the communication ecosystem of the region, in addition, the importance of fact-checking public claims and the relevance of the work undertaken by these platforms

Monther (2018), on its article, *Detecting Fake News in Social Media Networks*. The purpose of the work is to find a solution that users can use to detect and filter sites that contain false and misleading information. The project is concerned with identifying a solution that could be used to detect and filter out sites containing fake news for purposes of helping users to avoid being lured by clickbaits.

Considering the changing landscape of the modern business world, the issue of fake news has become more than just a marketing problem as it warrants serious efforts from security researchers.

It is concluded Fake news and Clickbaits interfere with the ability of a user to discern useful information from the Internet services especially when news becomes critical for decision making.

Llegados a este punto, se revisará el tema de las **bases teóricas** de la investigación, donde se presentan las teorías relacionadas que le dan un peso significativo.

Posteriormente , se presenta el término de **aldea global**, es un tema indispensable para el entendimiento de cómo las nuevas tecnologías de la comunicación iban a transformar nuestra idea de conexión e interacción con las personas lejanas del mundo, es decir como la comunidad mundial superaría fronteras y barreras para integrarse a medios tecnológicos. Este término planteado por Marshall McLuhan en 1970, describe una sociedad futura en la que todos estarían comunicados mediante herramientas tecnológicas, donde la cantidad de usuarios operando en la red es masiva y de gran alcance, sin embargo, es donde acá también proliferan la expansión de noticias falsas, según Mendiguren et al. (2020) mencionan que “ Las difusión de artículos y noticias falsas se han convertido en algo habitual, esto se debe a la rápida expansión de las redes sociales, quienes actúan como el lugar perfecto para la proliferación de contenidos engañosos (p.173). Esto se debe principalmente a la abundancia continua de espacios informativos mediante plataformas que se dedican a difundir contenidos alternativos.

Asimismo, se presenta la teoría relacionada a esta investigación, se optó por la “**Teoría de la exposición selectiva**”, que fue planteada por el investigador de la Universidad de Columbia Joseph T. Klapper a principios de la década de los 60, en su libro los efectos de la comunicación de masas; donde argumentó que los medios de comunicación tienen poder para influir en las personas, muchas veces reforzando actitudes y creencias de estas mismas, es decir que el receptor interpreta los mensajes de acuerdo a su forma de pensar y los ajusta a su vida. Klapper señaló que los procesos selectivos, actúan junto a los medios de comunicación, en decir que, los medios masivos en su esencia no producen cambios, sino que actúan como agente cooperador de estímulos.

“Vivimos en una era donde se apela a las emociones o creencias personales, en lugar de buscar y aceptar información verídica y objetiva” (Cooke,2017, como se citó en Tapia,2020, p.57).

Muchas veces como individuos o como grupos de personas, no es difícil cambiar nuestro punto de vista incluso existiendo noticias ya verificadas y confiables. Respecto a la publicación sobre el uso de las mascarillas que estaban causando muerte por neumonía bacteriana, existe gran parte de la población que cree que el cubrebocas perjudica a la salud y prefieren no usarla por el miedo de contagiarse de esta enfermedad. Esto es gracias a que la publicación la cual se viralizó por Facebook se propagó con facilidad, razón por la cual verificador de la República decidió verificar dicha publicación catalogando de desinformación. Pero lamentablemente existe aún gente que se cree esto, así como hay aquellos que creen que en las vacunas nos implantaran un chip. Son creencias e ideas.

Asimismo, se presenta la segunda teoría, “**framing o encuadre**”, esta teoría, comprende conceptos de la rama de sociología y de ciencias de la comunicación, en su esencia explica, el motivo de atención que prestan las personas por determinados temas y a otros los dejan de lado. El framing determina la manera en la que el periodista selecciona ciertos atributos para informar un tema, pero resaltando ciertos enfoques, es decir que los medios resaltan algunos temas sobre otros, para que esto influya en la opinión pública y la manera en que piense la gente.

Según sordo (2020), explica que “Facebook cuenta con un algoritmo que responde al comportamiento de los usuarios, teniendo en cuenta lo que se publica y lo que se comparte” (párr.4). Esta teoría explica que los encuadres juegan un papel importante en la percepción de la realidad y que los medios minimizan algunos temas, muchas veces tratando de descontextualizar la información, en este caso según sordo, el Facebook influye en la manera en la que la gente piensa y busca información sobre diversos temas, muchas veces guiados por sus miedos o preocupaciones. Relacionando con mi problemática, la publicación de las mascarillas, causó gran impacto en la sociedad, la gente dejó de usar mascarillas y otras se cuestionaban sobre su uso y el daño que causaba, todo esto reflejó el miedo y la desinformación que se generó a través de las plataformas sociales.

A continuación se definirán las categorías y subcategorías que serán parte inicial de nuestro instrumento.

Para empezar a definir nuestro cuadro de operacionalización señalaremos los siguientes **enfoques conceptuales**, de la variable tratamiento periodístico así como las categorías y subcategorías estudiadas

A continuación, se presenta la definición de la **primera unidad temática**, el **Fact checking**, el origen del término se originó en la prensa anglosajona, literalmente este término se traduce como “chequeo de datos” o “verificación de datos”, fue en Estados Unidos donde adquirió popularidad con el establecimiento del sitio web FactCheck.org en el 2003, sirviendo de ejemplo para que más países se sumen a esta estrategia para combatir la desinformación, según Fernández (2017), “si bien la propagación de noticias falsas ha contribuido al crecimiento acelerado de la desinformación, también ha provocado que el papel del fact-checking sea de vital importancia, en un ambiente mediático en el que abunda la mentira y sobreinformación” (p.73).

Fernández, describe que uno de los efectos positivos desencadenados por las fake news, es que el periodista puede recobrar esa credibilidad por la búsqueda de la verdad, apoyándose del fact-checking para emitir un juicio de valor. Por ende, cabe recalcar que verificar la información, es una estrategia que mejora las prácticas periodísticas. “Fact checking o la verificación de datos, es una técnica que emplea técnicas de periodismo de datos, se utiliza para desenmascarar los errores y mentiras, carentes de rigor, que algunos medios de comunicación publican” (Ufarte et al.,2018, p.734). El fact-checking como técnica, nace como antídoto para desenmascarar mentiras o falsedades, está a la vez ayuda al periodismo a recobrar su credibilidad, ya que esta técnica de una manera combate la desinformación generada en algunos medios de comunicación. Álvarez y López (2015) en su artículo afirma lo siguiente:

El Fact checking ha llegado para quedarse. Y, aunque no puede aislarse de la producción periodística, la aplicación de esta técnica de verificación se está convirtiendo en una de las herramientas que los profesionales de la comunicación consideran un buen antídoto contra el sensacionalismo, uno de los problemas que han

acompañado al periodismo moderno desde su aparición y que ha dado lugar a un tipo de diarios, los populares sensacionalistas. (p.2)

El fact-checking, es una herramienta útil que está contribuyendo al periodismo transparente y de calidad, pues es una gran técnica para combatir el sensacionalismo y la manipulación informativa.

A continuación, se presenta la **primera categoría** de estudio, **tipos de verificación**

Según Guallar et al. (2020), “debido a la propagación de la desinformación, han surgido proyectos alrededor del mundo, que se especializan en la verificación de contenidos” (p.603). La verificación, consiste en el uso de técnicas y herramientas tecnológicas para comprobar contenidos digitales, por otro lado, Gallardo y Marta (2020) explican que “la alfabetización digital, se evidencia como un gran reto comunicativo, ya que en sus filas propone una gran herramienta para combatir las fake news a través de la verificación de datos” (p.6). La verificación en su esencia nace como antídoto para ejercer una libre información libre de engaños.

Por último, en el informe, titulado Contra la desinformación: Estrategias y herramientas (2021) menciona que “La desinformación puede ser detectada por diferentes tipos de verificadores” (p.3). según este informe se divide en tres grupos de verificación: Verificación periodística, verificación colaborativa y verificación automatizada.

Se presenta la **primera subcategoría, Verificación periodística**, la era digital transformó la manera de hacer periodismo, más aún con la era del internet y el auge de las redes sociales, plantearon un serio desafío respecto a distinguir lo que hay en ellas de verdadero y falso. Cabello (2020) afirma: “ya en el contexto de los cambios tecnológicos y de una mayor inmediatez, se enfoca en que, además del propósito básico de informar, el periodista debe verificar que la información sea fiable y que sea útil para su público” (p.141). si hay alguien capaz de hacer frente a esta problemática son los mismos periodistas, estos mismos deben dar legitimidad a su profesión y sobre todo informar debidamente a la sociedad, basándose en la verdadera labor del periodismo, que es contribuir a

la sociedad para que esta, moldeé sus ideas respecto a diversos temas, por otro lado, Cebrían (2012) explica que:

El primer elemento fundamental del periodismo es proporcionar al ciudadano información verídica y comprobada para que así se sienta libre al momento de opinar, otro de los elementos, es que el periodismo tiene la obligación de trabajar con la verdad, así mismo debe basarse en la disciplina de la verificación. (p.229)

La verificación periodística, es una estrategia para combatir la desinformación, por consiguiente, el periodista debe cumplir un papel normativo en la sociedad. Sánchez y fuente (2020) explica que: “la mirada se dirige hacia el periodismo profesional como instrumento clave que permite garantizar el derecho universal a la información” (p.2). Por ende, el periodismo debe adaptarse a los estándares profesionales que implica la profesión, la cual es decir la verdad, aplicando métodos de verificación y sobre todo teniendo presente la ética, para así contribuir a la sociedad.

Seguidamente, la **segunda subcategoría, Verificación colaborativa**

Según, Riera(s.f.) afirma:

La verificación colaborativa busca entregar información confiable a la sociedad, por lo tanto, ha sido implementada en distintos medios, con la finalidad de desmentir desinformaciones que circulan en la red, estos medios junto con organizaciones, universidades, instituciones o compañías, se focalizan en contrastar contenidos virales para desmentir contenidos engañosos. (p.3)

“El rápido avance de la información en entornos digitales, ha impulsado iniciativas de verificación periodística, para que los ciudadanos accedan a una información correcta” (Castillo, 2001, párr.1). Uno de los proyectos de periodismo colaborativo en Perú, es la plataforma PerúCheck, que se encarga de mitigar la desinformación generada durante los procesos electorales de dicho país.

Esta plataforma tiene el acceso libre a la ciudadanía para que manden noticias de dudosa procedencia, así los periodistas encargados analizan para dar un veredicto si es falso o verdadero.

Por otro lado. Digital Future Society (2020) afirma: “De esta manera, cuando los usuarios encuentran desinformación en los chats de grupo, pueden verificar si es cierta enseguida y centrarse en convencer a los demás integrantes del grupo de que no hagan caso al rumor” (p.37). La verificación colaborativa se da en distintos escenarios, inculcando a la ciudadanía a participar y ser parte de este tipo de verificación para tratar de frenar la desinformación que se genera en diversos aspectos.

Verificación automatizada, como la tercera subcategoría

Mertoğlu y Genç (2019) explican que:

Los enfoques automatizados pueden enfocarse en cuatro tipos de atributos para detectar noticias falsas: basado en el conocimiento, basado en el estilo, basado en la postura o basado en la propagación. Entre estos, se puede decir que los enfoques más útiles son los que se centran en el contenido textual de las noticias. El contenido textual se puede estudiar mediante un proceso automatizado para extraer características que pueden ser muy útiles para clasificar el contenido como falso o válido. (p.5)

Es necesario contar con la innovación tecnológica para automatizar y agilizar el proceso de detección de mentiras y contenidos engañosos, en ese sentido la tecnología es de gran ayuda para extraer y conocer cuándo un contenido es falso o verdadero, esto se debe a que últimamente las redes sociales han conseguido un gran terreno donde lastimosamente la propagación de noticias falsas va en aumento, debido a esto muchas plataformas están optando incluir en sus filas, bots que se encarguen de verificar, según Flores (2019) afirma que :

la inteligencia artificial puede ayudar a mejorar al periodismo, esto se debe a la implementación de bots que pueden facilitar el trabajo, pero para esto primero los periodistas deben desarrollar un juicio crítico para ver los pro y contra de la implementación de algunos algoritmos y la automatización, para que así sumen conocimientos y se ayuden con la tecnología. (p.210)

Un claro ejemplo de este tipo de implementación usando la tecnología es Chequeabot, un bot de la plataforma argentina chequeado, este bot se especializa en analizar vídeos y extraer de ellos todas las afirmaciones que se vierten y que son comprobables, por otro lado. Ramos (2019) afirma:

Algunas herramientas para afrontar esta situación, alternativas al fact checking, han sido propuestas por el buscador web Google y la compañía tecnológica multinacional Microsoft, las cuales pensaron en migrar de las páginas web a los dispositivos móviles con servicios que permiten que las personas puedan encontrar noticias e información de fuentes confiables. (p.41)

Como segunda categoría tenemos, **El Fact-Checker**

Según Saltos (2017), explica que “el término fact-checker no es algo nuevo, de hecho, en Estados Unidos ya se encargaban de comprobar datos, esto data desde el siglo XX donde este término ya era conocido” (p.15).

En ese sentido el término fact-checker se le dice a aquel que investiga de dónde proviene la información, el trabajo del fact-checker al principio solo se dedicaba a comprobar datos sobre los discursos políticos, pero en estos tiempos se ha ampliado hacia las redes sociales. Ramos (2019) afirma: “Para llevar a cabo la tarea de chequear datos, estos proyectos cuentan en sus equipos con periodistas y personas vinculadas a áreas como las ciencias sociales y la economía, a quienes se denomina fact checkers” (p.24). La labor del Factchecker es amar la verdad y desmentir cualquier publicación dudosa que ponga en juego la veracidad de la información, mediante técnicas que le ayuden a investigar de donde provienen las fuentes. Elizabeth (2014) afirma que:

Los verificadores de hechos y las organizaciones de verificación de hechos tienen como objetivo aumentar la comprensión del conocimiento al volver a informar e investigar los supuestos hechos en declaraciones publicadas / grabadas hechas por políticos y cualquier persona cuyas palabras impactan las vidas y los medios de subsistencia de los demás. Los verificadores de hechos investigan hechos verificables, y su trabajo está libre de partidismo, defensa y retórica. (No solo política, párr.1)

El fact-checker se le denomina a la persona que es encargada de verificar la información que se genera en los distintos medios, como la prensa escrita y sobre todo ahora en los medios digitales, donde abundan noticias falsas. En conclusión, se puede decir que la labor del fact-checker es algo necesario para un buen manejo de la información.

Se presenta la **primera subcategoría, Competencias mediáticas**

Según Pérez y Izquierdo (2020), nos dice que “Es necesario que los ciudadanos adquieran habilidades socio-comunicativas para que sean capaces de convertirse en personas críticas, responsables y participativas” (p.52). Los autores explican que el ciudadano para tratar de mejorar su juicio crítico sobre los avances tecnológicos, debe ser incluido en todo desarrollo, inculcando a que ejerzan habilidades socio-comunicativas para tratar de que sean parte de este mundo globalizado, Por lo tanto. “La tarea recae en la competencia mediática, que se convierte en la pieza clave para que los ciudadanos utilicen de manera democrática el uso de recursos mediáticos” (García et al.,2014, p.15).

La competencia mediática ayuda a mejorar las capacidades de los ciudadanos como consumidores y productores de contenidos informativos, fortaleciendo habilidades que exige el mundo digital a los ciudadanos de este mundo globalizado, estas habilidades son de gran ayuda ya que la era digital y la rápida expansión de las redes sociales, han contribuido al cambio en los accesos a la información, según Mateus (2018), “la finalidad de la competencia mediática, es desarrollar capacidades suficientes para que las personas interactúen con los medios de una forma libre y creativa, pero sobre todo de una manera crítica” (párr.1).

En el contexto de las fake news (noticias falsas) el impacto del consumo por parte de la ciudadanía se ha acelerado en los últimos años, dando paso a que la desinformación sea el principal foco problemático, dado que descontextualiza y tergiversa la realidad, para combatir esta ola de desinformación, una de las herramientas que pueden ayudar al fortalecimiento de la competencia mediática es el Fact-checking, según Lotero et al. (2018), “el fact-checking es una estrategia que fortalece la competencia mediática, ya que en su esencia, permite verificar la información que circula por internet,

especialmente en las redes sociales, donde se comparte sin necesidad de verificar la fuente” (p.296).

Los autores indican, que, el fact-checking como herramienta ayuda a fortalecer nuestra habilidad, es decir en la manera en que nosotros percibimos los mensajes y analizamos, puesto que el fact-checking se plantea el único objetivo de buscar la verdad entre tanta mentira, en pocas palabras lo que expresan es que los ciudadanos al leer tengan su propia percepción crítica.

Alfabetización Mediática-Digital, como **segunda subcategoría**, el término alfabetización comprende la capacidad en la que una persona realiza diferentes tareas en un ambiente digital, es decir que esta persona debe estar preparada para localizar, investigar y analizar información usando la ayuda de la tecnología, en tal contexto, Balmaceda y Orellana (2020) nos explican que la alfabetización digital, colabora en : “La formación de usuarios autónomos en la búsqueda y recuperación de información idónea, así como también proporcionando recursos y herramientas adecuadas para los usuarios, concientizando la existencia de información falsa y los pasos para verificar su fuente” (p.6). Por ende, la alfabetización digital debe entenderse como una nueva forma de comunicación, permitiendo evaluar críticamente los contenidos que se transmiten a través de diversos medios, en sentido más amplio este término alude a la participación de los periodistas y ciudadanos para comprobar información o debatir su grado de veracidad o de falsedad, esto es de gran ayuda al momento de comprobar noticias de dudosa procedencia. “A raíz de la propagación de noticias falsas, la alfabetización mediática juega un rol importante y necesario, para que las nuevas generaciones aprendan a decodificar lo que leen, sobre todo cuando la principal fuente de información son las redes sociales” (Fernández,2017, p.75).

Cuando Fernández menciona las nuevas generaciones, se refiere principalmente a los jóvenes, ya que estos, últimamente ven a las redes sociales como su principal fuente de información, esto a simple vista es algo beneficioso, pero lamentablemente es todo lo contrario, el autor precisa que es necesario tener conocimiento sobre una adecuada alfabetización mediática, para así poder tener un juicio crítico sobre para identificar lo verídico de lo falseado. (Arévalo y Martín,2019 como se citó en Cusot y Palacios,2019, p.96) indican que la

alfabetización mediática es “liberar nuestra mente de prejuicios y asegurar que la situación está claramente definida. Asimismo, pretende asegurar que la fuente de los datos y los métodos utilizados para recoger esos datos también están libres de errores, prejuicios e inexactitudes” (p. 96). La alfabetización digital juntamente con el fact-checking ayudan a formar el pensamiento crítico al momento de acceder a información, sobre todo en contrastar, haciendo que vivamos en una sociedad libre, con derecho a la información verídica.

A continuación, se presenta, la definición de la segunda unidad temática, desinformación, se trata de toda información intencionalmente errada con el fin de engañar o manipular la opinión pública, que busca impactar o influir el compartimento de la sociedad, según Alvarado (2014), explica que “algunas personas evitan la circulación de contenidos verídicos y comprobados, con la finalidad de mantener el desconocimiento y la ignorancia en algunos sujetos” (p.53). Otro concepto de desinformación, podemos encontrarlo en la explicación de Ponjuán y Torres (2020), “la desinformación es toda información errónea que se genera con la intención de engañar y que debe ser analizada minuciosamente por profesionales de la información, ya que, al hablar de desinformación, es hablar de algo que causa preocupación” (p.4).

La desinformación en su esencia es entendida como falta de información que pregona la ignorancia, por lo general el término desinformación, se utiliza para referirse a intentos de confundir o manipular a las personas, con información falsa o engañosa, sin embargo uno de los contextos históricos de la palabra desinformación está vinculada a la Guerra Fría, donde fue utilizada como arma de guerra, principalmente por Estados Unidos y la Unión Soviética, según Romero (2013), “El término desinformación se acuñó oficialmente hace 64 años, esto se puede evidenciar en textos antiguos, donde ya existían indicios de desorden informativo, por ende, se estaría hablando de una práctica tan antigua como la propia organización social” (p.334).

El término desinformación no es actual, sino es un término que ha tenido repercusión en la historia del hombre, descontextualizando la verdad con fines de manipulación, una de sus contextualizaciones más conocidas fue en la Guerra Fría donde este término tomó relevancia. Según, la Comisión Europea (2018) define “desinformación” como:

Toda información engañosa diseñada para causar daño intencional, con fines económicos, políticos o ideológicos, esto puede darse al nivel personal o público, la incidencia de la desinformación genera estragos tanto en la salud, la ciencia y la educación, atentando a los valores democráticos. (p.10)

La intención de mentir es quizá, uno de los elementos más sustanciales del fenómeno de la desinformación, se puede mentir para ocultar o silenciar datos relevantes para que así de una manera se puede descontextualizar la verdad o se puede mentir con un fines ideológicos y lucrativos, según Roberto (2018), explica que “las personas que se encargan de desinformar, han encontrado en las redes sociales un gran apoyo para lograr sus fines, esto se debe a que la era del internet ha logrado que se olviden de algunos medios de comunicación tradicionales” (239).

La desinformación en las redes sociales ha proliferado de una forma exitosa, siendo el punto de quiebre, donde las noticias falsas se expanden de manera exorbitante, esto se debe a que los usuarios encontraron la manera de publicar cualquier cosa, muchas veces descontextualizando la información, entre ellas las noticias, causando confusión en los lectores generando una ola de desinformación, como señala Rodríguez (2019), “el consumo de información en plataformas sociales, últimamente cruza por una etapa convulsiva, esto se debe a la desinformación que abunda en la red” (p.66). Existen plataformas que se dedican a difundir noticias con titulares llamativos para captar la atención de la audiencia, pero muchas de ellas resultan ser mentiras, esto se debe a que a primera vista resultan ser informativas, pero detrás de ellas se difunden rumores y mentiras para engañar a los lectores, para así influir en el comportamiento de estos mismos.

Se presenta la primera categoría de estudio, **Desorden informativo**

González (2019) explica que el desorden informativo: “se produce a cuando nos referimos a noticias que no están verificadas, cuando compartimos información falsa para hacer daño, así como a la mala información que se construye para dañar de forma consciente a través de la información” (p.31-32). Como es entendido el desorden informativo, explica que estamos expuestos a

una amplia cantidad de desinformación, que se genera en diversas plataformas, las cuales incluyen información engañosa o falsa para así moldear la opinión y/o conducta de la población, por todo esto. “Es necesario que la sociedad sea consciente de la manipulación mediática, por parte de fuerzas informativas que quieran distorsionar la realidad, mediante el uso de estrategias” (Britt et al.,2019 como se citó en González,2020, p.109).

Actualmente con todo lo que estamos viviendo, se ha generado que gran parte de la población, desconfíe de algunos medios, sobre todo de las redes sociales, esto se debe a la diversa propagación de noticias falsas que surgen en esta plataforma, según Pérez (2020) afirma:

El desorden informativo generado, por la actual pandemia del covid-19 dibuja un escenario estratégico para la difusión de la mentira a través de las redes sociales, esto favorece a generar un clima de confusión, donde se prioriza la mentira quien de a pocos crea un ambiente de desinformación. (p.65)

Por otro lado, según Herrero et al. (2020) agrupa al desorden informativo en los siguientes puntos: “Information disorder purpose, Elements of the information disorder regarding the agent, Forms of information disorder” (p.200202). Estas son Formas o tipos de desorden informativo, Elementos del desorden informativo según el agente, Propósitos del desorden informativo. En primer lugar se definió la subcategoría, **Tipos de desorden informativo**, vivimos en una sociedad donde el desorden informativo, es cada vez es más difícil de distinguir lo que es verdad o mentira, hablar del desorden informativo es hablar de producciones cuya estrategia consiste en causar dudar mediante noticias falsas con la finalidad de conseguir algún beneficio, según Fresno (2019), “los desórdenes informativos, entre ellos la desinformación, son productos intencionales, creados con la finalidad de conseguir beneficios ideológicos o de índole económica, muchas veces depende entre sí para conseguir mayor impacto al momento de fabricar dudas o falacias” (p.1).

