



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

Niveles de desinformación del fanpage del diario Trome en vecinos de  
25-35 años Urbanización Ingeniería, SMP, 2020

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**AUTOR:**

Paredes Godos, Gerson Javier (ORCID: 0000-0001-9587-0292)

**ASESOR:**

Mgtr. Montenegro Díaz, Denis José (ORCID: 0000-0001-7448-8051)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

**LIMA - PERÚ  
2020**

## **DEDICATORIA**

A Dios por acompañarme incondicionalmente, a mis padres por todo el apoyo que me dieron durante todo este tiempo, a mis hermanas por las fuerzas que me brindaban para seguir adelante y por motivarme cada día para lograr mi sueño, a mi abuelita, quien en vida me educó con valores y a mi pequeña sobrina que es mi gran motivación.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer a Dios por darme muchas fuerzas para seguir logrando mis sueños, agradezco a mis padres por siempre estar conmigo apoyándome y motivándome frecuentemente, a mis hermanas que me alentaron incondicionalmente, a todos mis amigos que colaboraron conmigo siempre y finalmente, a mi asesor, que con sus indicaciones me permitió llegar hasta aquí, a todos ellos quiero decirles.

¡Muchas Gracias!

## Índice de contenidos

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tablas .....	v
Índice de gráficos y figuras.....	vi
RESUMEN .....	vii
ABSTRACT .....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	4
III. METODOLOGÍA .....	12
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	12
3.2. Variables y operacionalización .....	12
3.3. Población muestra y muestreo .....	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	15
3.5. Procedimientos.....	17
3.6. Método de análisis de datos .....	17
3.7. Aspectos éticos .....	18
IV. RESULTADOS .....	19
V. DISCUSIÓN .....	24
VI. CONCLUSIONES .....	29
VII. RECOMENDACIONES .....	30
REFERENCIAS .....	31
ANEXOS.....	37

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> Datos de los validadores.....	16
<b>Tabla 2</b> Resumen de procesamiento de casos .....	17
<b>Tabla 3</b> Resultados de la variable desinformación.....	19
<b>Tabla 4</b> Resultado de la dimensión discursos que promueven el odio.....	20
<b>Tabla 5</b> Resultados de la dimensión discursos falsos.....	21
<b>Tabla 6</b> Resultados de la dimensión errores informativos no deliberados de medios periodistas .....	22

## Índice de gráficos y figuras

<b>Figura 1</b> Resultados porcentuales de la variable desinformación .....	19
<b>Figura 2</b> Resultados porcentuales de la dimensión discursos que promueven el odio .....	20
<b>Figura 3</b> Resultados Porcentuales de la dimensión discursos falsos.....	21
<b>Figura 4</b> Resultados porcentuales de la dimensión errores informativos no deliberados de medios o periodistas .....	22

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo, determinar los niveles de desinformación del fan page del diario Trome en vecinos de 25-35 años de la Urbanización Ingeniería, en el distrito de San Martín de Porres en Lima, Perú durante el año 2020. El diseño de investigación utilizado fue no experimental, de nivel descriptivo simple, bajo un muestreo no probabilístico por conveniencia, que identificó como criterios de inclusión, a 45 seguidores de dicha fan page que leen o comparten sus publicaciones por redes sociales y residen en este sector. La técnica de recolección de datos fue la encuesta y el instrumento utilizado un cuestionario tipo Likert. Como resultados, se obtuvo un nivel medio de desinformación por discursos que promovieron odio, discursos falsos deliberados y errores informativos no deliberados, concluyendo que, donde las informaciones publicadas, no puedan ser distinguidas como verdaderas o falsas con facilidad por parte de los usuarios, que pudieron derivar en discursos de odio o engaños informativos deliberados, o por omisión involuntaria del medio o el periodista.

**Palabra clave:** Desinformación, discursos, verificación, fan page, noticias.

## ABSTRACT

The objective of this research was to determine the levels of misinformation about the fan page of the newspaper Trome among 25-35 year-old residents of Urbanización Ingeniería, in the district of San Martín de Porres in Lima, Peru, during the year 2020. The research design used was non-experimental, simple descriptive level, under a non-probabilistic sampling by convenience, which identified as inclusion criteria, 45 followers of this fan page who read or share their publications through social networks and reside in this sector. The data collection technique was the survey and the instrument used was a Likert-type questionnaire. As results, an average level of disinformation was obtained for hate speeches, deliberate false speeches and non-deliberate informative errors, concluding that, where the information published cannot be easily distinguished as true or false by the users, it could lead to hate speeches or deliberate informative deceptions, or by involuntary omission of the media or the journalist.

**Keyword:** Disinformation, speeches, verification, fan page, news.



## **I. INTRODUCCIÓN**

En tiempos actuales, la desinformación se constituye como una problemática que afecta la credibilidad de las noticias e informaciones que difunden los medios de comunicación en sociedad; situación que se ha masificado, a través de las redes sociales, cuyos usuarios a nivel mundial difunden contenidos cuyas fuentes de información no han sido debidamente verificadas o se dirigen de forma tendenciosa para inducir a error. Las noticias falsas o “fake news”, no provienen de fuente informativas formales o institucionales, cuya procedencia es cuestionable y va generando suspicacias en el público que accede a ellas, a través de páginas webs, redes sociales o servicios de noticias en internet, careciendo de tratamiento informativo en sus contenidos, que se complementan con imágenes manipuladas o tendenciosas.