Para Herrero et al. (2020) afirma que: “El desorden informativo (sátira o parodia, conexión falsa, contenido engañoso, contexto falso, contenido impostor, contenido manipulado o contenido fabricado) es un problema social que empieza

a demostrar sus daños colectivos” (p.189). Herrero clasifica el desorden informativo en 7 grupos, lo que concluye es que estos desórdenes causan daño a gran escala. Pero Rubin y Conroy (2015) difieren que: existen tres clases de fake news existentes:

- a) fabricaciones serias (descubiertas en los principales medios de comunicación o participantes, prensa amarilla o tabloides)
- b) engaños a gran escala: el engaño es otro tipo de fabricación o falsificación deliberada en las principales redes sociales
- c) falsificaciones humorísticas (sátira de noticias, parodia, programas de juegos).

Otro concepto Podemos encontrarlo en el libro First Draft donde Wardle (2017) clasifica a los desórdenes informativos en 8 grandes grupos y estos son:

CONCEPTO	¿QUÉ ES?	OBJETIVO
SÁTIRA PARODIA	O Son representaciones artísticas, que incluyen críticas a la sociedad.	Su objetivo radica en la confusión que puede generar a los lectores y consumidores de diversas redes sociales, dado que el modo de exponer los problemas sociales lo hacen con un tono ácido y humorístico.
CONTENIDO ENGAÑOSO	Se considera contenido engañoso a todo lo que prometen, pero al final resulta ser una vil mentira.	Su principal objetivo, es usar información engañosa, perjudicando al consumidor, inculcando de manera incriminatoria un tema o un individuo.
CONTENIDO IMPOSTOR	Este tipo de información se da cuando se suplanta una fuente original, con intención provocadora.	suplantar fuentes genuinas por falsas, cambiando el contexto

CONTENIDO FABRICADO	Se trata de contenido pensado y difundido para engañar y perjudicar.	Es todo contenido falso, con la finalidad de engañar o dañar a algo o alguien.
CONEXIÓN FALSA	Es cuando el titular y las imágenes no tienen contexto con la información.	Su objetivo es confundir al lector ya que pueden poner imágenes que no van con la información.
CONTEXTO FALSO	El contexto es de suma importancia, ya que gracias a ella entendemos el mensaje que nos quieren brindar.	Su principal tarea es, descontextualizar la información real, con el fin de que creen su propio beneficio.
CONTENIDO MANIPULADO	Es toda información o imagen, que es verídica, pero se manipula para engañar.	El objetivo de este tipo de contenido es engañar al lector y consumidor, ya que su contenido es verídico, pero de una forma manipulada para tratar de desinformar a las personas.

Fuente: Elaboración propia inspirada en Wardle (2017) del libro First Draft (2019).

En conclusión, gracias al uso del internet, el engaño periodístico ha ido en aumento, esto se refleja en las últimas décadas, donde la mal información predomina sobre las fuentes confiables, esto se identifica principalmente en las plataformas virtuales, donde proliferan noticias fabricadas para desprestigiar a algo o a alguien, un ejemplo preciso de todo esto, es los memes que son una forma de humor, parodia de alguien, pero algunas veces conllevan a una desinformación.

A continuación, se presenta la segunda subcategoría, **Elementos del desorden informativo según el agente**, los agentes que motivan al desorden informativo son los que ayudan a crear o producir información falsa, contribuyendo a la desinformación, con la intención de hacer daño, estos elementos son los medios tradicionales como la televisión pero últimamente gracias a la proliferación del Internet, se cambió rotundamente el acceso a información, es por esto que uno de los agentes en lo que circula mayor contenido falso son en las redes sociales,

quienes últimamente han perdido la calidad de información, aumentando drásticamente los desórdenes informativos. Sanromán (2020) explica que:

Las noticias falsas son una especie de bulo, que se difunden a través de medios de comunicación tradicionales, como también en redes sociales, para evitar datos reales, con el objetivo de desinformar generando en la población la duda y zozobra. (p.4)

A continuación, se presenta uno de los primeros agentes que es: **la Televisión**

En unos de sus conceptos más básicos, la televisión es uno de los medios que goza de mayor popularidad a nivel mundial, esto se debe a su fácil acceso y a su inmediatez, en pleno siglo XXI y debido a esta pandemia la televisión juega y jugó un papel muy importante para transmitir mensajes sobre los acontecimientos, gracias a este medio muchos ciudadanos tomaron medidas para prevenir la expansión del virus, según Mejía et al. (2020), “los medios de comunicación, muchas veces ayudan a organizaciones internacionales, como la Organización Mundial de la Salud, para garantizar que la sociedad esté bien informada sobre efectos o amenazas durante diversas pandemias” (p.4).

Pero no todo lo que se transmite en televisión debemos tomarlo como verdadero, existen personas que lamentablemente desinforman a la población, como es el caso ocurrido en Perú, en el programa de la periodista Juliana Oxenford, donde el invitado del bloque salud era el exjefe del Instituto Nacional de Salud, Ernesto Bustamante, quien habló sobre los nuevos picos de contagios a causa de la pandemia del coronavirus, además de hacer conocimiento sobre las medidas de seguridad, el hecho fue lamentable cuando la periodista preguntó si existe otra medida para tener una buena higiene de las manos, el invitado replicó que si no tenemos alcohol, lo recomendable es usar saliva para limpiarnos las manos, u otros fluidos corporales, esto generó más dudas en la población, debido a que, se tiene la creencia de que todo lo que sale en televisión debe ser considerado importante. Errázuriz (1987) explica que: “Hay al menos dos clases de medios de comunicación. Aquellos que buscan informar con la verdad y los que ensucian el papel de imprenta y desnaturalizan las ondas de la radio y televisión desinformando, distorsionando la realidad” (p.121). Algunos medios de comunicación convencionales como la televisión no son fiables, si bien, no fue

culpa de la periodista sino del invitado, lamentablemente esa noticia fue trascendental ya que gran parte de la población optó por tomar esta medida como verdadera, desinformando y generando críticas, es por esto que se debe contrastar lo que se ve y oye en ellos, según Man et al. (2021) afirma que:

Aquellos que confiaban en las noticias de televisión como fuente principal, o que usaban Facebook como una fuente de noticias adicional en general, tenían menos probabilidades de responder correctamente a las preguntas sobre COVID-19 que otros grupos. Esto es preocupante, ya que la mitad [...] informa que usa la televisión como fuente de noticias. (p.913)

Esto se debe a que algunos consideran a la televisión como el medio en que las noticias transmitidas deben y son verdaderas, gran parte de la población hace caso a lo que se dice, la televisión tiene distintos escenarios donde cobra mayor importancia, según Sandoval (2001), “la televisión tiene una presencia dominante en la sociedad, ya que actúa como el principal sistema de información y a la vez de desinformación, tanto es su poder, que es el escenario principal de las campañas electorales” (p.260).

Por ende, se debe entender la importancia de la televisión, debido a sus diversos aspectos, pero últimamente es quizás uno de los medios de comunicación más criticados, gracias a algunas noticias fuera de contexto que solo alimentan la desinformación en la sociedad, según Gómez (2010), “menciona que los ciudadanos deben conocer el lenguaje audiovisual, que se transmiten en algunos medios de comunicación, especialmente el de la televisión, para así evitar ser presas de manipulación o desinformación” (p.9).

Continuando con el asunto, se presenta a **las Redes sociales**, como segundo agente, el auge de las redes sociales en nuestra vida cotidiana, se está haciendo cada vez más grande, la revolución tecnológica a través de entornos digitales cambió nuestra manera de comunicarnos y relacionarnos, tan solo basta con compartir información para que esta logre viralizarse rápidamente por las diversas plataformas virtuales, muchas veces sin verificar, fuentes que fidelice su contenido, el principal problema de estas noticias es su viralización ya que se propagan a una velocidad mucho mayor que las noticias auténticas, es por eso

que las redes sociales son el medio donde más frecuente las noticias falsas, según Sanz y Carro (2019), “las redes sociales representan un cambio radical al momento de consumir información, debido a su facilidad e inmediatez, pero últimamente ha potenciado la proliferación de noticias falsas” (p.522).

Debido al gran crecimiento de las redes sociales, se dio acceso para que los usuarios creen y publiquen sus propias notas, generando así que la gran mayoría de estas publicaciones sean falsas, conllevando a una gran confusión por parte del lector, potenciando a la proliferación de noticias falsas, si bien el acceso al internet nos abrió muchas puertas, también nos dio chance para que se cree desinformación en sus plataformas. Ireton y Posetti (2020) mencionan que:

Es probable que las personas tomen como creíble todo el contenido avalado por sus redes sociales y que se corresponda con sus corazones, pero soslaye el compromiso con sus cabezas. Ya se pueden ver los impactos negativos que esto tiene en las creencias del público sobre la salud, la ciencia, la comprensión intercultural y el estatus de la competencia profesional auténtica. (p.8)

Existen personas que creen ciegamente en todo lo que se publica, comparte y difunde en redes sociales, atribuyendo a la propagación de la información falsa, es aquí donde ciertas publicaciones se aprovechan debido al contexto en la que ciertas personas se encuentran, jugando muchas veces con su preocupación, claro ejemplo tenemos la actual pandemia, donde la gente está volviéndose más susceptible a cualquier tipo de noticia y creyendo ciegamente en ellas. Por otro lado, según Vosoughi y Aral (2018), “descubrieron que las noticias falsas se difunden con mayor rapidez, esto se debe a que las personas son más propensas a compartir información novedosa, sin importarles si estas noticias son falsas” (p.1).

Estamos acostumbrados a escandalizar todo lo que vemos, es más fácil el poder compartir un tema que nos llame la atención, incluso no siendo cierta, pero el morbo muchas veces juega un papel importante en todo esto, si bien no es nuestra culpa, pero ya nos tienen acostumbrados cuando en las plataformas vemos el tan conocido título amarillo con letras grandes, muchas veces podemos

decir lo primero que vemos, sin antes darnos el tiempo de corroborar la información.

Avanzando en el tema, se presenta la tercera subcategoría, **propósito del desorden informativo**, lamentablemente, las noticias falsas generan mayor reacción que las noticias verdaderas, siendo nosotros mismos los principales causantes de la desinformación ya que al leerlas, las compartimos, generando todo un círculo vicioso de fake news. La desinformación tiene el propósito de desestabilizar y distorsionar la realidad, inculcando mayormente en temas de política y salud donde buscan generar o dañar a instituciones o personas.

El propósito de cualquier falsedad es anular la importancia de los hechos verdaderos y comprobados, uno de los propósitos del desorden informativo se presenta en la **Política** donde la desinformación es dañina y peor aún cuando sucede en medio de elecciones, usándose como un arma política para genera esa incomodidad con el adversario y tratar de generar impacto con la ciudadanía. Ojeda y Peredo (2020) afirma que:

La desinformación política, que es una forma remozada de la clásica propaganda política. Tiene como contexto principal las épocas electorales y su producción suele ser premeditada, bajo la lógica amigo/enemigo. Su circulación se ha visto nutrida por cuentas falsas de militantes, trolls y bots, centrándose en una transmisión de punto a multipunto, pues su objetivo es la opinión pública. Facebook, Twitter y otras plataformas públicas son el nicho de este tipo de desinformación. (p.101-102)

Los candidatos utilizan los medios de comunicación para que la ciudadanía sea parte de su campaña electoral, influyendo en la opinión pública para así tratar de ganar votos, según Rodríguez (2018) afirma que:

La desinformación, últimamente se ha convertido en el lenguaje político y periodístico, ya que estos mismos utilizan estrategias para lograr engañar a la opinión pública, con el fin de manipular a gran parte de la sociedad para conseguir sus propios intereses. (p.232)

Los intentos de manipulación y las estrategias utilizadas por políticos tienen un interés económico, para ellos con tal de ganar votos, son capaces de

usar la mentira para desprestigiar a su adversario, contribuyendo a la confusión por parte de la sociedad, la mentira es usada para dañar la reputación de la persona, lamentablemente estos sujetos utilizan esta la información distorsionada para tratar de convencer o ganar adeptos que estén de acuerdo con su plan de gobierno. “La política es el punto de encuentro en el que se ha hecho más visible los anuncios políticos falsos, utilizados para denigrar a un contrincante en particular, en época de elecciones” (Tusa y Duran,2019, p.24). Los medios de comunicación, así como las redes sociales, logran el propósito de distorsionar la realidad, generando desinformación, esto se debe a intereses detrás de los medios por una cierta campaña política y buscando favorecer a una candidata, un claro ejemplo es el actual proceso electoral en el Perú.

Otros de los propósitos del desorden informativo es generar controversia en lo **Personal**

Según Ochoa y Bermúdez (2020), “la desinformación es considerada un fenómeno global, que distorsiona la realidad y cuya finalidad es dañar la imagen a nivel personal o institucional, generando caos y confusión en la sociedad” (p.16).

Hablar de desinformación es hablar de manipulación informativa, utilizada con el propósito de engañar o influir en la opinión pública, con la finalidad de deslegitimar a las personas, utilizando las “mentiras y las críticas negativas como forma de protesta o con el fin de dañar la imagen de una persona y de impulsar indirectamente un cambio en la mentalidad y decisiones de la población” (Caballero y Vásquez, 2018, p.10).La desinformación, en su sentido más amplio es un fenómeno que atenta contra la verdad, cuyo objetivo es dañar la imagen de una institución o persona, esto a veces responden a intereses de grupos de poder. Aba (2020) explica que: “En este contexto de desórdenes informativos donde se difunde opinión como si fuera verdad noticiable con la finalidad de dañar a determinadas instituciones o personas” (p.134).

Por último, el propósito del desorden informativo actualmente es en temas de **Salud**, el rol de las plataformas virtuales como medio de información, últimamente han propiciado un ecosistema de información poblado de datos, mezclados muchas veces información no verificada sobre la actual pandemia,

esto se debe a que han surgido rumores, opiniones de gente que pone en daño la salud pública. Actualmente la sociedad está cruzando una de sus peores batallas debido a la pandemia global que ha cambiado radicalmente la forma en la que vivimos, pero la saturación de información a veces genera desinformación por parte del lector, por otro lado, según Germani y Ingelmo (2020), “la finalidad de las redes y de la inteligencia artificial, es generar desinformación, infundiendo el miedo en la sociedad, con el propósito de romper lazos y desunir a la población en un momento tan crítico como en el que encontramos” (p.18).

La desinformación difundida por estas plataformas se asimila muy rápidamente, dado al grado de su viralización, dando lugar a cambios de comportamiento que pueden llevar a que las personas tomen mayores riesgos con tal de sentirse bien, todo esto hace que la pandemia sea mucho más grave, ya que pone en peligro la salud mundial y mental, en ese contexto. UNESCO (2020) afirma: “La viralización de estas piezas pone en riesgo la seguridad de las personas que deciden cómo actuar frente al coronavirus en función de argumentos incorrectos y en muchos casos, falsos”.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

La presente investigación presenta un enfoque cualitativo, según Salgado (2007), “La investigación cualitativa es el intento del investigador para comprender en profundidad los significados y definiciones de la situación tal como nos la presentan las personas” (p.71). Este enfoque permite realizar una descripción detallada de la variable de estudio, buscando generar ideas para ayudar a entender cómo es percibido el problema y así encontrar soluciones.

El observador, en la investigación cualitativa, se convierte en el instrumento de mayor importancia para la recolección de datos, pero gracias a las TIC, sus habilidades se incrementan, obteniendo mayores oportunidades, y una de ellas, es la grabación en video, que ayuda al investigador a acercarse a los acontecimientos de la vida real tal como ocurren naturalmente, es decir sin presencia del investigador. (Orellana y Sánchez,2006, p.212)

Esta investigación es de tipo aplicada, pues utiliza conocimientos para resolver problemas en donde la solución sea beneficiosa a individuos o comunidades mediante alguna técnica particular, según Grajales (2000) explica que “La investigación aplicada, depende de los estudios realizados de la investigación básica, pues la investigación aplicada en su esencia busca el conocer para hacer, para actuar y para construir, modificando algunas cosas. (p.2)

La investigación aplicada tiene por propósito hacer un uso del conocimiento ya existente, por ende, se entiende que depende de la investigación básica para dar una posible solución a un problema, por otro lado. Lozada (2014) explica que:

La investigación aplicada tiene por objetivo la generación de conocimiento con aplicación directa y a mediano plazo en la sociedad o en el sector productivo. Este tipo de estudios presenta un gran valor agregado por la utilización del conocimiento que proviene de la investigación básica. (p.35)

Diseño de investigación

La presente investigación tiene por diseño hermenéutica, según Quintana y Hermida (2020) afirman:

En la investigación hermenéutica, el investigador se involucra en un proceso dialéctico en el que explora la historia del texto, reflexiona focalizando la atención entre el texto y las estructuras de pensamiento del investigador, dialoga con el texto, interrogándose y buscando respuestas a sus preguntas e interpreta el texto en un recorrido de ida y vuelta entre las partes y el todo del texto. (p.79)

En tal sentido, la hermenéutica es un mecanismo apropiado para la valoración crítica de las fuentes y de los documentos revisados durante el proceso de investigación, por ende, la importancia de esta. Villar (2015) explica que:

la estética-hermenéutica como método de análisis, son textos en los cuales puede interpretarse lo acontecido en el contexto que los creó; son signos y como tales, emiten mensajes. Los objetos son un testimonio de una determinada época histórica, un determinado modo de uso, creencia y una forma de compartir, a partir de ellos, se puede entender la cosmovisión de una comunidad y su relación con el entorno. (p.23)

La hermenéutica es un sentido más amplio es el método de la interpretación, la lectura y la traducción de textos.

3.2. Categorías, códigos y matriz de categorización

UNIDAD TEMÁTICA: FACT-CHECKING

CATEGORÍA 1: TIPOS DE VERIFICACIÓN

Subcategoría 1: Verificación Periodística

Subcategoría 2: Verificación Colaborativa

Subcategoría 3: Verificación Automatizada

CATEGORÍA 2: FACT-CHECKER

Subcategoría 1: Competencia Digital

Subcategoría 2: Alfabetización Mediática

UNIDAD TEMÁTICA: DESINFORMACIÓN

CATEGORÍA 3: DESORDEN INFORMATIVO

Subcategoría 1: Tipos de desorden informativo

Subcategoría 2: Elementos del desorden informativo según el agente

Subcategoría 3: Propósito del desorden informativo

3.3. Escenario de estudio

La República es un diario peruano a nivel nacional que se edita en Lima y tiene filiales en regiones como, Chiclayo, Iquitos y Arequipa, actualmente debido a la propagación de noticias falsas en las redes sociales, el espacio la República implementó en sus filas la herramienta del Fact-checking o la verificación de datos, al principio era solamente un proyecto que elabora notas de verificación para las demás secciones pero no para una sección fija y a mediados del 2019 nace como como sección verificador y en el 2020 pasa a ser parte de la red internacional de verificadores de datos. Esta plataforma también pertenece a la International Factchecking Network o conocido por sus siglas en inglés (IFCN). Esta área se encarga de combatir la desinformación que circula en internet bajo titulares tergiversados y descontextualizados como fotografías o videos editados, para así descartar rumores y contenidos engañosos que se compartan al público.

Metodología

Verificador de La República actúa como un semáforo, en sus inicios contaban con tres categorías: *cierto*, *falso* y *dudoso*, dudoso era para decir que no sabían si era cierto o si era falso después de una investigación, fue cuando se dieron cuenta que a veces una nota parte de una información cierta, pero a la vez su contenido era falso o en viceversa y no podían determinar cuál de los dos era, entonces no alcanzaba esa calificación, después le cambiaron a impreciso para decir que podría ser cierto pero en determinado contexto, dependiendo de cómo se lee esa información y además añadieron otra categoría que es engañosa que es cuando existe información que se basa en hechos reales pero que hay una tergiversación por el modo en cómo está escrito o porque a partir de ello se concluye con algo falso. Actualmente el verificador cuenta con cuatro categorías.

Año de creación: 2019

País: Perú

¿A qué se dedican?: se dedican a verificar la desinformación que circula en las diversas plataformas sociales bajo la forma de titulares, fotografías o videos editados.

¿**Qué Buscan?**: Buscan desmontar desinformaciones que afectan la vida de las personas. Generalmente son sobre salud, derechos humanos y política, asimismo informar a la sociedad con base en datos, trabajando para revalorizar la verdad.

¿**Quiénes lo conforman?**:

- Rider Bendezú, Director
- Wilmer Crespo, Editor
- Andrea López, Coordinadora de proyectos
- Irene Ignacio, Coordinadora de contenidos
- Lizeth Román, Redactora
- Ezzio Ramos, Redactor
- Paola Ferrer, Redactora
- Johana Perleche, Redactora de apoyo

Categorías en las que clasifican las investigaciones: Es un semáforo, 'Cierto' (verde), 'Falso' (rojo), 'Impreciso' o 'Engañoso' (ámbar).

3.4. Participantes

Los participantes incluidos en esta investigación deben ser seleccionados en virtud a sus conocimientos y/o especializaciones, con la finalidad de que sean capaces de brindar información verídica y sustentada. La esencia de esta investigación consta de 3 categorías, es por ello que demanda la búsqueda de especialistas en el campo del Fact checking o la verificación de datos quienes brinden información idónea para el desarrollo de esta investigación.

Para conseguir los objetivos planteados dentro del presente trabajo de investigación, se utilizaron una ficha de observación y una entrevista compuesta por diecinueve preguntas. Este análisis se realizó considerando aspectos específicos

dentro de la ficha de observación, los cuales recibieron el nombre de códigos. Al respecto, cabe mencionar que los códigos fueron componentes desplegables de las categorías y permiten la evaluación más específica y certera de las mismas. Estas categorías, a su vez, son aspectos involucrados en el análisis, estudio e investigación del Fact-checking contra la desinformación del caso: verificador de La república: “las mascarillas están causando muertes por neumonía bacteriana”. Asimismo, en cuanto a la entrevista efectuada, se contó con la participación de dos especialistas en el tema de Fact-Checking y dos periodistas quienes respondieron a las interrogantes relacionadas con el tema de desinformación, con la finalidad de recabar apreciaciones y orientaciones más profundas acerca del tema investigado.

El primer entrevistado fue Yulvitz Quiroz, dicha entrevista se efectuó el día 17 de setiembre del año 2021 mediante una llamada telefónica. En cuanto al segundo entrevistado, se consideró a Leydy Loayza Mendoza, quien actualmente es Segunda Vicedecana nacional del Colegio de Periodistas del Perú. Esta entrevista se realizó el día 23 de setiembre del año 2021 mediante una conversación efectuada vía Meet Recordings.

La tercera entrevistada fue Irene Ignacio quien se desempeña como FactChecker en la unidad de verificación de datos de *La República*. Dicha entrevista se efectuó el día 26 de setiembre del año 2021 mediante una conversación efectuada vía Meet Recordings. En cuanto al último entrevistado, se consideró a Mario Junior Quispe Moreno, quien se desempeña como docente de la Universidad Privada del norte (Sede San Juan de Lurigancho) y es periodista en Piquete Informativo. Esta entrevista se realizó el día 27 de setiembre del año 2021 por medio de un audio sostenido mediante WhatsApp.

Características de los participantes

Para comenzar, se destacó, la especialidad en la que se destacan, y si poseen algún cargo o un título de especialización.

Periodistas: Los periodistas son personas que se dedican a difundir cualquier hecho noticioso a la sociedad, en distintas áreas, prensa escrita, radio, televisión o medios digitales. Para precisar, los entrevistados serán personas que cuenten con mayor trayectoria en el mundo del periodismo en el Perú.

Fact-Checker: El fact-checker es aquella persona que investiga la fuente o el origen de la información, hoy en día el trabajo del fact-checker es fundamental para contrarrestar el avance de la desinformación.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La recolección de datos, comprende una serie de técnicas y herramientas que ayudan al investigador a realizar un procedimiento de análisis más exacto.

Hernández et al. (2014) afirma: “el investigador cualitativo utiliza diversas técnicas para la recolección de datos, entre las más conocidas está, la observación no estructurada y entrevistas abiertas” (p.9).

Técnicas

Maya (2014) afirma: “Las técnicas de investigación comprenden un conjunto de procedimientos organizados sistemáticamente que orientan al investigador en la tarea de profundizar en el conocimiento y en el planteamiento de nuevas líneas de investigación” (p.4). En tal sentido, es indispensable para la elaboración de un proyecto de investigación dado que en dichas técnicas se profundiza el planteamiento del problema. Rojas (2011) explica que:

La técnica está relacionada con el método de la investigación, con la Teoría y aún con el perfil filosófico que caracteriza a dicha investigación como un todo. Suele decirse, en atención de esta relación, que la técnica es una teoría en acto, pero es también un método en acto y una filosofía en acto; la técnica, pues, está vinculada a la decisión metodológica del investigador, a su perspectiva teórica y a su orientación filosófica. (p.278)

En pocas palabras, las técnicas de investigación comprenden un conjunto de herramientas, procedimientos e instrumentos, que se utilizan para la obtención de información, dependiendo de la metodología empleada.

Entrevista

La entrevista es la técnica más empleada en las distintas áreas del conocimiento. En un sentido general, se entiende como una

interacción entre dos personas, planificada y que obedece a un objetivo, en la que el entrevistado da su opinión sobre un asunto y, el entrevistador, recoge e interpreta esa visión particular. (Campoy y Gomes, s.f., p.10)

La entrevista, es uno de los instrumentos técnicos más empleados al momento de recaudar datos, esto se debe a que la finalidad periodística con la que se desarrolla establece una comunicación interna, en la que se conoce datos de vital importancia, según Trindade (2016) afirma que:

en la investigación cualitativa, la entrevista es un proceso comunicativo que se pacta entre uno o más sujetos, pero que, en la actualidad, con las herramientas tecnológicas necesarias (chats, celulares con sistema 4G) podemos hacer videoconferencias, que facilitan de una u otra forma el trabajo al investigador. (p.19)

En la investigación cualitativa, la entrevista es una gran aliada al momento de recabar datos, esto se debe a que propone una conversación con el entrevistado lo el que se entabla un proceso comunicativo.

Observación

(Zapata,2006, como se citó en Mora,2017) Afirma: “Que las técnicas de observación son procedimientos que utiliza el investigador para presenciar directamente el fenómeno que estudia, sin actuar sobre él, esto es, sin modificarlo o realizar cualquier tipo de operación que permita manipular” (p.26). Esta técnica, es útil para registrar los acontecimientos sobre determinado fenómeno.

Instrumentos de recopilación de datos

Un instrumento de recolección de datos es todo recurso que utiliza el investigador para acercarse al fenómeno estudiado y extraer información.

Hernández y Duana (2020) afirma:

las técnicas constituyen el conjunto de instrumentos en el cual se efectúa el método, mientras que el instrumento incorpora el recurso o medio que ayuda a realizar la investigación, además el uso de técnicas de recolección de información es una etapa donde se

inspecciona y se transforman los datos con el objetivo de resaltar información útil, lo que sugiere conclusiones y apoyo a la toma de decisiones. (p.51)

Guía de entrevista semiestructurada

En este tipo de investigación emplearé la entrevista semiestructurada ya que es conveniente para la creación de una comunicación fluida, donde haya intercambio de opiniones. “Las preguntas que se realizan son abiertas. El informante puede expresar sus opiniones, matizar sus respuestas, e incluso desviarse del guión inicial pensado por el investigador cuando se abren temas emergentes que es preciso explorar” ([Artículo sobre el estilo de citación de la APA], s.f.). En cierto aspecto este tipo de entrevista da cierto tipo de ventajas, según Díaz et al. (2013), "es posible averiguar hechos no observables como, significados, motivos, opiniones, valoraciones y emociones" (p.165).

Guía de observación

Según Campos y Lule (2012), explican que “la guía de observación, como instrumento permite la recolección de datos de un hecho o fenómeno, ayudando al observador a situarse de una manera sistemática, involucrándose en el objeto de estudio (p.56). La guía de observación, permite al investigador recoger y organizar datos específicos sobre la problemática planteada.

3.6. Procedimientos

Inicialmente, se analizó la realidad problemática en torno a la verificación de datos y cómo es su implementación en *La República*. En esta orientación se evaluó el desconocimiento hacia este tipo de plataforma, y su realización, por ende, esta investigación analizará y dará a conocer como es la implementación del Factchecking para combatir la desinformación generada en las redes sociales.

Seguidamente el procedimiento utilizado en esta investigación, será la entrevista vía zoom, a través de la recolección de datos, donde el entrevistado contesta preguntas acordes a la guía de entrevista estructurada por el investigador, luego este mismo, pasará a transcribir y editar el contenido obtenido.

FICHA TÉCNICA N°1	
NOMBRE	Guía de entrevista semiestructurada que sustenten la investigación.
AUTOR	Gutierrez Zapata Juan Carlos
PAÍS	Perú
AÑO	2021
ADMINISTRACIÓN	Individual
DURACIÓN	30- 40 min

3.7. Rigor científico

El rigor científico implica la valoración y la confiabilidad de la metodología del proyecto de investigación, para que sea reconocida como creíble.

Validez de instrumento

La validez en la investigación es algo fundamental, que medirá la objetividad que demanda cualquier trabajo, según Cortés (1997) nos dice que “la validez de un estudio cualitativo está basado en la adecuada representación de esas construcciones mentales que los participantes en la investigación ofrecen al investigador. (p.78)

La validez busca que la herramienta o el instrumento mida lo que pretende medir, es decir si la información es adecuada o no.

La validez en la investigación cualitativa se refiere a algo que ya ha sido probado, por lo tanto, se le puede considerar como un hecho cierto, el mismo que puede ser aplicado en la vida diaria, en las ciencias sociales, y dar a un hecho válido permitiendo considerar como la mejor opción posible de otras entre tantas. Algunos autores coinciden al respecto (Plaza et al.,2017, p.345)

V de Aiken

“Es un coeficiente que permite cuantificar la relevancia de los ítems respecto a un dominio de contenido a partir de las valoraciones de N jueces” (Aiken, 1985, p. 135). Es decir, es un instrumento que permite evaluar la validez del contenido y la estructuración. Escurra (1988) explica que: “Este coeficiente combina la facilidad del cálculo y la evaluación de los resultados a nivel estadístico” (p. 105).

Figura 1: Fórmula V de Aiken

$$V = \frac{\bar{x} - l}{k}$$

APROBACIÓN DE EXPERTOS			
EXPERTOS			APLICABLES
Mgr.	Katherine	Janet	0.78 (Valido)
	Orbegoso	Castillo	
Mgr.	Miguel	Ángel	0.78 (Valido)
	Lazcano	Díaz	
Mgr.	Gladys	Ferreira	0.78 (Valido)
	Ugarte		

3.8. Método de análisis de la información

Según Simão (2010), explica que “El análisis y la elaboración de la información son la llave de una investigación cualitativa, que tiene por objetivo, contestar, triangular y validar los datos obtenidos para así establecer concordancia con los objetivos de la investigación (p.1).

Se analizará la publicación difundida mediante las redes sociales, y como fue el proceso de verificación de la plataforma “verificador” del *La República*, luego se

procederá a realizar una entrevista a expertos en el tema, inmediatamente se procederá a la transcripción de la entrevista y a su respectiva edición, resumiendo las partes más importantes de la entrevista que se evaluará respecto a las subcategorías.

3.9. Aspectos éticos

La realización de este proyecto de investigación se avaló de aspectos éticos que evidencian la transparencia con la que se trabajó.

Principio	Concepto
Objetividad	La objetividad es una cualidad difícil de alcanzar, pero la consigna en todo trabajo de investigación debe ser la consideración de este criterio para dotar de rigurosidad científica a la investigación ejecutada
Veracidad	La veracidad es uno de los componentes esenciales de la convivencia humana, es decir ser sinceros entre ellas, a nivel de pensamiento, discurso y acción (Martínez,2018, p. 346).
Originalidad	La originalidad, en una investigación, es algo fundamental, ya que el investigador confirma su compromiso en no copiar, ni falsificar.

CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis e interpretación de los resultados

UNIDAD TEMÁTICA: FACT-CHECKING

CATEGORÍA 1: TIPOS DE VERIFICACIÓN

Pregunta 1: ¿Cómo es el proceso de verificación periodística que realiza la plataforma “Verificador” para combatir la desinformación?

Irene Ignacio - Coordinadora de contenidos de Verificador -

Diario La República

“Básicamente partimos de monitorear las redes sociales y lo que están diciendo algunos políticos o usuarios y a partir de eso seleccionamos cuáles son las afirmaciones potencialmente verificables, luego consultamos fuentes, investigamos, revisamos estudios, consultamos con especialistas , también algunos repositorios , es decir toda la información con la que podamos contar, posteriormente para que sea publicado en verificador pasa por tres filtros un filtro interno en que en este caso es el mío otro filtro de mesa digital que vienen a ser los coordinadores de la web y el último filtro es de corrección , todo esto para que la información sea precisa”

“En La República, lo que se hace es primero detectar alguna frase o afirmación que sea potencialmente falsa y en ese sentido toman en cuenta, la viralización o algo que sea relevante porque lo ha dicho algún personaje público muy conocido, luego ya comienzan a hacer la verificación para ello realizan una búsqueda exhaustiva de fuentes para poder respaldar, confirmar o desmentir la noticia que se ha publicado y en el caso de las imágenes hacen una búsqueda inversa, en buscadores como Google”

MARIO JUNIOR QUISPE MORENO

Resultado: Los especialistas concuerdan que el proceso de verificación periodística que realiza la plataforma el “Verificador”, consta de una búsqueda

exhaustiva de fuentes para poder respaldar, confirmar o desmentir la noticia que se ha publicado todo esto para que la información sea precisa.

Pregunta 2: Respecto a la publicación “las mascarillas están causando muerte por neumonía bacteriana” ¿Cómo fue el proceso de verificación periodística?

“En general para poder escoger qué afirmación vamos a calificar o vamos a verificar primero tenemos en cuenta dos criterios principales que son la gravedad del asunto, y la viralidad; en el caso de en el caso de la nota de las mascarillas, obviamente impacta, ya que es un tema peligroso, es una desinformación de tipo peligroso porque si las personas siguen creyendo van a tener temor de utilizar las mascarillas. el proceso que realizamos fue consultar fuentes, buscar especialistas que nos informen sobre el uso de las mascarillas, para ello hemos consultado a cuatro médicos al neumólogo Antonio Tokumoto, el médico broncopulmonar Ronald reid, el médico broncopulmonar Felipe River, el médico infectólogo Augusto Tarazona, hemos revisado artículos de la OMS, luego esta información la pasamos por tres filtros para que sea precisa y luego de verificada la publicación la hemos publicado en Facebook”

Irene Ignacio - Coordinadora de contenidos de Verificador -

Diario La República

“sobre el chequeo del viral sobre las mascarillas están causando muerte por neumonía bacteriana , básicamente han utilizado tres tipos de fuentes en cuanto a las fuentes personales han recogido las declaraciones de cuatro médicos especialistas en relación a las fuentes institucionales han utilizado tres : La OMS, el colegio médico del Perú y una universidad y en cuanto a las fuentes documentales han hecho alusión a un pozo anterior del verificador del mismo medio la República y un artículo de una revista”

MARIO JUNIOR QUISPE MORENO

Resultado: Los especialistas concluyen que la plataforma para realizar la verificación periodística sobre las mascarillas que están causando muerte por neumonía bacteriana, utilizaron tres tipos de fuentes: *personales, institucionales y documentales*. En cuanto a las fuentes personales tomaron declaraciones de cuatro médicos especialistas, en relación a las fuentes institucionales han utilizado tres: La OMS, el colegio médico del Perú y la Universidad, Johns Hopkins, en las fuentes documentales han hecho alusión a un pozo anterior del verificador del mismo medio la República y un artículo de una revista. Luego dicha publicación pasó por tres filtros, el filtro interno, filtro de mesa digital que vienen a ser los coordinadores de la web y el último filtro es de corrección.

Pregunta 3. La República, ¿trabaja con la verificación colaborativa? ¿Cómo es el procedimiento? ¿con qué medios u organizaciones cuentan para realizar este tipo de verificación?

“Sí, este año a raíz de las elecciones 2021, verificador y el consejo de la prensa peruana e internacional convocaron a medios para la organización de la alianza colaborativa de la alianza de verificación PerúCheck en este caso se incluyó a la República, El comercio, RPP y a otros medios regionales, también estamos formando parte de la red internacional de verificadores de hechos de Pointer desde el 2019, también de la red latinoamericana de Latamchequea que está liderada por chequeado de argentina”

Irene Ignacio - Coordinadora de contenidos de Verificador -

Diario La República

“En este caso no trabajan con una verificación colaborativa, básicamente el chequeo lo hace el propio equipo del verificador del diario la República y además lo que sí se evidencia es que por ejemplo ellos tienen una especie de solicitud de verificación en el sentido de que si de repente alguno de los chequeos es impreciso pueden modificar el titular o alguna parte de lo que se ha citado que sería una especie de también de rectificación y eso me parece que es importante que puedan desarrollarlo”

RESULTADO: En este caso la perspectiva de nuestra primera especialista difiere con lo que resalta nuestro segundo especialista, esto quiere decir que aún existe aún desconocimiento de la implementación de esta herramienta. Sin embargo, Respecto a la *Verificación colaborativa*, la plataforma “Verificador” forma parte de la organización de la alianza colaborativa de verificación *PerúCheck*, y de la red latinoamericana de Latamchequea. Los medios que conforman estas alianzas son varios medios peruanos.

Pregunta 2: En el caso de la página chequeado, ellos utilizan la plataforma chequeabot para automatizar el procedimiento de verificación de datos ¿Ustedes trabajan con ese tipo de verificación (Verificación automatizada)?

“En verificador todavía no hemos implementado eso, básicamente es un tema de recurso”

Irene Ignacio - Coordinadora de contenidos de Verificador -

Diario La República

“No hay una especie de plataforma chequeabot como lo tiene chequeado de argentina más bien lo que sí se evidencia es que procuran usar datos abiertos y documentos en línea, en el caso de datos abiertos es el portal del Gobierno peruano que tiene en línea y transparentando datos de diferentes áreas en los distintos Ministerios”

Resultado: Los especialistas concluyen que “Verificador” aún no cuenta con la verificación automatizada, esto se debe básicamente a un tema de recursos por parte de la misma plataforma, sin embargo, se evidencia el uso de datos abiertos y documentos en línea, en el caso de datos abiertos consultan el portal del Gobierno Peruano y datos de diferentes áreas en los distintos ministerios.

CATEGORÍA 2: FACT-CHECKER

Pregunta 5: ¿Cuáles son las competencias digitales que debería tener el Factchecker del diario La República?

“Lo que me interesa sobre todo es que tenga capacidad para aprender, que tenga altos estándares que sea muy riguroso que pueda manejar información con responsabilidad que sea atento al detalle, que le guste investigar, ampliar la búsqueda en diferentes plataformas no solamente quedar en google sino también otras redes sociales, repositorios en bases de datos ampliar el horizonte lo que se está hablando sobre la fabricación mediática, sobre todo tener un pensamiento y un juicio crítico”

Irene Ignacio - Coordinadora de contenidos de Verificador -

Diario La República

“La primera competencia, es la pasión por investigar, es necesario que el periodista que se va a dedicar a hacer chequeos sea muy apasionado con la investigación a profundidad y obviamente eso implica también que esté capacitado para poder conocer el entorno digital”

MARIO JUNIOR QUISPE MORENO

Resultados: Los especialistas concuerdan que una de las competencias digitales que debería tener un Fact-checker debe ser la pasión por la investigación para dedicarse a la verificación de datos ésta es la principal característica de ser investigador, así como tener un juicio crítico para entender su entorno digital.

Pregunta 6. ¿Cuál es el grado de conocimiento de alfabetización mediática, con la que cuentan o deberían contar los Fact-checker de La República para contrarrestar la desinformación generada en redes sociales?

“Influye mucho la experiencia que tenga el periodista y el criterio, ser consciente de los sesgos que tienen los propios medios de comunicación al informar y tener en cuenta que incluso en los estudios va a haber sesgos que te pueden direccionar hacia alguna u otra manera, no simplemente se trata de leer. La

alfabetización mediática no solamente va a ser necesaria para los periodistas sino en general para las personas que quieran consumir la información”

Irene Ignacio - Coordinadora de contenidos de Verificador -

Diario La República

“Tiene que tener un conocimiento del entorno alto, así como conocimiento en periodismo de datos es necesario que haya una capacitación previa para que los Fact-checkers puedan desarrollar su trabajo de forma adecuada para que les permita poder contrarrestar la desinformación que se genera a través de las distintas redes sociales”

MARIO JUNIOR QUISPE MORENO

RESULTADO: Nuestros especialistas concuerdan que el Fact-checker debe tener un grado de conocimiento alto del entorno digital para que así se le facilite la labor de verificar la información que se genera. Sobre todo, debe ser consciente de los sesgos que existen, así como un pensamiento crítico.

Pregunta 7: ¿Crees que la labor del Fact-checker es trascendental para ayudar a que la información sea de calidad?

“sí, claro de todas maneras, pero yo no diría que es específicamente el Factcheckear sino la labor de comprobar y eso es lo que se hace en periodismo. La metodología del Fact-checking es válida para generar varios tipos de contenidos dentro del periodismo no sólo notas de Fact-checking”

Irene Ignacio - Coordinadora de contenidos de Verificador -

Diario La República

“Sí, la función del Fact-checker es relativamente nueva en los medios porque todavía no está institucionalizada en todos, pero su rol es fundamental porque la propia OMS ha declarado en el 2020 que estamos viviendo una etapa de infodemia lo que quiere decir que la pandemia del coronavirus se ha unido a la pandemia de

la desinformación entonces en un mundo desinformado hace falta que se realice el chequeo de todo lo que circula para que esto no induzca un error al público”

MARIO JUNIOR QUISPE MORENO

Resultados: Los especialistas concuerdan que la labor del Fact-checker puede llegar a ser trascendental, debido a la inmediatez de las redes sociales hace falta alguien quien realice el chequeo de datos de todo lo que circula en las diversas plataformas, por ello se considera importante que la figura del Fact-checker puede ayudar a contrarrestar la desinformación para que así el público no se sumerja en un error.

UNIDAD TEMÁTICA 2: DESINFORMACIÓN

CATEGORÍA 3: DESORDEN INFORMATIVO

Pregunta 8: ¿Cuáles son los principales tipos de desorden informativo que generan una posterior desinformación?

“Sobre todo, en esta pandemia abunda el contenido impostor, el Clickbait que funciona como un contenido engañoso, y la conexión engañoso”

Irene Ignacio - Coordinadora de contenidos de Verificador -

Diario La República

“El desorden informativo y su impacto en el público va a ser posible a través de cualquier tipo de manipulación de la información, ya sea para de repente promover un contenido engañoso o incluso un contenido que ha sido fabricado con toda intencionalidad para desviar la atención, para redireccionarla hacia una parte o simplemente por fines de entretenimiento”

MARIO JUNIOR QUISPE MORENO

“Hay muchos medios de comunicación especialmente a través de las redes sociales, que utilizan lo que se conoce como clickbaits la cual busca a través de los

titulares llamativos hacer que la gente haga clic. Y cuando se van a leer la noticia la información es muy distinta, resultando ser un contenido engañoso”

Yulvitz Quiroz

“Hay muchos propulsores de este tipo de situaciones, empezando por los medios de comunicación, ha habido casos en los que los medios de comunicación de larga data han incurrido en errores y a la vez de réplicas innecesarias de la información falsa”

Leydy Loayza Mendoza

Resultados: Los especialistas concuerdan que existe en particular un tipo de desorden informativo que genera mucha controversia, este es el clickbait que funciona como un contenido engañoso. En el caso de las mascarillas resaltan que fue un contenido engañoso, ya que, si bien los síntomas son los de una neumonía bacteriana, no es especialmente por usar mascarillas.

Pregunta 9: ¿considera usted, que las redes sociales son el medio en el cual se genera más tráfico de contenido falso? ¿A qué se debe esto?

“sí, primero está la democratización del internet, todos podemos generar contenidos en internet entonces no hay un filtro de calidad que te diga esta información es cierta o esa información es falsa, cualquier persona puede generar contenido, específicamente en las redes sociales incluso una persona sin conocimientos por ser el hecho de ser conocida puede recomendar o no determinado tipo de cosas , también está el tema de la viralidad que se difunden de manera muy rápida”

Irene Ignacio - Coordinadora de contenidos de Verificador -

Diario La República

“Sí, las redes sociales son el medio preferido para circular información falsa e inexacta, porque obviamente las redes sociales son la puerta de entrada de todo lo que se publica, también podría ser de forma audiovisual entonces si las redes

sociales son el medio preferido y en donde más se trafica con la información de esta forma negativa”

MARIO JUNIOR QUISPE MORENO

“Lógicamente, básicamente la gente está muy concentrada en sus redes sociales, si bien surgen racionalmente estudios en el cual dicen que la gente ya no cree tanto en los mensajes y noticias que se dan a través de las redes sociales, todavía hay un cierto porcentaje enorme de personas que reciben y consumen información a través de estas, prácticamente en Facebook”

Yulvitz Quiroz

“Yo diría que un ochenta por ciento, básicamente allí es donde encontramos todo tipo de información cada segundo. Es muy grande el universo de cosas que se producen en las redes sociales a diferencia de los medios tradicionales que han bajado muchísimo su impacto, calidad y pertinencia, es por eso que las redes sociales se han convertido en la mayor fuente de información para la gente”

Leydy Loayza Mendoza

Resultados : Los entrevistados afirman que las redes sociales son el lugar preferido por donde circula información falsa e inexacta, esto se debe a dos razones, una de ellas es debido a que el espectro del internet es demasiado extenso, y la otra razón es que últimamente las redes sociales se han convertido en la principal fuente de información, sin importarnos que muchas veces estamos consumiendo información alternativa, es decir no verificada ni comprobada, muchas veces conduciéndonos a un error, debido a que las redes sociales tienen la característica de difundir de manera muy rápida, hace que se conviertan en el lugar preferido donde abundan este tipo de contenidos.

Pregunta 10: ¿Por qué creemos tan fácilmente lo que se publica?

¿Consideras que, si tuviéramos el conocimiento informático necesario, no caeríamos en el engaño tan fácilmente?

“Se relaciona mucho con los sesgos que nosotros tenemos por ejemplo en las redes sociales tú tienes agregados a tus amigos o tú sigues en el caso de Twitter a personas con las cuales guarda cierto tipo de interés o o tópicos en común , entonces prácticamente te rodeas de personas que piensan de manera similar a ti entonces, es como si la desinformación fuera dirigida a grupos de personas con determinado pensamiento y cuando uno encuentra un contenido que coincide con su forma de pensar normalmente lo cree lo come sin masticarlo bien, lo cree y no se da el tiempo para poder analizarlo”

Irene Ignacio - Coordinadora de contenidos de Verificador- Diario La República

“La gente muchas veces suele compartir aquellos contenidos con los cuales comparte creencias entonces por ejemplo yo encontré esta publicación que la hizo una persona que conozco y de alguna manera con la cual comulgo en cuanto a ideas entonces es una forma de ratificar eso es compartiendo de acuerdo , entonces me dejo llevar por esa creencia por esa ideología porque tengo una forma de pensar similar o igual a esa persona entonces comparto y estoy reforzando y no me tomo la molestia primero de verificar si la información es verdadera y solamente se publica”

MARIO JUNIOR QUISPE MORENO

“Porque simplemente la gente se ve impactada cuando recibe un titular llamativo, la cual logra ser directamente difundida por las personas y que obviamente caen rotundamente por el simple hecho de querer conocer algo o sobre un determinado hecho, a la gente le gusta siempre algo nuevo algo interesante algo inquietante. No es precisamente tener conocimiento informático abarca en que la gente conozca sobre diversos temas y en el uso adecuado de medios digitales, el hecho de que una persona tenga el conocimiento necesario no quiere decir que no va a caer en este tipo de noticias”

Yulvitz Quiroz

“Porque no leemos, no investigamos, porque en realidad es mucho más fácil copiar y pegar que tomarse el trabajo de averiguar si esta información es

verdadera o no, estamos siempre sujetos a la inmediatez que es parte de este mundo digital y eso es mucho más fácil que sentarse a pensar. Vivimos en una sociedad analítica que desconfía de sí misma, somos tan inmediatezados con la información. Si, porque si tuviéramos el conocimiento sería mucho más sencillo”

Leydy Loayza Mendoza

Resultados: Los entrevistados concuerdan que existen sesgos que nos hacen caer rotundamente en estos tipos de engaños, muchas veces las personas se ven impactadas por algo novedoso, así como también existen personas que solo se rodean de individuos que tengan el mismo interés que ellos, haciendo que la desinformación viaje rápidamente, ya que hay personas que les cuesta aceptar la verdad y solo difunden contenidos engañosos, muchas veces con fines ideológicos. Respecto al conocimiento informático, mi tercer entrevistado difiere y dice que muchas veces tener el conocimiento informático no nos libra de caer en el engaño ya que existen personas que copian contenidos noticiosos y es difícil distinguir, cual es verdadero o no.

Pregunta 11: ¿Crees que la televisión como agente informativo ayude a que este tipo de noticias se propague con facilidad?

“En la televisión existe información en desarrollo y es un poco complicado para los reporteros dar la información completa. Estamos acostumbrados a hacer periodismo de declaraciones, por ejemplo, si un político dice algo y el periódico lo rebota, pero no especifica si es que esto es real o no, eso sí tiene que ver con la inmediatez y con los tiempos tan ajustados que hay para generar contenidos”

Irene Ignacio - Coordinadora de contenidos de Verificador -

Diario La República

“sin duda , la televisión también ayuda a compartir fake news, hace un tiempo hubo una noticia que se viralizó en las redes y qué resultó ser una fake news, esta noticias fue acerca de un chifa que supuestamente estaba usando como insumo la carne de perro , entonces panamericana televisión sacó la primicia, y de la misma manera otros medios, entonces afirmaron que se estaba comercializando esa carne, al final

resultó ser una confusión, el perro que encontraron en la camioneta era su mascota del dueño del chifa, entonces hay que tener mucho cuidado y hay que verificar la información antes de soltarla”

MARIO JUNIOR QUISPE MORENO

“Si, algunos medios de comunicación consideran que ciertas noticias son importantes y relevantes e inmediatamente buscan transmitirlo al público para dar la conocida primicia, luego, con el transcurrir del tiempo, resulta que dicha primicia era una noticia falsa. Lógicamente los medios de comunicación analógicos como la radio y la televisión han caído en este error debido a que estas noticias se propagan rápidamente en las redes sociales”

Yulvitz Quiroz

“La televisión muchas veces ha caído en este tipo de cosas, antes con la familia nos reuníamos para ver un programa dominical y esto impactaba porque teníamos un trabajo de investigación bien elaborado y de gran presupuesto sin embargo hoy en día se está perdiendo, solo vemos el ridículo que hacen algunos conductores, esto se debe a la falta de experiencia y poca capacidad de análisis y criterio”

Leydy Loayza Mendoza

Resultados: Los entrevistados afirman que la televisión, como agente informativo, muchas veces ha incurrido en el error de inducir a una falsedad, esto se debe a que como hay la tan particular primicia, a veces los programas lanzan esta primicia sin saber que el contenido que están viralizando es real o no. Esto se le conoce como información en desarrollo como recalcó mi primera entrevistada, Muchas veces la televisión y los programas emitidos por esta, hacen que se viralice mucho más rápido la desinformación, debido a que la televisión es uno de los agentes principales de información.

Pregunta 14: ¿Cuál es el principal propósito del desorden informativo?

“Tenemos el ideológico y el económico, los difusores de información falsa lo que hacen es generar vistas por dinero básicamente o también lo pueden hacer por un

tema ideológico, en el tema ideológico está dentro del tema político beneficiar o perjudicar a algún candidato en alguna campaña electoral”

Irene Ignacio - Coordinadora de contenidos de Verificador -

Diario La República

“Los teóricos de la escuela de Frankfurt decían que una de las cosas que buscan los medios aparte de la idiotización del público es enajenarnos , alejarnos de la realidad y este desorden informativo que se genera a partir de noticias falsas no verificadas justamente van en esa línea, no permitimos que el público pueda formarse en su propio criterio de la realidad porque estamos distorsionando la realidad , porque estamos con total mala intención tergiversando los hechos, presentando los como nosotros queremos que sean percibidos entonces ahí hay una manipulación grosera y que se tiene que erradicar”

MARIO JUNIOR QUISPE MORENO

“La pregunta sería, qué busca el medio de comunicación, podría ser desestabilizar a un político o quizás a un gobierno, esto puede ser con el interés de generar corriente de opinión o quizás tener mayor audiencia, en el caso de las redes sociales es generar tráfico”

Yulvitz Quiroz

“Uno de los principales propósitos es tener alimentando a la sociedad de consumo una sociedad menos informada, menos culta, menos educada, es más fácil dominar a una masa que no genera un criterio propio. Con el fin de llegar a los propósitos que los grandes “líderes” quieren tener, es decir el interés de muchos grupos de poder que quieren tener una sociedad dominada para sus propios intereses que persiguen”

Leydy Loayza Mendoza

Resultados: Los entrevistados concuerdan que uno de los principales propósitos del desorden informativo es tener una sociedad menos informada, menos culta, para que así, sea más fácil manipular para sus fines ideológicos o económicos, por ejemplo, beneficiar o perjudicar a algún candidato en alguna campaña electoral.

Pregunta 13: ¿Con qué propósito se utiliza las fake news en temas de política? y ¿Consideras que este tipo de noticias afectan al momento de tomar decisiones

“perjudicar al adversario político, no te podría decir en qué grado porque eso es diferente para todas las personas, pero de que influyen claro porque sucede que la desinformación viaja de manera más rápida que la información real y no toda no toda la desinformación es desmentida a tiempo entonces cuando una idea permanece por tanto tiempo entre las personas y no ha sido desmentida ese rumor ya se toma como verdad, aunque no lo sea”

Irene Ignacio - Coordinadora de contenidos de Verificador -

Diario La República

“Con respecto a los temas de política y las fake news de hecho esto se evidencia más en tiempos de campaña electoral en donde los partidos están buscando ganar la elección, muchas veces las hacen de forma descontextualizada, muchas veces es simplemente caer en populismo para ganar votos”

MARIO JUNIOR QUISPE MORENO

“En la actualidad las noticias falsas abundan y eso de alguna manera u otra genera cierta desinformación, cierto temor, por ver quién candidato es mejor, puede ser de que ya tengas la idea de por quién vas a votar y surgen noticias falsas del candidato opositor, entonces mediante esas noticias falsas, refuerzan tu respuesta. Muchas veces estas noticias no hacen que cambies tu voto, sino que lo refuerces”

Yulvitz Quiroz

“Con el propósito de favorecer a un candidato y desmerecer a otro, las fake news pueden generar ciertas alarmas, manchar honras y destruir a una persona, muchas veces los políticos utilizan las redes sociales para generar corriente de opinión o simplemente para estar en contra o a favor de alguien”

Leydy Loayza Mendoza

Resultados: Los entrevistados afirman que el principal propósito de utilizar contenidos falsos en temas de política es con el fin desmerecer al otro candidato, manchando muchas veces buscando destruir a la persona, manchando su reputación. Hoy en día los políticos utilizan las redes sociales para generar corriente de opinión o simplemente para estar en contra o a favor de alguien haciendo que la información generada por esa corriente de opinión viaje en un instante, sin saber si es verdad o no, generando así que estemos desinformados. Sin embargo, mi tercer entrevistado refiere que muchas veces no altera nuestras tomas de decisiones, sino que este tipo de contenido las refuerza.

Pregunta 14: El desorden informativo en lo personal, causa mucho daño, más aún cuando se trata de difamar a la propia persona ¿Crees que unas de las principales causas es la envidia?

“Hay discursos de odio en la desinformación, los discursos de odio se pueden utilizar para generar desinformación”

Irene Ignacio - Coordinadora de contenidos de Verificador -

Diario La República

“Muchas veces se fabrica la noticia falsa y noticia no solamente en formato impreso, también podría ser audiovisual o digital entonces se hace un montaje o de pronto de un vídeo se toma un extracto o se edita se manipula a propósito para poder hacer quedar mal a la persona, podría ser este tema de la envidia o el odio pero también creo que podría ser el hecho de que necesito jugar sucio y hacer quedar mal , dañar la imagen , el concepto público de mi rival para yo verme favorecido entonces por ahí también va el tema de un modus operandi de que el fin justifica los medios”

MARIO JUNIOR QUISPE MORENO

“Uno genera noticias falsas para fomentar una cosa, ensalzar la figura de una persona o en todo caso destruirla, esto puede pasar en cualquier ámbito, no solo en lo personal, sino también en lo social o empresarial, hay empresas que se ven afectadas por una información negativa contra ellas”

Yulvitz Quiroz

“Sí, tenemos una cultura en la cual no existe mucha solidaridad, siempre surgen temas de envidias en las redes sociales, esto es común en los ciudadanos, pero también es parte de una idiosincrasia que viene de una larga data como resentimiento u odio que es parte de la conducta humana. Nos basamos de acorde a las emociones, nos movemos por las emociones, incluso el Facebook está pensado en lo que al ciudadano le sucede diariamente”

Leydy Loayza Mendoza

Resultados: Los entrevistados afirman que más que envidia, es el odio que se genera muchas veces y estas las vemos reflejadas principalmente en las redes sociales, donde queremos hacer quedar mal a ciertas personas, con la finalidad de destruir o desmerecer al rival. Esto se debe a que existen personas que se basan en emociones y lamentablemente las emociones que priorizan es el querer ganar por encima de todos sin medir las consecuencias.

Pregunta 15: Respecto a temas de salud ¿Cree usted que la publicación sobre las mascarillas que estaban causando muerte por neumonía, causó miedo en la sociedad?

“Es un tema grave que podía poder afectar a la ciudadanía y por eso decidimos verificarlo”

Irene Ignacio - Coordinadora de contenidos de Verificador -

Diario La República

“Sin duda, creo que el decir que las mascarillas te causan la muerte por neumonía obviamente genera un impacto en la sociedad, genera pánico, caos, desorden, desinformación y como es un virus, como es una viral cada vez más gente se infecta de esa desinformación y te induce a un error”

MARIO JUNIOR QUISPE MORENO

“Obviamente, mucha gente creyó en eso, a mucha gente le fastidia y es un poco incómodo, pero más le atribuyó a la responsabilidad de las personas”

Yulvitz Quiroz

“Sí, todo lo que tiene que ver con salud en eso en estos últimos tiempos ha sido generador de mucho miedo, mucha angustia en la población precisamente porque no se conocía mucho sobre esta enfermedad, la gente siempre se ha dejado llevar por lo que las corrientes de opinión señalaban y en los propios medios.”

Leydy Loayza Mendoza

Resultados: Los entrevistados afirman que hablar sobre salud últimamente genera incertidumbre dado por la actual pandemia que estamos atravesando, sobre el viral de las mascarillas que estaban causando muerte por neumonía generó pánico, caos, desorden en la sociedad. Mucha gente creyó este tipo de publicación debido a la excesiva desinformación que se generó.

Pregunta 16: ¿Consideras que la actual pandemia causada por la co"id-19 hizo que la de noticias falsas se propague con más facilidad?

“Si, de hecho, las redes sociales ayudaron a que este tipo de desinformación se propague con facilidad, ya que era algo nuevo y la gente no sabía cómo reaccionar ante esta pandemia, la gente caía en todo lo que se publicaba. Por ejemplo, la noticia de que el kion o remedios caseros curaban el COVID- 19, cuando era totalmente falso”

Irene Ignacio - Coordinadora de contenidos de Verificador -

Diario La República

“En efecto las redes sociales son un arma poderosa y de doble filo que pueden servir para bien como para mal, entonces cuando se circula desinformación en forma masiva es totalmente perjudicial porque evidentemente eso impacta en la sociedad”

MARIO JUNIOR QUISPE MORENO

“Considero que sí, pero se debió más por ser un tema muy novedoso prácticamente para todo el mundo, donde la gente cayó fácilmente en todo lo que se publicaba. Por ejemplo, los videos que se mandaban a través de WhatsApp donde el contenido mostraba que mediante antenas se estaba propagando el virus, donde decían que mediante esas antenas nos contagian el covid-19 o también hubo gente que se creyó la noticia”

Yulvitz Quiroz

“Sí, pero también hay una cuestión de rebeldía en la ciudadanía porque algunas veces mientras más se decía que se queden en la casa, de que tienen que guardar cuarentena parte de la sociedad salían a divertirse o fiestas COVID, entonces no siempre las emociones son de miedo y angustia sino también tenemos emociones de rebeldía”

Leydy Loayza Mendoza

Resultados: Los entrevistados mencionan que en efecto las redes sociales ayudaron a que este tipo de desinformación se propague con facilidad, ya que era algo nuevo y la gente no sabía cómo reaccionar ante esta pandemia, fue algo novedoso prácticamente para todo el mundo, donde la gente cayó fácilmente en todo lo que se publicaba, también esto se debe a la ingenuidad de la gente y a no saber cómo reaccionar.

Pregunta 17: ¿Crees que el Fact checking debe ser incorporado como una herramienta básica para mejorar el oficio periodístico?

“creo que el Fact-checking en general puede aplicarse para generar cualquier tipo de contenido periodístico, porque a fin de cuentas se trata de la comprobación de los datos que existen”

Irene Ignacio - Coordinadora de contenidos de Verificador -

Diario La República

“Creo que el Fact-checking tiene que ser incorporado no solamente como herramienta básica en los medios, sino que también tendría que ser parte del currículum de las universidades”

MARIO JUNIOR QUISPE MORENO

“Uno de los principios básicos de periodismo desde sus comienzos, siempre ha sido verificar la información, no es que se debe incorporar ya debe estar porque es una de las bases del periodismo, el tema en la actualidad es que debido a la abundancia de noticias falsas y desinformación, debe ser más importante el hecho de contratar personas que se encarguen de verificar información, debido a que las herramientas digitales son más instantáneas, es de suma importancia que existan personas en el oficio periodístico que se dediquen a verificar rápidamente”

Yulvitz Quiroz

“Estoy completamente de acuerdo, es muy importante incluso debe estar incorporado en la currícula universitaria y además en la currícula escolar, debemos hacer una reestructura total porque no estamos enfrentándonos a una situación que va a venir en el futuro, sino que ya está pasando en el presente, entonces desde la currícula educativa deberíamos tener información que nos ayude a ser selectivos al momento de elegir nuestro mundo digital , y más aún en las carreras de ciencias

de la comunicación que se debe profundizar qué herramientas nos ayude a poder informar de manera correcta”

Leydy Loayza Mendoza

Resultados: La perspectiva de mi tercer entrevistado difiere con los demás, ya que menciona que el fact-checking no tiene que ser incorporado, sino que ya pertenece desde sus inicios a la labor periodística pero debido a la inmediatez de las redes sociales es importante contratar personas que se encarguen de verificar la información en tiempo real, sin olvidar que la labor de verificar siempre ha sido parte del periodismo. Por otro lado, mis otros entrevistados mencionan que el factchecking debe ser incorporado en la currícula escolar y universitaria como una herramienta para contrarrestar la desinformación y usar de forma adecuada las herramientas tecnológicas.

Pregunta 18: ¿Considera que la pandemia ha ayudado a generar interés en la población sobre la verificación de datos?

“Sí, porque ha sido un esfuerzo colectivo, hemos podido ver cómo se ha expandido la desinformación a nivel internacional entonces en ese sentido las personas comienzan a buscar cuando primero llegan esas cadenas, la desinformación viaja más rápido que la información verificada pero en algún momento le va a llegar a un usuario y la información verificada entonces comienza también a hacer como una especie de difusión de ese contenido y comienza a decirle a sus contactos a su red de contactos oye no me compartas esto porque es falso y así esto también comienza a crecer”

Irene Ignacio - Coordinadora de contenidos de Verificador -

Diario La República

“Creo que el impacto de la pandemia ha permitido que varios medios tradicionales, sobre todo los medios del entorno digital se enfoquen a trabajar el tema de salud pública porque creo que es donde más información falsa ha circulado entonces también el hecho de que se visibilice esta problemática hace que el ciudadano tenga un interés especial”

“No, la gente igual consume lo que los medios de comunicación le dan, muchas personas no se van a dar el tiempo para verificar una noticia. La gente no tiene interés en verificar si la información es cierta o no porque básicamente esa verificación es una labor periodística y no del público”.

Yulvitz Quiroz

“Sí, hay un sector de la población que se ha vuelto más desconfiada, es decir que de pronto le pasas una noticia y se pregunta si será cierta o no, entonces la pregunta que nos estamos haciendo es también algo positivo de la pandemia porque también está ayudando a que los ciudadanos sean más cuidadosos con la información”

Leydy Loayza Mendoza

Resultados: La perspectiva de mi tercer entrevistado difiere con los demás , ya que precisa, que la gente consume lo que los medios le den , sin preguntar si dicho contenido es verdadero o no. Mientras tanto los demás entrevistados recalcan que la actual pandemia ha generado que ciertos cuidadosos sean más cuidadosos con la información.

Pregunta 19: ¿cómo podemos combatir la desinformación o qué estrategias podemos incluir como sociedad para no caer en noticias falsas en las redes sociales?

“Las personas cuando lean un contenido lo primero que tendrían que buscar es comprobar con otras fuentes o buscar si es que a otras fuentes efectivamente dicen lo mismo, comprobar si es que se ha publicado en otros medios de comunicación o de repente solamente se está publicando en uno y sobre todo detenerse antes de compartir, analizar y tomar en cuenta que esto puede ser falso o puede ser

engañoso y después de procesar la información encontrar que es real y tener cuidado con los sesgos que tienen cada persona y para los periodistas también que usar con cuidado el lenguaje para evitar desinformar , ser muy precisos a la hora de escribir”.

Irene Ignacio - Coordinadora de contenidos de Verificador -

Diario La República

“La desinformación se puede combatir desde la esencia del trabajo del periodista, el periodista no puede publicar una información falsa e inexacta o engañosa , entonces lo ideal sería publicar hechos verdaderos o contrastados ,corroborados previamente es que esa es la esencia del trabajo el periodista, no tendría que haber un Fact-checker si los periodistas hicieran su trabajo bien, entonces eso es en cierta parte una incongruencia o un dato que llama la atención, yo creo que si los periodistas hicieran bien su trabajo, si las noticias y la información que se alcance sea lo más acercan a la realidad entonces la sociedad no se vería afectada con estas noticias falsas con estas de desinformación, entonces como estrategia sería eso que los periodistas recuerden cuál es la esencia de su trabajo: la investigación”.

MARIO JUNIOR QUISPE MORENO “Cuando una noticia se propague inmediatamente lo que tenemos que hacer es poner el titular en un buscador por ejemplo como Google y ver si es el titular aparece, o esperar a que el titular de una persona o acontecimiento aparezca en algunos medios de comunicación más conocidos o con mayor renombre entonces así de esta manera corroboramos si la información es cierta o no. Otra recomendación es esperar unos 10 a 15 minutos para ver si algún medio de comunicación confirma el dato, porque también está el tema de las primicias entonces puede esperar un tiempo para ver si confirman esa noticia o no.

Para los periodistas es tener bastante lectura, conocimiento sobre hechos históricos y lógicamente utilizar su criterio porque esa noticia se va a transmitir a muchas personas entonces debe ser consciente de buscar y averiguar y de esta manera saber si esa información es válida o no y de acuerdo a eso publicarla”.

Yulvitz Quiroz

“Debemos fortalecer nuestro pensamiento crítico desde nuestro propio actuar, el hecho de ser ciudadanos no nos da la libertad de poder informar cosas que no son del todo cierta, debemos tener conciencia y estabilidad ciudadana con el otro, y entender que las redes sociales y las plataformas no son de forma deliberada en la cual podemos poner cosas que se nos ocurra sino también pensar que hay personas que pueden verse afectadas por las cosas que publicamos, sin la necesidad de ser personajes públicos, porque estar en la red ya te convierte en alguien público”.

Leydy Loayza Mendoza

Resultados: Los entrevistados concuerdan en que una de las estrategias como ciudadanos es esperar a corroborar la información con otros medios de renombre, o buscar fuentes para que fidelicen o no la información. Para los periodistas los entrevistados resaltan que una de las estrategias es tener vocación, ya que últimamente el periodista se está olvidando de sus raíces y la esencia del periodismo que es verificar, otra estrategia es tener pasión por investigar, pero siempre con juicio y pensamiento crítico.

4.1.2. Fichas de Observación

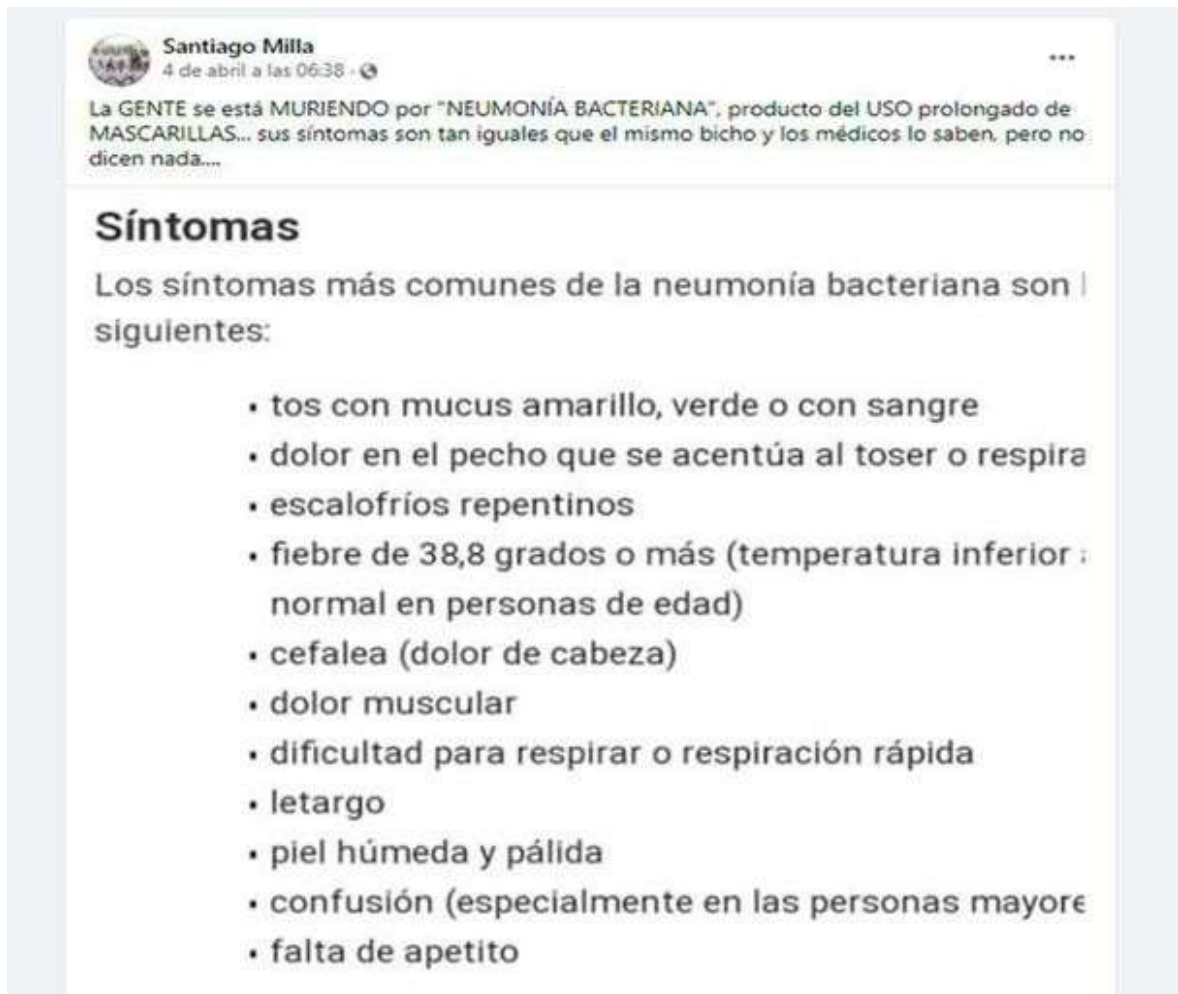
Para la elaboración de la presente investigación se realizó una ficha de observación, donde se recolectó información de la nota periodística verificada del área de fact checking de la plataforma “Verificador” de La República, sobre la publicación “Las Mascarillas están causando muerte por neumonía bacteria”

“Las Mascarillas están causando muertes por neumonía Bacteriana”

Fecha: 4 de abril del 2021		
Fact Checking: Plataforma “Verificador” La República		
Medio de comunicación: Facebook		
La publicación se compartió más de 200 veces		
Autor u entidad que publicó el contenido: Santiago Millan		
FACT-CHECKING		DESINFORMACIÓN
Tipos de verificación	Verificación Periodística, contiene un total de 3 fuentes: personales, institucionales y documentales	Contenido engañoso, dicha publicación causó desorden en la población al escuchar sobre las mascarillas que causaban muerte

<p>Fact- Checker</p>	<p>La competencia y la alfabetización que debe tener es : Leer, investigar, tener juicio crítico para usar con conciencia las diversas herramientas digitales. Para formar una sociedad que investigue y sea capaz de enfrentarse a un entorno de desinformación, en el cual sea capaz de detectar, rechazar y combatir la manipulación y los contenidos falsos.</p>	<p>El contenido fue publicado en las redes sociales, siendo el principal agente informativo por el cual se propagó dicha publicación.</p>
<p>Calificación de la noticia:</p>	<p>Engañosa</p>	<p>El principal propósito por el cual este contenido se hizo viral fue por temas de salud, dado que últimamente la salud es algo que causa angustia debido a la pandemia que estamos cruzando. La salud se ha convertido en algo primordial</p>

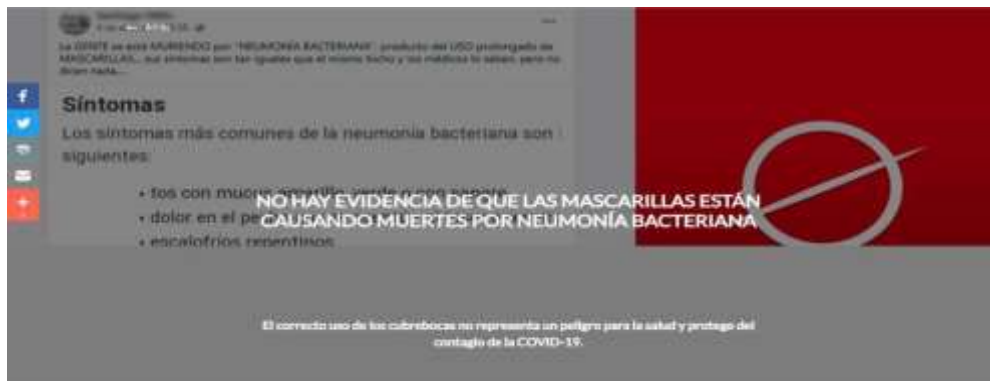
Descripción del contenido: Contiene síntomas de una neumonía bacteriana. En cuanto a la forma de escribir trata de alarmar a la población a que no usen las mascarillas por uso prolongado, alegando que los médicos saben, pero no dicen nada.



La publicación se compartió más de 200 veces. Foto: captura de Facebook

ANÁLISIS

La noticia verificada contiene una gran cantidad de fuentes que fortalecen el contenido verificado, los cuales ayudaron a fidelizar este tipo de contenido, resalta su proceso de verificación, dado que dicha publicación repercutió en la decisión y pensamiento de la población ante la manera de usar la mascarilla. Por ello la importancia de ser verificado es un asunto que involucra el bienestar de toda una sociedad, sobre todo en temas de salud. Sin embargo, carece de imágenes o infografías de apoyo, donde indiquen que la neumonía pulmonar no se da por el uso prolongado de la mascarilla.



4.2 Discusión

Estos resultados se relacionan estrechamente con la teoría de la Exposición Selectiva propuesta en el marco teórico de este trabajo de investigación. En consonancia con los planteamientos esgrimidos por Joseph T. Klapper, la Exposición Selectiva concibe que los medios de comunicación tienen poder para influir en las personas reforzando actitudes y creencias, haciendo que, el receptor interprete los mensajes de acuerdo a su forma de pensar, ya que como individuos o como grupo de personas, es difícil cambiar nuestro punto de vista incluso existiendo noticias ya verificadas y confiables, es decir no aceptamos información que ponga en duda aquello en lo que creemos. En el caso de la publicación sobre las mascarillas que estaban causando muerte por neumonía bacteriana, esto es lo que sucede, a medida que el nuevo coronavirus ha alcanzado a casi todos los países, también se ha extendido circulación masiva de información falsa tan rápida como el propio virus, esto se debe especialmente a la viralización que conlleva a que las publicaciones se propaguen con facilidad. Tal es el caso de la publicación surgida en Facebook, a pesar de que la *República* verificó este contenido, aún existe gente que cree que las mascarillas causan la muerte por neumonía. Esto se debe a que algunas personas se inclinan por no aceptar información confiable y prefieren dejarse llevar por sus creencias y convicciones, muchas veces modificando la realidad.

De igual forma, se relaciona con los planteamientos de Gregory Batenson en torno a la teoría del framing o encuadre. El framing determina la manera en que los medios seleccionan ciertos atributos para informar un tema, pero resaltando ciertos enfoques mientras a otros los dejan de lado, es decir que los medios resaltan

algunos temas sobre otros para que esto influya en la percepción que tienen las personas de la realidad. Esta teoría menciona que es el propio periodista quien construye la noticia, haciendo mayor énfasis en ciertas noticias, pero dejando de lado a otras. En definitiva, el framing facilita la comprensión del contenido permitiendo contextualizar los mensajes que van a ser percibidos. Es decir que, el framing no se centra en los temas o asuntos que se cubren por parte de los medios de comunicación, sino en la manera concreta de presentar estos temas.

En el caso de las mascarillas vemos que la velocidad con la que circula la información falsa dentro de la “infodemia” indica la existencia de una desinformación tóxica poniendo en peligro vidas, conduciendo a la confusión y la discordia, si bien los síntomas presentados en dicha publicación pertenecen a una neumonía bacteriana, no es precisamente por el uso prolongado de las mascarillas. Por ende, esta teoría resalta que la noticia en su esencia no es falsa, pero trata de manipular y desinformar, esta mentira ha ayudado a entorpecer el camino contribuyendo a sembrar el caos en las sociedades que están respondiendo a esta pandemia.

Estos resultados se relacionan con lo manifestado por Sandoval y Miranda (2019), quienes manifestaron que los jóvenes no saben diferenciar entre una noticia verdadera y falsa, de igual manera resaltan que, los medios tratan de manipular datos y contenidos para crear temas respecto a conspiraciones, generando desinformación. Esto es básicamente porque existen algunos medios de comunicación a través de las redes sociales que utilizan lo que se conoce como clickbaits, esta técnica se enfoca en publicar titulares llamativos, para así captar la atención de la gente para que estos hagan clic, y cuando se van a leer la noticia la información es muy distinta a la que vieron en primera instancia, haciendo que sea más complicado identificar información falsa publicada en las redes sociales, esto se debe a que las personas quienes crean este tipo de contenido imitan el formato de noticias verdaderas, ya sea para promover un contenido engañoso o incluso un contenido que ha sido fabricado con toda intencionalidad para desviar la atención, para redireccionarla hacia una parte tratando de manipular y desinformar. Este tipo de información hace que se confunda al ciudadano y a la persona porque luego se ven imbuidas en una situación muy distinta a la que se buscaba.

Asimismo, los resultados obtenidos se relacionan con lo referido por Garzón (2020), quien menciona que las noticias falsas descontextualizan la opinión de las personas, como resultado se da una posverdad dañina en los usuarios dejando de lado la subjetividad y la objetividad. En el caso de la publicación sobre las mascarillas que te causan la muerte por neumonía obviamente generó un impacto en la sociedad, entre ellos, pánico, caos, desorden, desinformación y como es una viral cada vez más gente se infectaba de esta desinformación y te inducía a un error, tanto fue descontextualizada este tipo de información que la gente dejó de usar mascarillas u otras tenían miedo en usarlas. Últimamente todo lo tenía que ver con salud ha sido generador de mucho miedo, mucha angustia en la población precisamente porque no se conocía mucho sobre esta enfermedad, la gente siempre se ha dejado llevar por lo que las corrientes de opinión señalaban y en los propios medios, entonces unos creían una cosa y otros en otra. Entonces muchas veces se dejaba la objetividad de lado, priorizando la desinformación por sobre la verdad.

Por otro lado, los resultados obtenidos, también, se relacionan con lo descrito por Honores (2016), quien afirma que la población de Internet con el transcurso del tiempo se elevará conllevando a que la cantidad de informaciones falsas también puedan proliferar. Es posible afirmar que debido al avance tecnológico y a la abundancia de información generada a través de las plataformas sociales se nos va a ser más difícil de controlar este tipo de contenidos, porque tenemos un espectro bastante grande del mundo digital. Esto también se debe a la democratización del internet, donde cualquiera puede generar contenidos en internet, muchas veces siendo contenidos alternos, es decir no verificados ni comprobados. Por tanto, resulta pertinente lo manifestado por Honores, quien menciona que con el transcurso del tiempo este tipo de contenidos abundaran, esto es posible gracias a la característica de la viralidad, haciendo posible que las informaciones falsas viajen de manera muy rápida.

Respecto a los objetivos trazados, cabe mencionar que existen autores que mencionan que el Fact-Checking o la verificación de información, es indispensable para la mejora del oficio periodístico. Por ejemplo, Escobar y Vega (2019), quienes

mencionaron que el periodismo de chequeo de datos resulta ser una actividad útil y necesaria. Esta es una cuestión que se refuerza a partir de los resultados obtenidos, donde se evidencia que en tiempos en que la desinformación toma relevancia en las redes sociales y medios digitales, la verificación se convierte en una tarea indispensable, a fin de detectar los errores o falsedades que se publican. Respecto a esto, se debe sumar que, estamos viviendo una etapa de infodemia lo que quiere decir que a la pandemia del coronavirus se ha unido a la pandemia de la desinformación, entonces en un mundo desinformado hace falta que se realice el chequeo de todo lo que circula para que esto no induzca un error al público. En este contexto, nace la unidad de verificación de la República quien se encarga en desacreditar contenidos falsos que surgen en las redes sociales, para desarrollar esta famosa tarea, primero consultan fuentes internas o fuentes propias, asimismo cuentan con tres filtros, un filtro interno, un filtro de mesa digital último filtro es de corrección, todo esto para que la información sea precisa, siendo así la verificación una actividad útil y necesaria también para ayudar a una desinfoxicación de los entornos mediáticos, es decir ayudar a contrarrestar la sobrecarga de información que se genera en los entornos digitales.

En torno, a la labor del Fact-checker y la trascendencia de este, los resultados obtenidos permitieron consolidar los aportes planteados por López (2020), quien reconoce que deber haber un exhaustivo chequeo de datos, ya que las noticias tienen un carácter de instantaneidad por lo que se requiere gente que desarrolle inter diario la práctica de chequeo de datos. Esta referencia realizada por el autor ya citado se evidencia que, debido a la abundancia de noticias falsas y desinformación, debe ser más importante el hecho de contratar personas que se encarguen de verificar información, debido a que las herramientas digitales son más instantáneas, es de suma importancia que existan personas en el oficio periodístico que se dediquen a verificar rápidamente. Si Bien el término Fact-checker es relativamente nueva en los medios porque todavía no está institucionalizada en todos, su rol es fundamental.

Finalmente, respecto a los resultados obtenidos se relacionan con lo referido por Cuentas (2020), quien menciona que la mayoría confía ciegamente en una información pese a que desconocen su origen y esto se debe principalmente a la

falta de mecanismos para verificar los datos. Esto se debe a las principales características del desorden informativo que son, la intencionalidad, la viralidad y el sesgo informativo. En cuanto a la intencionalidad el desorden informativo y su impacto en el público va a ser posible a través de cualquier tipo de manipulación de la información, inclusive este tipo de contenido se da mucho más en el contexto actual que estamos viviendo mundialmente por la pandemia. Respecto a la viralidad debido a la democratización del internet, cualquier persona puede generar contenidos en internet y publicarlos, difundiéndose rápidamente. En cuanto al sesgo informativo, está se produce cuando solemos compartir aquellos contenidos con personas que comparten las mismas creencias o ideologías que a la de nosotros. En esencia esto también se debe a que cuando navegamos por internet, no leemos, no investigamos, y solo recurrimos a lo fácil, que es, copiar y pegar, no estamos dispuestos a averiguar si dicha información es verdadera o no. Estamos siempre sujetos a la inmediatez que es parte de este mundo digital y eso es mucho más fácil que sentarse a pensar, somos tan inmediatizados con la información, que simplemente con un clic una noticia falsa, puede viajar más rápido que la propia verdad, es decir cualquier persona puede generar contenidos, incluso una persona sin conocimientos y solo por ser conocida puede recomendar o no determinada cosa. Esto se debe principalmente a que no existe un filtro de calidad que verifique si las informaciones son ciertas o no.

Asimismo, dichos resultados coinciden con lo que dice Alba & Lachlan (2019), who concluded that fake news flourishes thanks to manipulation linked to emotions, and especially negative feelings such as fear, envy and hatred [quienes concluyeron que las noticias falsas florecen gracias a la manipulación ligada a las emociones, y especialmente los sentimientos negativos como el miedo, la envidia y el odio]. Es posible afirmar que existen discursos de odio en la desinformación, los discursos de odio se pueden utilizar para generar desinformación. Por ejemplo cuando un partido político tiene un discurso anti migratorio en su discurso de odio utiliza la desinformación para que los ciudadanos estén en contra de grupos, el tema de la envidia o el odio también está el hecho de que necesito jugar sucio y hacer quedar mal , dañar la imagen , el concepto público de mi rival para yo verme favorecido entonces por ahí también va el tema de un modus operandi de que el

fin justifica los medios, por eso se dice que la desinformación afecta en la vida la salud de las personas

Por otro lado, los resultados obtenidos, también, se relacionan con lo descrito por Sampio (2018), who concludes that the work dynamics of the various platforms dedicated to the verification of information in different countries of Latin America contribute to the importance of quality information. [quien concluye que la dinámica de trabajo de las diversas plataformas dedicadas a la verificación de información en diferentes países de América Latina contribuyen a la importancia de una información de calidad]. Respecto a los resultados obtenidos se evidencia que Verificador conjuntamente con la alianza de verificación PerúCheck, contribuyen a que la información sea de calidad, a su vez cuentan con la alianza de Latamchequea, siendo esta, una iniciativa que cuenta con el apoyo de diversos países, enfocándose específicamente a temas relacionados a la COVID- 19 para contrarrestar la desinformación que se genera en las redes sociales.

En esta orientación, los resultados obtenidos concuerdan con Monther (2018), who concludes that fake news and clickbaits interfere with a user's ability to discern useful information from Internet services, especially when the news becomes critical for decision-making. [quien concluye que las noticias falsas y los clickbaits interfieren con la capacidad de un usuario para discernir información útil de los servicios de Internet, especialmente cuando las noticias se vuelven críticas para la toma de decisiones.] Respecto a esto, se conoce que difiere que las noticias falsas influyen en la generación de la desinformación, porque esta viaja de manera más rápida que la información real y no toda la desinformación es desmentida a tiempo entonces cuando una idea permanece por tanto tiempo entre las personas y no ha sido desmentida ese rumor ya se toma como verdad, aunque no lo sea. Por ejemplo, en la actualidad las noticias falsas abundan cuando se trata de política por ver quién candidato es mejor, puede ser de que ya tengas la idea de por quién vas a votar y surgen noticias falsas del candidato opositor, entonces mediante esas noticias falsas, refuerzan tu respuesta. Muchas veces estas noticias no hacen que cambies tu voto, sino que lo refuerces.

CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Las conclusiones obtenidas, por medio del presente trabajo, son las siguientes:

1. El proceso de verificación que utilizó la plataforma “ Verificador” respecto a la publicación sobre las mascarillas,, se evidencia que hubo una exhaustiva búsqueda de fuentes para que fidelicen la información, entre ellas se utilizaron fuentes: *personales, institucionales y documentales*, Por ende, el rol que desempeña el Fact-checking en esta plataforma, es de suma importancia para desmontar la desinformación que afecta a la vida de las personas, especialmente en temas de salud que se generan en las redes sociales.
2. En función a los tipos de verificación que emplea *La República*, estas son dos: *La verificación periodística* y *la verificación colaborativa*. En la verificación periodística realizan una exhaustiva búsqueda de fuentes para que así fidelicen la información. En tanto a la verificación colaborativa “Verificador” cuenta con la alianza PerúCheck y la Red LatamChequea, así como la Red internacional de verificadores de Pointer desde el 2019, también pertenece a uno de los quince medios latinoamericanos que forman parte de Infotrición, una iniciativa de ColombiaCheck de Colombia para informar sobre la calidad de contenidos que surgen en internet.
3. En cuanto a la labor del Fact-checker, si bien es relativamente nuevo este término en los medios de comunicación, puede llegar a ser una plaza solicitada por algunos medios debido a la inmediatez de las redes sociales, ya que hace falta alguien quien realice el chequeo de datos de todo lo que circula para que esto no induzca a un error al público. Por ello se considera importante la figura del Fact-checker para combatir la desinformación. Es por esto, que su labor se convertirá en algo fundamental.
4. Se concluyó, que las principales características del desorden informativo que detecta la plataforma “Verificador” son tres: La intencionalidad, la viralidad y

el sesgo informativo. Estas tres características hacen que los contenidos falsos se propaguen con facilidad debido a su alta toxicidad

Las recomendaciones planteadas para este trabajo son las siguientes:

1. En relación a los resultados de investigación, de forma general, recomiendo que la plataforma “Verificador” de la República debió ser más contundente con publicación verificada, ya que lamentablemente la gente consume lo que los medios de comunicación le dan, algunas personas no se van a dar el tiempo para verificar una noticia. La gente no tiene interés en verificar si la información es cierta o no. Por ello es recomendable que, en el caso del viral de las mascarillas, debieron publicar un video o una infografía que explique de que las mascarillas no son las causantes del virus de la neumonía bacteriana.
2. Respecto a los tipos de verificación que emplea La República, se evidencia que, si bien, esta plataforma emplea la verificación periodista y colaborativa, es menester que los encargados empleen una plataforma para automatizar el proceso de verificación de datos, para que los periodistas puedan ver que es viral e identificar posibles chequeos, ayudando a que la carrera contra la desinformación sea más justa. La inteligencia artificial puede ayudar a mejorar al periodismo, esto se debe a la implementación de bots que pueden facilitar el trabajo.
3. En relación al tercer objetivo, se recomienda que la labor del Fact-checker debe ser incluida en los medios de comunicación, así como en las plataformas sociales, debido a la abundancia de desinformación. Por ende, debe ser más importante el hecho de contratar personas que se encarguen de verificar información, debido a que las herramientas digitales son más instantáneas.
4. Respecto al resultado del cuarto objetivo, se recomienda al medio hacer énfasis en usar herramientas adecuadas para el conocimiento de la alfabetización mediática, para que así hagan un buen uso de la información

para la construcción de una ciudadanía crítica, capaz de enfrentarse a un entorno de desinformación y así rechazar y combatir la manipulación y los contenidos falsos.

REFERENCIAS

- Honores, J. (2016), *Libertad de expresión en internet: informaciones falsas que generan polémica en las redes sociales*. [Tesis de licenciatura, Universidad Jaime Bausate y Meza]. Recuperado, desde: <http://repositorio.bausate.edu.pe/handle/bausate/23>
- Allca, R. (2020). *Campaña de concientización “combatamos la desinformación”*. [Tesis de licenciatura, Universidad De Lima]. Recuperado, desde: https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/11713/Allca_Melendez_Karen_Ruth.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Sandoval, L., Irving, D. (2019). *“Fake news y credibilidad de los medios de comunicación digitales en lima Perú. caso: suicidio de Alan García”*. [Tesis de licenciatura, Universidad Tecnológica del Perú]. Recuperado, desde: <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/2720>
- 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 Bachiller, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. Recuperado, desde: http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12773/11648/CC_cuarl.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Lopez, M. (2020), *Propuesta de medio digital periodístico como respuesta ante la creciente desinformación y fake news en medio de una pandemia mundial y una incierta coyuntura política-social en el Perú*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Lima]. Recuperado, desde: http://vitela.javerianacali.edu.co/bitstream/handle/11522/12789/Relacion_entre_competencias_mediaticas.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- 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. [Trabajo de licenciatura, Universidad Católica De Santiago de Guayaquil]. Recuperado, desde: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/8959/1/T-UCS-PRE-FILCCS-159.pdf>

- Escobar, A., Vega, K. (2019). *Relación entre competencias mediáticas y el fact checking, caso colombiacheck*. [trabajo de fin de grado, pontificia universidad javeriana]. recuperado, desde: <http://repositorio.ucam.edu/bitstream/handle/10952/3319/TFG%20ANABEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Muñoz, P (2017). “*Medios de comunicación y posverdad: Análisis de las noticias falsas en elecciones presidenciales de EE. UU. de 2016*”. [Trabajo fin de máster en medios, comunicación y cultura, Universidad Autónoma de Barcelona]. Recuperado, desde: https://ddd.uab.cat/pub/treecpro/2017/hdl_2072_293813/TFM_Priscilla_Munoz.pdf
- Garzón, J. (2020). *La posverdad en las fake news y su influencia en la opinión pública: caso el Mercico*. [Trabajo de licenciatura, Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito]. Recuperado, desde: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/19218/1/UPSTTQ127.pdf>
- Romero, H., Torres, D. (2020). *Estrategias para identificar fake news en Facebook y competencias digitales en usuarios machaleños para evitar desinformación en noticias sobre covid-19*. [Trabajo de Titulación, Universidad Técnica de Machala]. Recuperado, desde: http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/16413/1/T-3969_ROMERO%20ROMERO%20HEIDY%20JAZMIN.pdf
- Froehlich, T. J. (2017). *A Not-So-Brief Account of Current Information Ethics: The Ethics of Ignorance, Missing Information, Misinformation, Disinformation and Other Forms of Deception or Incompetence*. BID: textos universitaris de biblioteconomia i documentació, (39) [Archivo PDF]. Recuperado, desde: <http://bid.ub.edu/pdf/39/en/froehlich.pdf>
- Fierro, J. (30 de noviembre de 2017). *Desinformación y las redes sociales*. Revista también somos americanos, we are also Americans

- Magazine. Recuperado, desde:
<https://tambiensomosamericanos.com/desinformacion-y-las-redes-sociales/>
- Tapia, R. (2020). *Las fake news: impacto social y nuevos desafíos para los servicios de información*. Recuperado, desde:
<http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/15620>
- Sordo, A. (2020). *¿El algoritmo de Facebook está afectando tu alcance orgánico?* Plataforma HubSpot. Recuperado, desde:
<https://blog.hubspot.es/marketing/alcance-organico-facebook-algoritmo>
- Ufarte, M., Peralta, L., & Murcia, F. (2018). Fact checking: un nuevo desafío del periodismo. *Revista Profesional de la información*. Recuperado, desde:
<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2018.jul.02/40572>
- Fernández, N. (2017). *Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática*. Artículo copia de la revista *Nueva Sociedad*, (N°269). Recuperado, desde:
<https://biblat.unam.mx/hevila/Nuevasociedad/2017/no269/8.pdf>
- Álvarez, L. y López, X. (2015). *El Fact checking como herramienta de combate contra el sensacionalismo*. [Archivo Excel]. Recuperado, desde:
https://www.researchgate.net/publication/282323503_El_Fact_checking_cmo_herramienta_de_combate_contra_el_sensacionalismo
- El País (9 de mayo del 2018). *Defending truth in the era of fake news*. Recuperado, desde:
https://english.elpais.com/elpais/2018/05/09/inenglish/1525854485_130420.html

- Lotero-Echeverri, G., Romero-Rodríguez, L. M., & Pérez-Rodríguez, M. A. (2018). *Fact-checking vs. Fake news: Periodismo de confirmación como componente de la competencia mediática contra la desinformación. Índex. Comunicación*, 8(2), 295–316. Recuperado a partir de: <https://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/articulo/view/370Rodríguez>

- Rodríguez Pérez, C. (2020). *Una reflexión sobre la epistemología del factchecking journalism: retos y dilemas. Revista De Comunicación*, 19(1), 243-258. Recuperado, desde: <https://revistadecomunicacion.com/article/view/1649/1361>

- Alvarado, A. (2020). *Fact-Checking 2020: Las principales organizaciones, herramientas y expertos cubiertos por AIKA Educación. Revista Aika*. Recuperado, desde: <http://www.aikaeducacion.com/en-profundidad/factchecking-2020-las-principales-organizaciones-herramientas-y-expertoscubiertos-por-aika-educacion/>

- *Final report of the High-Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation | Shaping Europe's digital future.* (2018). Recuperado, desde: <https://Digital-Strategy.Ec.Europa.Eu/En/Library/Final-ReportHigh-Level-Expert-Group-Fake-News-and-Online-Disinformation>.

- Rodríguez Andrés, R. (2018). “Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones internacionales”. *Historia Y Comunicación Social*, 23(1), 231-244. Recuperado, desde: <https://doi.org/10.5209/HICS.59843>.

- Rodríguez Pérez, C. (2019). *No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones.*

Fundación Dialnet. Recuperado, desde:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7028909>

- (APA Citation Guidelines, s.f.). *¿Qué son las fake news? guía para combatir la desinformación en la era de posverdad.* [Archivo PDF]. Recuperado, desde:
https://www.ifj.org/fileadmin/user_upload/Fake_News_-_FIP_AmLat.pdf
- Sanz Blasco, R & Cde Francisco, C. (2019). *Susceptibilidad cognitiva a las falsas informaciones.* Historia y comunicación social Vol. 24 Núm. 2 Pág. 521-531. Recuperado, desde:
<https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/66296/4564456552460>
- Cherilyn Ireton y Julie Posetti. (2020). *Periodismo, “noticias falsas” & desinformación.* Manual de Educación y Capacitación en Periodismo. Colección de la UNESCO sobre los estudios de Periodismo. Recuperado, desde:
<https://www.qcedclearinghouse.org/sites/default/files/resources/200255spa.pdf>
- Soroush Vosoughi & Sinan Aral, D. (2018). *The spread of true and false news online.* Revista Science. Recuperado, desde:
<https://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146>
- Germani, S., Ingelmo, J. (2020). *Alzheimer y otros trastornos.* Revista Argentina. [Archivo PDF]. Recuperado, desde: [revista28_2020.pdf \(alzheimer.org.ar\)](#)
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2020). *Desinformación: un arma silenciosa en tiempos de pandemia.* Recuperado, desde
<https://es.unesco.org/news/desinformacion-arma-silenciosa-tiempospandemia>
- Romero, L. (2013). *Hacia un estado de la cuestión de las investigaciones sobre desinformación / misinformación.* [Archivo PDF]. Recuperado de:
<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:eU18qKQUQDcJ:https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4739767.pdf+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe>

- MATEUS BOREA, J (2018). *¿Qué es la competencia mediática?* Educared. [Infografía]. Recuperado de: <https://educared.fundaciontelefonica.com.pe/educacionmediatica/competencia/>
- Pérez Forteza, Y & Izquierdo Cuellar, Y. (2020). *Competencias mediáticas para la ciudadanía en tiempos de fakenews*. Serie Científica de la Universidad de las Ciencias Informáticas. Vol. 13, No. 9. ISSN: 2306-2495| RNPS: 2343 Pág. 41-54. [Archivo PDF]. Recuperado, desde : https://www.researchgate.net/profile/Yasmani-Perez/publication/346632574_Competencias_mediaticas_para_la_ciudadania_en_tiempos_de_fakenews_Media_skills_for_citizens_on_fakenews_times/links/5fca7e0c45851568d13cf714/Competencias-mediaticaspara-la-ciudadania-en-tiempos-de-fakenews-Media-skills-for-citizens-onfakenews-times.pdf
- García-Ruiz, R., Gozávez-Pérez., V, & Aguaded-Gómez, J. Ignacio. (2014). *La competencia mediática como reto para la educomunicación: instrumentos de evaluación*. Cuadernos.info, (35), 15-27. Recuperado, desde: <https://www.scielo.cl/pdf/cinfo/n35/art01.pdf>
- Lotero-Echeverri, G., Romero-Rodríguez, L. M., & Pérez-Rodríguez, M. A. (2018). *Fact-checking vs. Fake news: Periodismo de confirmación como componente de la competencia mediática contra la desinformación*. index. Comunicación, 8(2), 295–316. Recuperado a partir de: <https://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/370Rodríguez>
- Balmaceda, Lisa & Orellana, F (2020). *Fake news, posverdad y el rol del profesional de la información en la alfabetización digital*. Recuperado, desde: <https://rii.austral.edu.ar/handle/123456789/942>
- Fernández García, N. (2017) *Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática*. Recuperado, desde: <https://biblat.unam.mx/hevila/Nuevasociedad/2017/no269/8.pdf>
- Cusot, G. & Palacios, I. (2019). *Las fake news y las estrategias de verificación del discurso público: Caso Ecuador Chequea*. #PerDebate, volumen 3 (pp. 88-107). Quito: USFQ Press. Recuperado de: <https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/perdebate/article/view/1558/1691>

- Elizabeth, J. (2014). *Who are you calling a fact checker?* - American Press Institute. Retrieved from. Recuperado, desde: <https://www.americanpressinstitute.org/fact-checking-project/factcheckerdefinition>
- Saltos Zambrano, 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.* Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/8959/1/TUCS-PRE-FIL-CCS-159.pdf>
- Ramos, s. (2019). *La batalla contra las noticias falsas.* Recuperado, desde: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/46763/TG-RAMOS%2C%20SEBASTI%C3%81N..pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Del-Fresno-García, Miguel (2019). “*Desórdenes informativos: sobreexposados e infrainformados en la era de la posverdad*”. El profesional de la información, v. 28, n. 3, e280302. Recuperado de: <http://eprints.rclis.org/38804/1/fresno.pdf>
- Herrero-Diz, P., Pérez-Escolar, M. y Plaza Sánchez, J.F. (2020). *Desinformación de género: análisis de los bulos de Maldito Feminismo*, Icono 14, 18 (2), 188-216. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7591110>
- Mejía, Christian R., Rodríguez-Alarcon, J. Franco, Garay-Rios, Lizet, Enriquez-Anco, Maria de Guadalupe, Moreno, Alfrando, Huaytán-Rojas, Kennedy, Huancahuari-Ñañacc Huari, Nory, Julca-Gonzales, Angel, Alvarez, Christian H., Choque-Vargas, José, & Curioso, Walter H. (2020). *Percepción de miedo o exageración que transmiten los medios de comunicación en la población peruana durante la pandemia de la COVID19. Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas.* Recuperado, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S086403002020000200001&lng=es&tlng=es.
- Errázuriz, H. (1987). *Desinformación.* Diario la Nación. [Archivo PDF] Recuperado, desde: <https://revistainvi.uchile.cl/index.php/RP/article/download/55588/58526/>.
- Surav Man Sakya, Lauren Jodi Van Scoy, John C. Garman, Erin L. Miller, Bethany Snyder, Emily Wasserman, Vernon M. Chinchilli & Robert P. Lennon (2021). *The impact of COVID-19-related changes in media consumption on public knowledge: results of a cross-sectional survey of Pennsylvania adults, Current Medical Research and Opinion.* 37:6, 911-915. Recuperado de:

<https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/03007995.2021.1901679>

- Ojeda Copa, A. y Peredo Rodríguez, V. (2020). Convergencia entre desinformación política y social en el conflicto electoral de 2019 en Bolivia. Recuperado de: http://www.scielo.org.bo/pdf/rts/n46/n46_a05.pdf

- Rodríguez Andrés, Roberto. (2018). Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones internacionales. *Historia y comunicación social*, 23 (1), 231-244. Recuperado, desde: <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/59843>

- usa, F., y Durán, M. (2019). *La era de la desinformación y de las noticias falsas en el ambiente político ecuatoriano de transición: un análisis de caso*. #PerDebate, volumen 3 (pp. 18-41). Quito: USFQ Press. Recuperado de: <https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/perdebate/article/view/1550/1688>

- Caballero Pérez, J y Vásquez Merchán, I. (2018). *Las redes sociales, actor en la difusión de información política*. Recuperado de: <https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/7192/1/2018Caballero-informacion-noticias-falsa.pdf>

- Wardle, Claire (2019). *First draft's essential guide to understanding information disorder*. Recuperado, desde: https://firstdraftnews.org/wpcontent/uploads/2019/10/Information_Disorder_Digital_AW.pdf

- Sandoval Forero, E. (2001). «*La cultura política mexicana en la transición democrática. Un enfoque socio-antropológico*», conferencia magistral, enero, en 2ª. Reunión nacional de capacitación electoral y educación cívica, Memoria, México: Instituto Electoral del Estado de México. Recuperado de: <https://convergencia.uaemex.mx/article/view/1674/1269>

- Gómez olea, F. (2010). *La influencia de la televisión en el alumnado de tercer ciclo de primaria en el ámbito rural y urbano*. Estudio de casos. Recuperado de:
<https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/4978/TD%20de%20Francisco%20Manuel%20G%C3%B3mez%20Olea.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Asanza Ochoa, M., Moreno Bermúdez, V. (2020). *Fake News en tiempos de crisis: Aproximación a su reconocimiento y percepción durante el confinamiento por COVID-19 en Ecuador*. Recuperado de:
<http://201.159.223.180/bitstream/3317/15070/1/T-UCSG-PRE-FIL-CSS269.pdf>

- Aba-Catoira, A. (2020). *Los desórdenes informativos en un sistema de comunicación democrático*. *Revista De Derecho Político*, 1(109), 119–151. Recuperado, desde: <https://doi.org/10.5944/rdp.109.2020.29056>

- Sanromán Gómez, M. (2020). *El lastre de la desinformación y sus consecuencias en la pandemia del COVID-19*. Recuperado, desde: https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/102614/PER_SANROMANGOMEZ_TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Salgado Lévano, A. (2007). *Investigación cualitativa: diseños, evaluación del rigor metodológico y retos*. Recuperado de:
<http://www.scielo.org.pe/pdf/liber/v13n13/a09v13n13.pdf>

- Orellana López, D y Sánchez Gómez, M. (2006). *Técnicas de recolección de datos en entornos virtuales más usadas en la investigación cualitativa*. *Revista de Investigación Educativa*, vol. 24, núm. 1, 2006, pp. 205-222. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/2833/283321886011.pdf>

- Tegni Grajales, G. (2000). *Tipos de investigación*. Recuperado de:
<https://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1RM1FOL42-VZ46F4-319H/871.pdf>

- Lozada, J. (2014). *Investigación Aplicada: Definición, Propiedad Intelectual e Industria*. Recuperado de:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6163749>

- Quintana, Laura y Hermida, Julian (2020). *La hermenéutica como método de interpretación de textos en la investigación psicoanalítica (La hermenéutica como método de interpretación de textos en la investigación psicoanalítica)*. Recuperado de: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3593031

- Villar García, M. (2015). *Propuesta metodológica para proyectos de diseño, basada en el interaccionismo y la hermenéutica*. Recuperado de: <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/34315/secme17456.pdf?sequence=1>

- Flores Vivar, J. M. (2019). *Inteligencia artificial y periodismo: diluyendo el impacto de la desinformación y las noticias falsas a través de los bots*. Doxa Comunicación, 29, pp. 197-212. Recuperado, desde: https://repositorioinstitucional.ceu.es/bitstream/10637/10743/1/es_m2_st_amped.pdf

- Mertoglu, U y Genç, B. (2020). *Automated fake news detection in the age of digital libraries*. *Information Technology and Libraries*, ISSN 2163-5226, Vol. 39, n. 4, 2020. Recuperado, desde: <https://ejournals.bc.edu/index.php/ital/article/view/12483/10227>

- Herrera Cabello, J. (2020). *La verificación de noticias y el problema de la inmediatez: análisis de cobertura de una noticia falsa en medios digitales chilenos*. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*. 13(1), 138-158. Recuperado, desde: <https://revistas.urosario.edu.co/xml/5115/511562674007/511562674007.pdf>

- Bernardino Cebrián, E. (2012). *Al rescate de la verificación periodística*. Recuperado, desde: <https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/10633/9871>

- Riera, R. (S.F). *¿Cómo medir el éxito de una iniciativa colaborativa de verificación?* Recuperado de: <https://chequeado.com/guiaspracticas/pdf/Impacto%20Co%CC%81mo%20medir%20el%20e%CC%81xito%20de%20una%20iniciativa%20colaborativa%20de%20verificacio%CC%81n.pdf>

- Digital Future Society (2020). Informe de: *Cómo combatir la desinformación: Estrategias de empoderamiento de la ciudadanía digital*. Recuperado de: <https://itsrio.org/wp-content/uploads/2020/07/Informe-C%C3%B3mo-combatir-la-desinformaci%C3%B3n.pdf>

- [Castillo, M. \(2021\). “Los verificadores de datos debemos hacer trabajo colaborativo”](https://www.medianalisis.org/los-verificadores-de-datosdebemos-hacer-trabajo-colaborativo/). Medianálisis, comunicación para la democracia. Recuperado de: <https://www.medianalisis.org/los-verificadores-de-datosdebemos-hacer-trabajo-colaborativo/>

- Sánchez de la Nieta Hernández, M. y Fuente Cobo, C. (2020). *Periodismo vs desinformación: la función social del periodista profesional en la era de las fake news y la posverdad*. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/342601218_Periodismo_vs_de_sinformacion_la_funcion_social_del_periodista_profesional_en_la_era_de_las_fake_news_y_la_posverdad_Sintaxis_14_1-18

- Ramos Hernández, s. (2019). *La batalla contra las noticias falsas*. Recuperado de: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/46763/TG-RAMOS%2C%20SEBASTI%C3%81N..pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- *Contra la desinformación: Estrategias y herramientas (2021)*. Recuperado de: http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/sites/default/files/field/adjuntos/informe_4_2021.pdf

- Guallar, Javier; Codina, Lluís; Freixa, Pere; Pérez-Montoro, Mario (2020). *Desinformación, bulos, curación y verificación*. Revisión de estudios en Iberoamérica 2017-2020. Telos: revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales, 22 (3), Venezuela. (Pp.595-613). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/993/99364425011/99364425011.pdf>

- Gallardo-Camacho, J., & Marta-Lazo, C. (2020). Editorial / *La verificación de hechos (fact checking) y el pensamiento crítico para luchar contra las noticias falsas: alfabetización digital como reto comunicativo y educativo*: Revista De Estilos De Aprendizaje, 13(26). Recuperado a partir de: <http://revistaestilosdeaprendizaje.com/article/view/2594>

- González Pérez, M (2020). *La utilización de noticias falsas (fake news) en las campañas presidenciales en México en 2018 y su impacto en la conducta electoral*. Revista Electrónica de Psicología Política Año 18, N°45. Recuperado de: <http://www.psicopol.unsl.edu.ar/pdf/REPP-A18-N45Art06.pdf>

- González, M. A. (2019). *Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información*. Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación 45, pp. 29-52. Recuperado de: https://institucional.us.es/revistas/Ambitos/45/Mon/Fake_News-desinformacion_en_la_era_de_la_sociedad_de_la_informacion_.pdf

- Pérez-Curiel, C. y Velasco Molpeceres, A. M. (2020). *Impacto del discurso político en la difusión de bulos sobre Covid-19. Influencia de la desinformación en públicos y medios*. Revista Latina de Comunicación Social, 78, 65-97. Recuperado, desde: <https://www.doi.org/10.4185/RLCS2020-1469>

- Herrero-Diz, P., Pérez-Escolar, M. & Plaza Sánchez, J.F. (2020). Gender disinformation: analysing hoaxes on Maldito Feminismo, *Icono* 14, 18 (2), 188-215. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5525/552563435009/552563435009.pdf>

- Ponjuán Dante, Gloria, & Torres Ponjuán, Déborah. (2020). *La otra cara de la información: la desinformación y la información imprecisa como retos para la gestión de la información institucional*. Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud, 31(2), e1575. Recuperado en 24 de junio de 2021, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S230721132020000200003&lng=es&tlng=es.

- Alvarado Carranza, J. (2014). *Factores familiares que influyen en la desinformación sobre derechos sexuales que poseen las y los adolescentes beneficiarios de la asociación benéfica "supporting kids in Perú" distrito el porvenir – Trujillo*. Recuperado de: <https://1library.co/document/4zp8v1vyfactores-familiares-desinformacion-adolescentes-beneficiarios-asociacionbenefica-supporting.html>

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, c., Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación*. Sexta edición. Recuperado, desde: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

- Campoy Aranda, T y Gomes Araujo, E. (S.F.). *Técnicas e instrumentos cualitativos de recogida de datos*. Recuperado de: http://proyectos.iaverianacali.edu.co/cursos_virtuales/posgrado/maestria_asesoría_familiar/Investigacion%20I/Material/29_Campoy_T%C3%A9cnicas_e_instrum_cualita_recogidainformacion.pdf

- Trindade, V. (2016). Entrevistando en investigación cualitativa y los imprevistos en el trabajo de campo: de la entrevista semiestructurada a la entrevista no estructurada. Capítulo 2 del libro *Técnicas y estrategias en la investigación cualitativa* de Patricia Schettini y Inés Cortazzo (2016). Recuperado de: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/53686/Documento_completo_.-%20Cortazzo%20CATEDRA%20.pdf-PDFA.pdf?sequence=1

- Mora Allaica, R. (2017). *Incidencia de las herramientas caseras de producción audiovisual en la realización de los trabajos de los alumnos de sexto*

- semestre de la carrera de diseño gráfico 2015-2016. Recuperado de:
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/reduq/20032/1/TESIS%20FINAL%20PARA%20SUSTENTAR.pdf>
- Rojas Crotte, I. (2011). *Elementos para el diseño de técnicas de investigación: una propuesta de definiciones y procedimientos en la investigación científica*. Tiempo de Educar (24), 277-297. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/pdf/311/31121089006.pdf>
 - Maya, E. (2014). *Métodos y técnicas de investigación*. Recuperado de:
http://www.librosoa.unam.mx/bitstream/handle/123456789/2418/metodos_y_tecnicas.pdf?sequence=3&isAllowed=y
 - Hernández Mendoza, S, Duana Avila, D. (2020). *Técnicas e instrumentos de recolección de datos*. *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA*. Vol.9, No. 17 (2020) 51-53. Recuperado de:
<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:bbjD4ymeKcsJ:hhttps://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/download/6019/7678/+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe>
 - Díaz-Bravo, L, Torruco-García, U, Martínez-Hernández, M, Varela Ruiz, M. (2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico*. Metodología de investigación en educación médica. Recuperado de:
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S200750572013000300009
 - ([Artículo sobre el estilo de citación de la APA], s.f.). *La entrevista en investigación cualitativa*. Recuperado de:
http://www.ujaen.es/investiga/tics_tfg/pdf/cualitativa/recogida_datos/recogida_entrevista.pdf
 - Campos y Covarrubias, G y Lule Martínez, N. (2012). *“La observación, un método para el estudio de la realidad”*. Recuperado de:
<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:HLqX0khU1UMJ:https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3979972.pdf+&cd=1&hl=es419&ct=clnk&gl=pe>
 - Cortés Caramillo, G. (1997). *Confiabilidad y validez en estudios cualitativos*. Nueva época vol.1 No.1(15). Recuperado de :
https://www.researchgate.net/profile/Graciela-Cortes-Camarillo/publication/279495973_Confiabilidad_y_validez_en_estudios_cualitativos/links/56e09c1408aee77a15fe9d22/Confiabilidad-y-validez-enestudios-cualitativos.pdf

- Plaza Guzmán, j., Uriguen Aguirre, P., Bejarano Copo, H. (2017). *Validez y confiabilidad en la investigación cualitativa*. Revista Arje. Recuperado de: <http://arje.bc.uc.edu.ve/arj21/art24.pdf>
- Aiken, L. (1985). Three Coeficients for Analyzing the Reliability and Validity of Ratings. *Educational and Psychological Measurement*, 45, pp. 131-142
- Ecurra, L. (1988). Cuantificación de la validez de contenido por criterio de jueces. *Revista de Psicología*, 6(1-2), pp. 103-111. <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/psicologia/article/view/4555/453>
- Simão, V. (2010). *Formación continuada y varias voces del profesorado de educación infantil de Blumenau: una propuesta desde adentro*. Recuperado de: http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/41493/6/05.VLS_ANALISIS_Y_TRATAMIENTO_INFORMACION.pdf
- Martínez, V. (2018). *Veracidad académica y científica*. *Pediatría Integral*, 22(7), pp. 343-347. Recuperado, desde: https://www.pediatriaintegral.es/wpcontent/uploads/2018/xxii07/07/n7-343-347_IntEspecial.pdf
- Rubin, V., Chen, Y., Conroy, N. (2015). *Detección de engaños para noticias: tres tipos de falsificaciones*. *Proc. Assoc. Info. Sci. Tech.*, 52: 1-4. Recuperado, desde: <https://asistdl.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/pra2.2015.145052010083>
- Méndez, C. (2012). *Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales*, México D.F., México: Limusa S. A.
 - Schettini, P & Cortazzo, I. (2016). Técnicas y estrategias en la investigación cualitativa. Recuperado de: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/53686/Documento_completo.-%20Cortazzo%20CATEDRA%20.pdfPDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
 - Mendiguren, T., Pérez Dasilva, J., & Meso Ayerdi, K. (2020). *Actitud ante las Fake News: Estudio del caso de los estudiantes de la Universidad del País Vasco*. *Revista De Comunicación*, 19(1), 171-184. Recuperado, desde: <https://revistadecomunicacion.com/article/view/1645>

- Alba Juez, L y Lachlan Mackenzie, J. (2019). *Emotion, lies, and “bullshit” in journalistic discourse the case of fake news*. Ibérica: Revista de la Asociación Europea de Lenguas para fines Específicos (AELFE) ISSN 1139-7241, N°. 38, 2019, págs. 17-50. [Archivo PDF] <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7203023>

- Palau-Sampio, D. (2018). *Fact-checking and scrutiny of power: Supervision of public discourses in new media platforms from Latin America*. Communication and Society. [Archivo PDF]. [\(PDF\)](#) [Factchecking and scrutiny of power: Supervision of public discourses in new media platforms from Latin America \(researchgate.net\)](#)

- Monther Aldwairi, A. (2018). *Detecting Fake News in Social Media Networks*, Procedia Computer Science, Volume 141, 2018, Pages 215222, ISSN 1877-0509, [Archivo PDF]. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050918318210>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

PROBLEMA GENERAL							
¿Cuáles fueron las características del proceso de Fact checking que utilizó la plataforma “verificador” de La República sobre la publicación “Las Mascarillas están causando muertes por neumonía bacteriana”, 13 de abril del 2021?	Analizar las características del proceso de verificación de la publicación “Las mascarillas están causando muerte por neumonía bacteriana”, con el fin de saber que rol desempeña el Fact-checking en La República.		Tipos de verificación	Verificación Periodística			
				Verificación colaborativa			
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS					Ficha de observación	Enfoque: Cualitativo Tipo de estudio: Aplicado Técnica: Observación y entrevista

<p>¿Qué tipos de verificación emplea la plataforma "Verificador" de La República?</p>	<p>Describir los tipos de verificación que emplea La República</p>	<p>FACT- CHEKING</p>		<p>Verificación automatizada</p>	<p>Observación / Entrevista</p>	<p>Guía de entrevista semiestructurada</p>	<p>Participantes: Periodistas/Factchecker Unidad de análisis: Factchecking y desinformación</p>	
<p>¿Cuál es la labor del Factchecker de la plataforma "Verificador" de La República en la trascendencia de la labor periodística?</p>	<p>Identificar la labor del Factchecker y la trascendencia que tiene en la labor periodística</p>		<p>Fact checker</p>	<p>Competencias mediáticas</p>				<p>Alfabetización digital</p>
<p>¿Cuáles son las principales características del desorden informativo que detecta la plataforma "Verificador" de La República?</p>	<p>Describir cuacaracteristic del desorden i platafor que detecta la "vde República La</p>		<p>Desorden Informativo</p>	<p>Tipos de desorden informativo</p>				<p>Elementos del desorden informativo según el AGENTE</p>
				<p>Los propósitos del desorden informativo</p>				

--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--

OBJETIVO GENERAL	Unidad Temática	Categorías	Subcategorías	Técnicas	INSTRUMENTOS	METODOLOGÍA

--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--

Anexo2. Matriz de categorización

Matriz de categorización

Unidad Temática: (Fact-checking y Desinformación)

	Variable o unidad temática	Definición Conceptual	Definición Operacional	Categoría	Subcategoría	Técnicas	Instrumentos
--	----------------------------	-----------------------	------------------------	-----------	--------------	----------	--------------

<p>FACT-CHECKING</p>	<p>"Fact checking o la verificación de datos, es una técnica que emplea técnicas de periodismo de datos, se utiliza para desenmascarar los errores y mentiras, carentes de rigor, que algunos medios de comunicación publican" (Ufarte et al.,2018, p.734).</p>	<p>Esta unida temática contiene dos categorías y a su vez se subdividen en 5 subcategorías</p>	<p>TIPOS DE VERIFICACIÓN</p> <p>FACT-CHECKER</p>	<p>VERIFICACIÓN PERIODISTICA</p> <p>VERIFICACIÓN COLABORATIVA</p> <p>VERIFICACION AUTOMATIZADA</p> <p>COMPETENCIAS MEDIATICAS</p> <p>ALFABEIZACIÓN MEDIATICADIGITAL</p>	<p>Observación</p>	<p>Ficha de observación</p>
<p>DESINFORMACIÓN</p>	<p>Comisión Europea (2018) define "desinformación" como: Toda información engañosa diseñada para causar daño intencional, con fines económicos, políticos</p>	<p>Esta unidad temática contiene una categoría que se subdivide en 3 subcategorías</p>	<p>DESORDEN INFORMATIVO</p>	<p>TIPOS DE DESORDEN INFORMATIVO</p> <p>ELEMENTOS DEL DESORDEN INFORMATIVO SEGÚN EL</p>	<p>Entrevistas</p>	<p>Guion de entrevistas</p>

	<p>o ideológicos, esto puede darse al nivel personal o público, la incidencia de la desinformación genera estragos tanto en la salud, la ciencia y la educación, atentando a los valores democráticos. (p.10)</p>			<p>AGENTE</p> <p>PROPOSITO DEL DESORDEN INFORMATIVO</p>		
--	---	--	--	---	--	--

Anexo 3. Matriz de entrevista

Matriz de entrevista semiestructurada a expertos sobre el tema	
N°	Entrevistados

1	Yulvitz Quiroz	<ul style="list-style-type: none">○ Tiene una maestría y doctorado en periodismo y comunicación multimedia en la Universidad San Martín de Porres.○ Cuenta con publicaciones sobre periodismo y nuevas tecnologías digitales.○ Docente universitario con catorce años de experiencia.
2	Leydy Loayza Mendoza	<ul style="list-style-type: none">○ Magíster en dirección de comunicación corporativa por la Universitat de Barcelona. ○ Actualmente es Decana del consejo Regional Colegio de Periodistas del Perú (Ica) ○ Segunda vicedecana nacional del colegio de periodistas del Perú.○ Tiene más de veinte años en trabajos de periodismo y en ciencias de la comunicación en el sector privado y público.○ ha sido subdirectora de gestión de conocimiento de la autoridad nacional del agua.○ Es escritora, ha publicado seis libros en la feria internacional del libro de Lima y es gestora cultural en Ica.

3	Mario Junior Quispe Moreno	<ul style="list-style-type: none"> ○ Docente en la Universidad San Martín de Porres ○ Docente en la Universidad Privada del Norte
		<ul style="list-style-type: none"> ○ Fundador y CEO en ojos de telenovelas ○ Periodista en Piquete Informativo
4	Irene Ignacio.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Coordinadora de contenidos ○ Bachiller en Comunicación Social por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos ○ Elabora artículos de fact-checking y debunking en La República desde el 2019. ○ Es editora por la República en la alianza de verificación colaborativa de la que también participaban otros medios como el RPP, El Comercio y otros medios regionales que también -ha sido impulsado por el consejo de la prensa peruana e Internacional.

UNIDAD TEMÁTICA 1: FACT-CHECKING

DIMENSIÓN O CATEGORÍA 1: TIPOS DE VERIFICACIÓN		RESPUESTAS	
		IRENE IGNACIO	MARIO JUNIOR QUISPE MORENO

1	<p>¿Como es el proceso de verificación periodística que realiza el diario La República para combatir la desinformación?</p>	<p>Básicamente partimos de monitorear lo que se está diciendo en el ojo público, monitorearemos lo que se está diciendo en la parte del discurso público tanto en redes sociales como lo que están diciendo algunos políticos o usuarios y a partir de eso seleccionamos cuáles son las afirmaciones potencialmente verificables, consultamos fuentes, investigamos, revisamos estudios, consultamos con especialistas , también algunos repositorios , es decir toda la información con la que podamos contar , nosotros generalmente no nos guiamos de lo que puedan decir fuentes internas o fuentes propias sino más que nada información pública a fin de que el usuario pueda hacer la verificación por sí mismo después de leer nuestras notas ya que colocamos todos los enlaces, para que sea publicado en verificador pasa por tres filtros un filtro interno en que en este caso es el mío otro filtro de mesa digital que vienen a ser los</p>	<p>En la República, lo que se hace es primero detectar alguna frase o afirmación que sea potencialmente falsa y en ese sentido toman en cuenta, la viralización o algo que sea relevante porque lo ha dicho algún personaje público muy conocido, luego ya comienzan a hacer la verificación para ello realizan una búsqueda exhaustiva de fuentes para poder respaldar , confirmar o desmentir la noticia que se ha publicado y en el caso de las imágenes entiendo que hacen una búsqueda inversa, en buscadores como google</p>
		<p>coordinadores de la web y el último filtro es de corrección , todo esto para que la información sea precisa.</p>	

2	Respecto a la publicación “Las mascarillas están causando muerte por neumonía bacteriana ¿Cómo fue el proceso de verificación periodística ?	En general para poder escoger qué afirmación vamos a calificar o vamos a verificar primero tenemos en cuenta dos criterios principales que son la gravedad del asunto, si ese bulo se sigue difundiendo puede afectar la salud la vida de las personas y otro tema que tenemos en cuenta es la viralidad en el caso de en el caso de la nota que mostraste , obviamente impacta es un tema peligroso, es una desinformación de tipo peligroso porque si las personas siguen creyendo van a tener temor de utilizar las mascarillas. Por lo tanto, es necesario que nosotros hagamos la verificación hay personas interesadas en que eso se difunda por eso lo están compartiendo y que hay usuarios que lo creen.	sobre el chequeo del viral sobre las mascarillas están causando muerte por neumonía bacteriana , básicamente han utilizado tres tipos de fuentes en cuanto a las fuentes personales han recogido las declaraciones de cuatro médicos especialistas en relación a las fuentes institucionales han utilizado tres : La OMS, el colegio médico del Perú y una universidad y en cuanto a las fuentes documentales han hecho alusión a un pozo anterior del verificador del mismo medio la República y un artículo de una revista
3	El diario La República, ¿trabaja con la verificación colaborativa ? ¿cómo es el procedimiento? ¿con que medios u	Sí, este año a raíz de las elecciones 2021 ,verificador y el consejo de la prensa peruana e internacional convocaron a medios para la organización de la alianza colaborativa de la alianza de verificación PerúCheck en este caso se incluyó a la	En este caso no trabajan con una verificación colaborativa, básicamente el chequeo lo hace el propio equipo del verificador del diario la República y además lo que sí se evidencia es que por ejemplo ellos tienen una especie de

	<p>organizaciones cuentan para realizar este tipo de verificación?</p>	<p>República , El comercio, RPP y a otros medios regionales, también estamos formando parte de la red internacional de verificadores de hechos de Pointer desde el 2019 , también de la red latinoamericana de Latamchequea que está liderada por chequeado de argentina , está alianza es específicamente sobre temas relacionados a la COVID- 19 y surgió en el contexto de esta pandemia porque vimos que había bastante desinformación que viajaba se repetía de país a país , nos exportaban desinformación y de ahí surgió el termino de infodemia.</p>	<p>solicitud de verificación en el sentido de que si de repente alguno de los chequeos es impreciso pueden modificar el titular o alguna parte de lo que se ha citado que sería una especie de también de rectificación y eso me parece que es importante que puedan desarrollarlo.</p>
4	<p>En el caso de la página chequeado, ellos utilizan la plataforma chequeabot para automatizar el procedimiento de verificación de datos ¿Ustedes trabajan con ese tipo de verificación? (Verificación Automatizada)</p>	<p>En verificador todavía no hemos implementado eso, básicamente es un tema de recurso</p>	<p>No hay una especie de plataforma chequeabot como lo tiene chequeado de argentina más bien lo que sí se evidencia es que procuran usar datos abiertos y documentos en línea, en el caso de datos abiertos es el portal del Gobierno peruano que tiene en línea y transparentando datos de diferentes áreas en los distintos ministerios , entonces es un poco lo que se usa no lo que está esté en línea adicionalmente, también buscan mucho contextualizar los datos, por eso recurren a varias fuentes de información entre ellos especialistas sobre todo por tratarse de un tema de salud pública entonces, en la publicación sobre las mascarillas han utilizado hasta cuatro</p>

			especialistas aparte de las fuentes claro institucionales y documentales.
DIMENSIÓN O CATEGORÍA 2: FACT-CHECKER			
5	¿Cuáles son las competencias digitales que debería tener el Factchecker del diario La República?	Lo que me interesa sobre todo es que tenga capacidad para aprender, que tenga altos estándares que sea muy riguroso que pueda manejar información con responsabilidad que sea atento al detalle, que le guste investigar, ampliar la búsqueda en diferentes plataformas no solamente quedar en google sino también otras redes sociales, repositorios en bases de datos ampliar el horizonte lo que se está hablando sobre la fabricación mediática, sobre todo tener un pensamiento y un juicio crítico	La primera competencia, es la pasión por investigar es necesario que el periodista que se va a dedicar a hacer chequeos sea muy apasionado con la investigación a profundidad y obviamente eso implica también que esté capacitado para poder conocer el entorno digital, conocer dónde encuentra datos abiertos para poder hacer uso de ellos así como y búsquedas o recogida de información, búsquedas avanzadas para poder encontrar algún tipo de documentación que también le puede ser de utilidad así como hacerle seguimiento a los virales y a los contactos que podrían utilizar para realizar el chequeo.
6	¿Cuál es el grado de conocimiento de alfabetización mediática , con la que cuentan o deberían contar los Factchecker del diario la Republica para	Influye mucho la experiencia que tenga el periodista y el criterio, ser consciente de los sesgos que tienen los propios medios de comunicación al informar y tener en cuenta que incluso en los estudios va a haber sesgos que	Tiene que haber conocimiento del entorno, así como conocimiento en periodismo de datos, por ejemplo, para hacer scripting, búsqueda de los datos para hacer el

	contrarrestar la desinformación generada en redes sociales?	te pueden direccionar hacia alguna u otra manera, no simplemente se trata de leer. La alfabetización mediática no solamente va a ser necesaria para los periodistas sino en general para las personas que quieran consumir la información	contraste de los mismos, para esto es necesario que haya una capacitación previa para que los Fact-checkers puedan desarrollar su trabajo de forma adecuada para que les permita poder contrarrestar la desinformación que se genera a través de las distintas redes sociales
7	¿Crees que la labor del Fact-checker es trascendental para ayudar a que la información sea de calidad?	sí, claro de todas maneras, pero yo no diría que es específicamente el Fact-checkear sino la labor de comprobar y eso es lo que se hace en periodismo. La metodología del Factchecking es válida para generar varios tipos de contenidos dentro del periodismo no sólo notas de Fact-checking.	Sí, la función del Fact-checker es relativamente nueva en los medios porque todavía no está institucionalizada en todos, pero su rol es fundamental porque la propia OMS ha declarado en el 2020 que estamos viviendo una etapa de infodemia lo que quiere decir que la pandemia del coronavirus se ha unido a la pandemia de la desinformación entonces en un mundo desinformado hace falta que se realice el chequeo de todo lo que circula para que esto no induzca un error al público
UNIDAD TEMATICA 2: DESINFORMACIÓN			
DIMENSIÓN O CATEGORÍA 3: DESORDEN INFORMATIVO			El desorden informativo y su impacto en el público va a ser

8	<p>¿Cuáles son los principales tipos de desorden informativo que generan una posterior desinformación?</p>	<p>Sobre todo, en esta pandemia abunda el contenido impostor, tal personaje dijo tal cosa y en realidad no le dijo o la OMS recomienda kion para la COVID y eso no pasó. El Click bait, otro tipo de contenido es la conexión engañosa</p> <p>La sátira o la parodia, poner sus rostros en contenidos que dicen que fue capturado o algo así es bastante común este por parte de su comunidad que no fija límites a la hora de hacer bromas, pero a veces eso trasciende y a veces eso es utilizado para generar bulos más grandes, ese Photoshop se convierte en un tweet. Un tweet impostor de parte de la policía nacional que dice que capturó a esa persona y la foto cada vez es más difuminada por lo que no se notan especialmente los ángulos en los que se hizo el Photoshop la desinformación es como una bolita de nieve va escalando</p>	<p>posible a través de cualquier tipo de manipulación de la información, ya sea para de repente hacerlo más sensacionalista, ya sea para de repente promover un contenido engañoso o incluso un contenido que ha sido fabricado con toda intencionalidad para desviar la atención, para redireccionarla hacia una parte o simplemente por fines de entretenimiento.</p>
ELEMENTOS DEL DESORDEN INFORMATIVO SEGÚN EL AGENTE			

		¿considera usted, que las redes	Las redes sociales no sé si es el medio a través del cual se difunde mayor cantidad de desinformación pero creo que sí tiene características que ayudan a la viralización del tema,	Sí, las redes sociales son el medio preferido para circular información falsa e inexacta, porque obviamente las redes sociales son la puerta de entrada o sea todo se publica en
--	--	--	---	--

9	Redes sociales	sociales son el medio en el cual se genera más tráfico de contenido engañoso? ¿a qué se debe esto?	primero está la democratización del internet, todos podemos generar contenidos en internet entonces no hay un filtro de calidad que te diga esta información es cierta o esa información es falsa, no hay eso porque cualquier persona puede generar contenido, específicamente en las redes sociales incluso una persona sin conocimientos por ser el hecho de ser conocida puede recomendar o no determinado tipo de cosas , también está el tema de la viralidad que se difunden de manera muy rápida. Los contenidos pueden viajar de país a país y se van adaptando al contexto.	redes porque la gente no entra de frente a la página web de los medios o buscar cierta información sino que lo vio en alguna de estas redes y a partir de que vio ese titular ese contenido falso o engañoso le llamó la atención y luego entrará pues a leer más respecto a ese tema o a ver el vídeo completo porque también podría ser de forma audiovisual entonces si las redes sociales son el medio preferido y en donde más se trafica con la información de esta forma negativa
---	-----------------------	---	---	--

<p>10</p>	<p>¿Por qué creemos tan fácilmente lo que se publica? ¿Consideras que, si tuviéramos el conocimiento informático necesario, no caeríamos en el engaño tan fácilmente?</p>	<p>Se relaciona mucho con los sesgos que nosotros tenemos por ejemplo en las redes sociales tú tienes agregados a tus amigos o tú sigues en el caso de Twitter a personas con las cuales guarda cierto tipo de interés o o tópicos en común , entonces prácticamente te rodeas de personas que piensan de manera similar a ti entonces, es como si la desinformación fuera dirigida a grupos de personas con determinado pensamiento y cuando uno encuentra un contenido que coincide con su forma de pensar</p>	<p>Yo tuve la oportunidad hace dos años de participar en una charla internacional que vinieron a Perú , periodistas de investigación entre ellos había dos Fact-checkers uno de Colombia perteneciente a colombia-check y desde argentina vino Matías di santi(Chequeado) recuerdo que una de las cosas que él comentaba era el seno de confirmación que tiene que ver justamente el por qué la gente visualiza este tipo de contenidos, porque cree o cae fácilmente en estos fake news , la gente muchas veces suele compartir aquellos contenidos con los cuales comparte creencias entonces por ejemplo yo encontré</p>
-----------	--	--	--

			<p>normalmente lo cree lo come sin masticarlo bien, lo cree y no se da el tiempo para poder analizarlo.</p> <p>tienen que ver con la alfabetización mediática pero lo que pasa es que para nosotros son muy obvias pero de repente para nuestros papas no , complementando con lo anterior más que conocimiento creo que tiene que ver con ser conscientes de nuestros sesgos para evitar que podamos este apoyar o respaldar algo que estamos leyendo sin investigarlo creo ahí entra este el tema sobre las competencias mediáticas que deberíamos tenerlo, leer investigar ,pero en realidad, todos los usuarios deberían leer la información, detenerse un momento para cuestionarse si es real o no y luego recién si es que comprobamos que es real .</p>	<p>esta publicación que la hizo una persona que conozco y de alguna manera con la cual comulgo en cuanto a ideas entonces es una forma de ratificar eso es compartiendo de acuerdo , entonces me dejo llevar por esa creencia por esa ideología porque tengo una forma de pensar similar o igual a esa persona entonces comparto y estoy reforzando y no me tomo la molestia primero de verificar si la información es verdadera y solamente se publica</p>
11	Televisión	¿Crees que la televisión como agente informativo ayude a que este tipo de noticias se propague con facilidad?	<p>En la televisión existe información en desarrollo y es un poco complicado para los reporteros dar la información completa, la diferencia en una nota de Fact-checking y en general los artículos, es que son un poco más densos y te dan la información completa pero un reporte lo que hace es darte la visión del momento y recién cuando juntas varios reportes es que vas a</p>	<p>sin duda , la televisión también ayuda a compartir fake news, hace un tiempo hubo una noticia que se viralizó en las redes y qué resultó ser una fake news, esta noticias fue acerca de un chifa que supuestamente estaba usando como insumo la carne de perro , entonces panamericana televisión sacó la primicia, y de la misma manera otros</p>

		<p>tener la información completa , y está relacionado con la inmediatez pero eso no solamente está ligado a la televisión sino también en los medios digitales, donde el redactor dispone de poco tiempo para poder comprobar la información. Estamos acostumbrados a hacer periodismo de declaraciones, por ejemplo, si un político dice algo y el periódico lo rebota, pero no especifica si es que esto es real o no, eso sí tiene que ver con la inmediatez y con los tiempos tan ajustados que hay para generar contenidos</p>	<p>medios, entonces afirmaron que se estaba comercializando esa carne, al final resultó ser una confusión, el perro que encontraron en la camioneta era su mascota del dueño del chifa, entonces hay que tener mucho cuidado y hay que verificar la información antes de soltarla por más que venga un activista por los animales y nos diga si lo están haciendo pero qué pruebas o qué evidencias tenemos en ese caso no hubo un chequeo, una verificación de información publicaron algo sin saber.</p>
<p>PROPÓSITO DEL DESORDEN INFORMATIVO</p>			

12	¿Cuál es el principal propósito del desorden informativo?	Tenemos el ideológico y el económico, los difusores de información falsa lo que hacen es generar vistas por dinero básicamente o también lo pueden hacer por un tema ideológico, en el tema ideológico está dentro del tema político beneficiar o perjudicar a algún candidato en alguna campaña electoral.	Los teóricos de la escuela de Frankfurt decían que una de las cosas que buscan los medios aparte de la idiotización del público es enajenarnos , alejarnos de la realidad y este desorden informativo que se genera a partir de noticias falsas no verificadas justamente van en esa línea, no permitimos que el público pueda formarse en su propio criterio de la realidad porque estamos distorsionando la realidad , porque estamos con total mala intención tergiversando los hechos, presentando los como nosotros queremos que sean percibidos entonces ahí hay una manipulación grosera y que se tiene que erradicar .
----	--	---	--

13	POLÍTICA	¿con qué propósito se utiliza las fake news en temas de política ? y ¿Consideras que este tipo de noticias afectan al momento de tomar decisiones	perjudicar al adversario político, no te podría decir en qué grado porque eso es diferente para todas las personas, pero de que influyen claro porque sucede que la desinformación viaja de manera más rápida que la información real y no toda no toda la desinformación es desmentida a tiempo entonces cuando una idea permanece por tanto tiempo entre las personas y no ha sido desmentida ese rumor ya se toma como verdad, aunque no lo sea.	Con respecto a los temas de política y las fake news de hecho esto se evidencia más en tiempos de campaña electoral en donde los partidos están buscando ganar la elección y justo en el evento que mencionaba hace un momento, sania a salazar de colombia-check recuerdo que nos compartía que lo que hacen en este medio es analizar las frases , las declaraciones de los políticos e incluso las promesas electorales porque muchas veces las hacen de forma descontextualizada , por ejemplo cuando dan un porcentaje y ese porcentaje lo han sacado de contexto no es un porcentaje real del momento sino que a veces es un porcentaje de cinco años atrás , entonces está totalmente alejado de la realidad o te tratan de endulzar también a partir de las de algunas promesas que hacen que no son factibles que no van a poder desarrollarse, porque no se van a poder materializar tal como las ponen y muchas veces es simplemente caer en populismo para ganar votos.
----	-----------------	--	---	---

14	PERSONAL	<p>El desorden informativo en lo personal, causa mucho daño, más aún cuando se trata de difamar a la propia persona ¿Crees que unas de las principales causas es la envidia?</p>	<p>Hay discursos de odio en la desinformación, los discursos de odio se pueden utilizar para generar desinformación y más que envidia tiene que ver con el hecho de contenidos satíricos que enrollamos, que no son graciosos pero que no hay un límite de las personas que están generando este tipo de contenido. Los discursos de odio se usan por ejemplo cuando un partido político tiene un discurso anti inmigratorio sin curso de odio y utiliza desinformación para que los ciudadanos estén en contra de grupos por eso se dice que la desinformación afecta en la vida la salud de las personas, a la hora de votar y también afecta a los grupos humanos, comunidad de migrantes y la comunidad LGTB etc .</p>	<p>Muchas veces se fabrica la noticia falsa y noticia no solamente en formato impreso, también podría ser audiovisual o digital entonces se hace un montaje o de pronto de un vídeo se toma un extracto o se edita se manipula a propósito para poder hacer quedar mal a la persona de hecho que eso lo hemos visto en muchas ocasiones en las diferentes campañas electorales es parte de la guerra sucia que a veces se vive dentro de la contienda electoral y que es algo que se tiene que erradicar y no solamente en ese plano en otras áreas también se puede dar creo que sí podría ser este tema de la envidia o el odio pero también creo que podría ser el hecho de que necesito jugar sucio y hacer quedar mal , dañar la imagen , el concepto público de mi rival para yo verme favorecido entonces por ahí también va el tema de un modus operandi de que el fin justifica los medios</p>
----	----------	---	--	---

15	SALUD	Respecto a temas de salud ¿Cree usted que la publicación sobre las mascarillas que estaban causando muerte por neumonía, causó miedo en la sociedad?	Es un tema grave que podía poder afectar a la ciudadanía y por eso decidimos verificarlo	Sin duda, creo que el decir que las mascarillas te causan la muerte por neumonía obviamente genera un impacto en la sociedad, genera pánico, caos, desorden, desinformación y como es un virus , como es un viral cada vez más gente se infecta de esa desinformación y te induce a un error, porque la gente que va a ser va a dejar de usar mascarillas porque la gente que va a ser como muchos otros este chequeos que se han hecho sobre temas de salud va a tratar de combatir la pandemia o de curarse con medios o medicinas que realmente no te llevan a una cura y además incluso las propias vacunas son una forma de inmunización pero no es específicamente una cura entonces ha habido tanta información que ha circulado y qué han generado más caos más desorden más desinformación
16		¿Consideras que la actual pandemia causada por la covid19 hizo que la de noticias falsas se	Si, de hecho, las redes sociales ayudaron a que este tipo de desinformación se propague con facilidad, ya que era algo nuevo y la gente no sabía como reaccionar ante esta pandemia, la gente caía en todo lo que se publicaba. Por ejemplo, la noticia de que el kion o remedios caseros curaban el COVID- 19 , cuando era	En efecto las redes sociales son un arma poderosa y de doble filo que pueden servir para bien como para mal , entonces cuando se circula desinformación en forma masiva es totalmente perjudicial porque evidentemente eso impacta en la sociedad y puede servir para ciertos

		propague con más facilidad?	totalmente falso.	<p>fines de gente que está interesada en generar una corriente de opinión pero que no tiene digamos e necesariamente una finalidad buena o de hacer que el público reflexione o medite sobre sobre la problemática sino que más bien va a manipular va a influenciar de forma negativa sobre el público, entonces hay que tener mucho cuidado y por eso es importante ahí justamente el rol del Fact-checker para combatir esas noticias falsas .</p>
17	¿Crees que el Fact checking debe ser incorporado como una herramienta básica para mejorar el oficio periodístico?	creo que el Fact-checking en general puede aplicarse para generar cualquier tipo de contenido periodístico, porque a fin de cuentas se trata de la comprobación de los datos que existen	<p>Creo que el Fact-checking tiene que ser incorporado no solamente como herramienta básica en los medios, sino que también tendría que ser parte del currículum de las universidades</p> <p>Creo que el Fact-checker se va a convertir en una plaza solicitada por los medios, considero que es importante que cada medio tenga su fact-checker, radio ambulante hace podcast, ojo público ha comenzado a hacer fact-checker en forma colaborativa con la red ama llulla con medios regionales y entonces es como que más una mirada más integral para combatir la desinformación.</p>	

18	población que la verificación d generar inter	Sí, porque ha sido un esfuerzo colectivo, hemos podido ver cómo se ha expandido la desinformación a nivel internacional entonces en ese sentido las personas comienzan a buscar cuando primero llegan esas cadenas, la desinformación viaja más rápido que la información verificada pero en algún momento le va a llegar a un usuario y la información verificada entonces comienza también a hacer como una especie de difusión de ese contenido y comienza a decirle a sus contactos a su red de contactos oye no me compartas esto porque es falso y así esto también comienza a crecer un poquito para complementar el punto anterior acá en Perú también específicamente en la campaña el 2021 fue un punto para que las personas también comenzarán a demandar contenido verificado tanto de los candidatos como de los bulos que surgían en internet	Creo que el impacto de la pandemia ha permitido que varios medios tradicionales, sobre todo los medios del entorno digital se enfoquen a trabajar el tema de salud pública porque creo que es donde más información falsa ha circulado entonces también el hecho de que se visibilice esa problemática hace que el ciudadano tenga un interés especial porque si empiezas a ver varias noticias ,varios chequeos sobre este tipo de esta información que circula entonces obviamente si ,tratas de informarte trata de repente de combatir estos bulos es lo mejor es lo mejor que se puede hacer por eso me parece importante la figura del Fact-checker
----	---	--	---

19	¿cómo podemos combatir la desinformación o que estrategias podemos incluir como sociedad para no caer en noticias falsas en las redes sociales?	Las personas cuando lean un contenido lo primero que tendrían que buscar es comprobar con otras fuentes o buscar si es que a otras fuentes efectivamente dicen lo mismo e identificar primero la fuente que me está diciendo eso , lo dice el amigo de un amigo lo dice la OMS identificar quién está emitiendo ese mensaje y verdaderamente si es que ese organismo o esa persona es la que está dando esa afirmación y después leer el mismo	yo creo que la desinformación se puede combatir desde la esencia del trabajo del periodista, el periodista no puede publicar una información falsa e inexacta o engañosa , Martín Caparrós el famoso cronista argentino sugiere que debemos evitar en lo posible el uso del condicional cuando nosotros usamos el condicional el habría , él podría , el estaría no estamos haciendo una afirmación sino que
----	---	--	--

		<p>contenido y revisar cuál es su orientación si lo lee en un medio va a tener una línea entonces esa línea editorial hay que revisar que tan sesgada es porque siempre hay algún tipo de sesgo</p> <p>comprobar con las fuentes oficiales , comprobar si es que se ha publicado en otros medios de comunicación o de repente solamente se está publicando en uno y sobre todo detenerse antes de compartir, analizar y tomar en cuenta que esto puede ser falso o puede ser engañoso y después de procesar la información encontrar que es real y tener cuidado con los sesgos que tienen cada persona y para los periodistas también que usar con cuidado el lenguaje para evitar desinformar , ser muy precisos a la hora de escribir</p>	<p>estamos siendo bastante ambiguos en el tratamiento de la información y esa ambigüedad pues también sin querer de repente hacer que estemos contribuyendo con la desinformación , entonces lo ideal sería publicar hechos verdaderos o contrastados ,corroborados previamente es que esa es la esencia del trabajo el periodista, no tendría que haber un Fact-checker si los periodistas hicieran su trabajo bien, entonces eso es en cierta parte una incongruencia o un dato que llama la atención, yo creo que si los periodistas hicieran bien su trabajo, si las noticias y la información que se alcance sea lo más acercan a la realidad entonces la sociedad no se vería afectada con estas noticias falsas con estas de desinformación, entonces como estrategia sería eso que los periodistas recuerden cuál es la esencia de su trabajo: la investigación es una tarea fundamental y si ya vemos que es una cuestión como inmanejable pues lo que decía no de repente desde las aulas e incorporar el Fact- checking incorporar el periodismo de datos que ya existen y otras materias relacionadas que puedan ayudar a que digamos salgan mejores comunicadores y que traten de hacer un uso más responsable de la información con ética y que cada periodista sepa usar su poder no para un beneficio</p>
--	--	--	---

			<p>propio sino para un beneficio del público porque ahí está la esencia del periodismo , nosotros damos un servicio a la sociedad y ese servicio debe llegar en forma clara oportuna y verdadera.</p>
--	--	--	---

UNIDAD TEMATICA 2: DESINFORMACIÓN

DIMENSIÓN O CATEGORÍA 3: DESORDEN INFORMATIVO		Respuestas	
		Yulvitz Quiroz	Leydy Loayza Mendoza
1	<p>¿Cuáles son los principales tipos de desorden informativo posterior que generan desinformación?</p>	<p>Hay muchos medios de comunicación especialmente a través de las redes sociales, que utilizan lo que se conoce como clickbaits la cual busca a través de los titulares llamativos hacer que la gente haga clic. Y cuando se van a leer la noticia la información es muy distinta, resultando ser un contenido engañoso.</p>	<p>Hay muchos propulsores de este tipo de situaciones, empezando por los medios de comunicación, ha habido casos en los que los medios de comunicación de larga data han incurrido en errores y a la vez de réplicas innecesarias de la información falsa,</p> <p>Este tipo de información hace que se confunda al ciudadano y a la persona porque luego se ven imbuidas en una situación muy distinta a la que se buscaba, por eso lamentablemente es difícil de controlar porque tenemos un espectro bastante grande del mundo digital y más que nada también pasa por el propio criterio y el ciudadano que tiene que ser mucho más selectivo con información que escoge y también sean mucho más analítico en información que elige.</p>

ELEMENTOS DEL DESORDEN INFORMATIVO SEGÚN EL AGENTE				
2	<p style="text-align: center;">Redes sociales</p>	<p>¿considera usted, que las redes sociales son el medio en el cual se genera más tráfico de contenido engañoso?</p>	<p>Claro lógicamente cómo te había comentado con anterioridad básicamente la gente está muy concentrada en sus redes sociales, si bien surgen racionalmente estudios en el cual dicen que la gente ya no cree tanto en los mensajes y noticias que se dan a través de las redes sociales, todavía hay un cierto porcentaje enorme de personas que reciben y consumen información a través de estas, prácticamente en Facebook.</p>	<p>Yo diría que un 80 por ciento, básicamente allí es donde encontramos todo tipo de información cada segundo. Es muy grande el universo de cosas que se producen en las redes sociales a diferencia de los medios tradicionales que han bajado muchísimo su impacto, calidad y pertinencia, es por eso que las redes sociales se han convertido en la mayor fuente de información para la gente. Todo se debe a una vida computarizada, hoy en día la vida de las personas gira en torno a su perfil de Facebook, a su cuenta de Instagram, a su tik tok, entonces están cada vez más dominados por una corriente cibernética que no tiene cuando acabar, hay personas que creen que tienen protagonismo y generan corriente de opinión y estas se hacen virales que son replicadas por los</p>

				medios tradicionales.
--	--	--	--	-----------------------

3	<p>¿Por qué creemos tan fácilmente lo que se publica?</p> <p>¿Consideras que, si tuviéramos el conocimiento informático necesario, no caeríamos en el engaño tan fácilmente?</p>	<p>Porque simplemente la gente se ve impactada cuando recibe un titular llamativo, la cual logra ser directamente difundida por las personas y que obviamente caen rotundamente por el simple hecho de querer conocer algo o sobre un determinado hecho, a la gente le gusta siempre algo nuevo algo interesante algo inquietante y eso lamentablemente y más aún esta época de redes sociales hace que la gente se haga más fácil propagarse tipo de información. No es por tener el conocimiento informático necesario, es porque simplemente caemos muy fácil en lo que es y en lo que consideramos interesante, porque el conocimiento informático abarca en que la gente conozca sobre diversos temas y en el uso adecuado de medios digitales, el hecho de que una persona tenga el conocimiento necesario no quiere decir que no va a caer en este tipo de noticias. Si fuera así, todos los ingenieros informáticos e ingenieros de sistemas serían personas muy informadas y no caerían rotundamente en esta situación, pero que tenga conocimiento sobre informática no quita que pueda caer en este engaño.</p>	<p>Porque no leemos, no investigamos, porque en realidad es mucho más fácil copiar y pegar que tomarse el trabajo de averiguar si esta información es verdadera o no, estamos siempre sujetos a la inmediatez que es parte de este mundo digital y eso es mucho más fácil que sentarse a pensar. Vivimos en una sociedad analítica que desconfía de sí misma, somos tan inmediatezados con la información, que simplemente con un clic creemos que generamos impacto en la gente sin importarnos que podría tener consecuencias, cualquier tipo de información tiene que pasar por un filtro, tiene que ser verificada porque siempre vamos a estar sujetos al error mientras no tengamos eso como principio.</p>
---	--	--	---

				<p>Si, porque si tuviéramos el conocimiento sería mucho más sencillo, recuerdo que hicimos una capacitación sobre las fake news, y el expositor nos ponía los links a los cuales podíamos acceder para verificar la información, muchos se quedaron sorprendidos porque no sabían que existían este tipo de web de verificación, creo que existen herramientas digitales que nos podrían ayudar, sobre todo a los medios digitales.</p>
4	Televisión	<p>¿Crees que la televisión como agente informativo ayude a que este tipo de noticias se propague con facilidad?</p>	<p>Si, algunos medios de comunicación consideran que ciertas noticias son importantes y relevantes e inmediatamente buscan transmitirlo al público para dar la conocida primicia, luego, con el transcurrir del tiempo, resulta que dicha primicia era una noticia falsa, como son los casos de que ciertas personas “famosas” han fallecido. Lógicamente los medios de comunicación analógicos como la radio y la televisión han caído en este error debido a que estas noticias se propagan rápidamente en las redes sociales, obviamente esto se debe a una escasa investigación o a propósito. También muchas veces los medios de comunicación por un interés político caen en el problema de la desinformación</p>	<p>La televisión muchas veces ha caído en este tipo de cosas , antes con la familia nos reuníamos para ver un programa dominical y esto impactaba porque teníamos un trabajo de investigación bien elaborado y de gran presupuesto sin embargo hoy en día se está perdiendo, solo vemos el ridículo que hacen algunos conductores, esto se debe a la falta de experiencia y poca capacidad de análisis y criterio, entonces</p>

				creo que hemos caído en un retroceso de la prensa peruana y eso necesita ser respaldado por las nuevas generaciones que tengan capacidad y nivel para poder analizar mejor y tener una visión equitativa.
PROPÓSITO DEL DESORDEN INFORMATIVO				

5	¿Cuál es el principal propósito del desorden informativo?	La pregunta sería, qué busca el medio de comunicación, podría ser desestabilizar a un político o quizás a un gobierno, esto puede ser con el interés de generar corriente de opinión o quizás tener mayor audiencia, en el caso de las redes sociales es generar tráfico.	Uno de los principales propósitos es tener alimentando a la sociedad de consumo una sociedad menos informada, menos culta, menos educada, es más fácil dominar a una masa que no genera un criterio propio. Con el fin de llegar a los propósitos que los grandes "líderes" quieren tener, es decir el interés de muchos grupos de poder que quieren tener una sociedad dominada para sus propios intereses que persiguen. .	
6	POLÍTICA	¿con qué propósito se utiliza las fake news en temas de	En la actualidad las noticias falsas abundan y eso de alguna manera u otra genera cierta desinformación, cierto temor, por ver quién candidato es mejor, puede ser de que ya tengas la idea de por quién vas a votar y surgen noticias	Con el propósito de favorecer a un candidato y desmerecer a otro, las fake news pueden generar ciertas alarmas,

		<p>política? y ¿Consideras que este tipo de noticias afectan al momento de tomar decisiones</p>	<p>falsas del candidato opositor, entonces mediante esas noticias falsas, refuerzan tu respuesta. Muchas veces estas noticias no hacen que cambies tu voto, sino que lo refuerces.</p> <p>Esto muchas veces tienen que ver con interés de las personas, por ejemplo en el ámbito político si una noticia falsa, y aun sabiendo que es falsa pero está favor de mi candidato, voy a hacer tendencioso de propagar esas noticias pero si desfavorece a mi candidato entonces busco tratar de eliminarla o en todo caso hacer llegar a mis amistades que esta noticia es falsa para poder bloquearla eso lógicamente es algo tendencioso, muchas veces depende del interés de la persona o un grupo de personas.</p>	<p>manchar honras y destruir a una persona, muchas veces los políticos utilizan las redes sociales para generar corriente de opinión o simplemente para estar en contra o a favor de alguien. Considero que sí, la sociedad todavía no está preparada para tener un pensamiento crítico por eso hay mucha confusión ciudadana, hay pocos niveles de información equitativa, así como un desbalance de información que influye definitivamente.</p>
7	PERSONAL	<p>El desorden informativo en lo personal, causa mucho daño, más aún cuando se trata de difamar a la propia persona ¿Crees que unas de las principales</p>	<p>Uno genera noticias falsas para fomentar una cosa, ensalzar la figura de una persona o en todo caso destruirla, esto puede pasar en cualquier ámbito, no solo en lo personal, sino también en lo social o empresarial, hay empresas que se ven afectadas por una información negativa contra ellas. Por ejemplo, en los tiempos de correo electrónico, donde no existía el Facebook surgió una cadena donde contaban la historia de un trabajador de una empresa de alimentos que tenía una enfermedad (VIH/SIDA) que por odio a la empresa se le ocurrió hacerse un corte y echar su sangre en las latas de bebidas, obviamente fue falso, hubo gente que no le tomo importancia, pero a la vez hubo gente que si</p>	<p>Sí, tenemos una cultura en la cual no existe mucha solidaridad, siempre surgen temas de envidias en las redes sociales, esto es común en los ciudadanos, pero también es parte de una idiosincrasia que viene de una larga data como resentimiento u odio que es parte de la conducta humana. Nos basamos de acorde a las emociones, nos movemos por las emociones, incluso el Facebook está</p>

		causas es la envidia?	se la creyó.	pensado en lo que al ciudadano le sucede diariamente.
8	SALUD	Respecto a temas de salud ¿Cree usted que la publicación sobre las mascarillas que estaban causando muerte por neumonía, causó miedo en la sociedad?	Obviamente, mucha gente creyó en eso, a mucha gente le fastidia y es un poco incómodo, pero más le atribuyó a la responsabilidad de las personas.	Sí, todo lo que tiene que ver con salud en eso en estos últimos tiempos ha sido generador de mucho miedo, mucha angustia en la población precisamente porque no se conocía mucho sobre esta enfermedad, la gente siempre se ha dejado llevar por lo que las corrientes de opinión señalaban y en los propios medios , entonces unos creían una cosa y otros en otra, al final Todos hemos estado como un tubo de ensayo por esta pandemia, entonces esta información si generó este tipo de cosas en la gente

9		<p>¿Consideras que la actual pandemia causada por la covid-19 hizo que la de noticias falsas se propague con más facilidad?</p>	<p>Considero que sí, pero se debió más por ser un tema muy novedoso prácticamente para todo el mundo, donde la gente cayó fácilmente en todo lo que se publicaba. por ejemplo, los videos que se mandaban a través de whatsapp donde el contenido mostraba que mediante antenas se estaba propagando el virus, donde decían que mediante esas antenas nos contagiaban el covid-19 o también hubo gente que se creyó la noticia.</p>	<p>Sí, pero también hay una cuestión de rebeldía en la ciudadanía porque algunas veces mientras más se decía que se queden en la casa, de que tienen que guardar cuarentena parte de la sociedad salían a divertirse o fiestas COVID, entonces no siempre las emociones son de miedo y angustia sino también tenemos emociones de rebeldía.</p>
10	<p>¿Crees que el Fact checking debe ser incorporado como una herramienta básica para mejorar el oficio periodístico?</p>	<p>Uno de los principios básicos de periodismo desde sus comienzos, siempre ha sido verificar la información, no es que se debe incorporar ya debe estar porque es una de las bases del periodismo, el tema en la actualidad es que debido a la abundancia de noticias falsas y desinformación, debe ser más importante el hecho de contratar personas que se encarguen de verificar información, debido a que las herramientas digitales son más instantáneas, es de suma importancia</p>	<p>Estoy completamente de acuerdo, es muy importante incluso debe estar incorporado en la currícula universitaria y además en la currícula escolar, debemos hacer una reestructura total porque no estamos enfrentándonos a una situación que va a</p>	

		que existan personas en el oficio periodístico que se dediquen a verificar rápidamente.	venir en el futuro, sino que ya está pasando en el presente, entonces desde la currícula educativa deberíamos tener información que nos ayude a ser selectivos al momento de elegir nuestro mundo digital , y más aún en las carreras de ciencias de la comunicación que se debe profundizar qué herramientas nos ayude a poder informar de manera correcta.
11	¿Considera que la pandemia ha ayudado a generar interés en la población sobre la verificación de datos ?	No, la gente igual consume lo que los medios de comunicación le dan, muchas personas no se van a dar el tiempo para verificar una noticia. La gente no tiene interés en verificar si la información es cierta o no porque básicamente esa verificación es una labor periodística y no del público.	Sí, hay un sector de la población que se ha vuelto más desconfiada, es decir que de pronto le pasas una noticia y se pregunta si será cierta o no, entonces la pregunta que nos estamos haciendo es también algo positivo de la pandemia porque también está ayudando a que los ciudadanos sean más cuidadosos con la información

12	¿cómo podemos combatir la desinformación o que estrategias	Lo que siempre se recomienda, es que, cuando una noticia se propague inmediatamente lo que tenemos que hacer es poner el titular en un buscador por ejemplo como Google y ver si es el titular aparece, o esperar a que el titular	Debemos fortalecer nuestro pensamiento crítico desde nuestro propio actuar, el hecho de ser ciudadanos no nos da la libertad de
----	--	--	---

	<p>podemos incluir como sociedad para no caer en noticias falsas en las redes sociales?</p>	<p>de una persona o acontecimiento aparezca en algunos medios de comunicación más conocidos o con mayor renombre entonces así de esta manera corroboramos si la información es cierta o no.</p> <p>Otra recomendación es esperar unos 10 a 15 minutos para ver si algún medio de comunicación confirma el dato, porque también está el tema de las primicias entonces puede esperar un tiempo para ver si confirman esa noticia o no.</p> <p>Para los periodistas es tener bastante lectura, conocimiento sobre hechos históricos y lógicamente utilizar su criterio porque esa noticia se va a transmitir a muchas personas entonces debe ser consciente de buscar y averiguar y de esta manera saber si esa información es válida o no y de acuerdo a eso publicarla.</p>	<p>poder informar cosas que no son del todo cierta, debemos tener conciencia y estabilidad ciudadana con el otro, y entender que las redes sociales y las plataformas no son de forma deliberada en la cual podemos poner cosas que se nos ocurra sino también pensar que hay personas que pueden verse afectadas por las cosas que publicamos, sin la necesidad de ser personajes públicos, porque estar en la red ya te convierte en alguien público.</p> <p>Sobre todo, nosotros, en el área del periodismo, debemos tener regla básica el verificar la información en cualquier sentido.</p>
--	---	---	--

Anexo 4. Ficha de observación

Ficha de observación						
Titular de la publicación: “Las Mascarillas están causando muertes por neumonía Bacteriana”						
Fecha: 13 de abril del 2021						
UNIDAD TEMATICA 1: FACT-CHECKING						
Categoría: Tipos de verificación						
Verificación periodística	Verificación colaborativa			Verificación automatizada		
X						
Categoría: Fact- Checker						
Competencias Mediáticas			Alfabetización digital			
La competencia mediática, nos permite desarrollar capacidades suficientes para que las personas interactúen con los medios de una forma libre y creativa,			Leer, investigar, tener juicio crítico para usar con conciencia las diversas herramientas digitales. Para formar una sociedad que investigue y sea capaz de enfrentarse a un entorno de desinformación, en el cual se capaz de detectar, rechazar y combatir la manipulación y los contenidos falsos.			
UNIDAD TEMATICA: DESINFORMACIÓN						
Categoría: Desorden Informativo						
Tipos de desorden informativo						
Sátira o parodia	Contenido engañoso	Contenido impostor	Contenido fabricado	Conexión falsa	Contexto falso	Contenido manipulado
	X					
Tipos de desorden informativo según el agente						
Televisión			Redes Sociales			
			X			
Propósito del desorden informativo						

Político	Personal	Salud
		X

Observaciones: Corregir ortografía, por lo demás el instrumento tiene coherencia.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Mg: Miguel Ángel Lazcano Diaz DNI: 09301791

Especialidad del validador: Periodista y Maestro en Relaciones Públicas.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Fecha: 15 de julio 2021



Firma del Experto Informante.
Especialidad

Anexo 5. Validación de instrumentos a través de juicio de expertos (juez 1).

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Mg: GÑADYS ZOILA FERREYRA UGARTE DNI:10511519

Especialidad del validador: COMUNICADORA SOCIAL

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Fecha: 14/07/2021



Firma del Experto Informante.

Especialidad

Anexo 6. Validación de instrumentos a través de juicio de expertos (juez 2)

Anexo 7. Validación de instrumentos a través de juicio de expertos (juez 3).

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

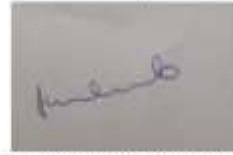
Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Katherine Orbegoso Castillo DNI: 40479590

Especialidad del validador:.....

- *Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- *Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- *Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Fecha: 16/7/2021



Firma del Experto Informante.
Especialidad