Las redes sociales como Facebook, han constituido así en el caldo de cultivo perfecto para la propagación de noticias falsas por parte de las personas inescrupulosas, que el público y en algunas ocasiones los medios de comunicación, han llegado a replicar, sin corroborar el origen de la fuente informativa de donde procede, en su afán de informar al público y ganando la primicia, pero incurriendo en el error de caer en la desinformación. En el Perú, la fan page del diario Trome, perteneciente a la Empresa Editora El Comercio S.A, cuenta con más de 1´200, 000 seguidores (Trome, 2020), constituyéndose como un sitio web de noticias que cuenta con un gran número de lectores a nivel de América Latina, pero que, sin embargo, ha tenido que enfrentar el problema de la desinformación, como una situación recurrente y que ha conllevado a emplear filtros de control de la información como el fact checking; principalmente a inicios del 2020 con la llegada de la pandemia, donde la desinformación alcanzó un punto crítico, diseminando informaciones falsas, referentes a muertes de personas por las calles, ocasionadas por COVID-19, que ayudaron a proliferar rumores y trascendidos no confirmados por fuentes oficiales que el público tomaba como ciertas.

En entrevista realizada a Carlos Lázaro Odría, Redactor Senior de Zona Deportiva del Grupo El Comercio, la fan page del diario Trome, evidencia algunos problemas como la inmediatez informativa y la escasez de filtros entre el editor y subeditor para el número de publicaciones al día, que se presentan en esta plataforma informativa,

pudiendo constituirse como eventuales de porque, notas periodísticas ya publicadas en esta fan page, hayan sido retiradas posteriormente, haciendo que, el hipervínculo creado deje de permitir acceso a la información al usuario (Paredes, 2020). Según Lázaro, un medio periodístico debería evitar incurrir en este tipo de prácticas y más bien, aplicar mayores filtros de control informativo; pero que, en el caso de la fan page del diario Trome no se presenta debidamente, como si sucede con otros medios de esta casa editora, como El Comercio o Gestión.

Cabe destacar que esta desinformación, ha podido desencadenar en la sociedad peruana, situaciones que promuevan discursos de odio, confrontaciones, informaciones tendenciosas, rumores que han alimentado falsas esperanzas, o datos no corroborados que han inducido a error a los periodistas, omitiendo cifras reales o verídicas o aventurarse a replicar deliberadamente una información por ganar una primicia, sin comprobar su autenticidad. En el caso de Facebook, entre enero y marzo del 2020, se anunció la eliminación de más de un millón de cuentas falsas, así como de millones de discursos de odio, contenidos sexuales, mensajes con violencia gráfica, de acoso a personas e informaciones tendenciosas, referentes a la lucha contra el COVID-19 (Andina, 2020). De ahí que, la proliferación de noticias falsas a nivel mundial durante la pandemia, fue motivo y razón principal para que gobiernos de todo el mundo, propiciaran iniciativas legales para combatir este problema. En países de América latina, destacaron once leyes y proyectos que tipificaron la práctica de la desinformación como delitos que implicaron multas, cárcel y censura de la información falsa, ante la oposición de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) que cuestionaba estas iniciativas que iban en contra del periodismo de investigación o neutralizar las voces opositoras a regímenes políticos. (Lubianco, 2018)

El problema general en esta investigación ha sido, determinar el nivel de desinformación del fan page del diario Trome en vecinos de 25-35 años Urbanización Ingeniería, San Martín de Porres, 2020. Su desarrollo se justifica desde cuatro ámbitos; en lo social, como una preocupación acerca del problema de la desinformación por noticias falsas en redes sociales como Facebook, donde cómo se ha llegado a señalar, existe una cantidad imprecisable de cuentas falsas e informaciones tendenciosas, creadas con fines maliciosos para engañar, confundir a la población o desviar el interés del foco de atención de la opinión pública. En el

aspecto práctico, genera una contribución social para la sensibilización del problema de la desinformación y las noticias falsas en redes sociales, particularmente Facebook, a través de los contenidos publicados en algunas fanpage, que en determinadas situaciones y sobre todo, durante la pandemia, no llegaron a corroborar debidamente la autenticidad y procedencia de sus fuentes de información, antes de publicar una noticia. En el aspecto metodológico, aportó con la elaboración de un cuestionario politómico bajo escala tipo Likert, que fue validado por expertos, conteniendo un conjunto de ítems para medir la desinformación.

El objetivo general fue, determinar el nivel de desinformación del fan page del diario Trome en vecinos de 25-35 años Urbanización Ingeniería, San Martín de Porres, 2020, y como objetivos específicos se tuvo; describir la percepción de los discursos de odio en el fan page del diario Trome en vecinos de 25-35 años Urbanización Ingeniería, San Martín de Porres, 2020; Describir la percepción de los discursos falsos deliberados en el fan page del diario Trome en vecinos de 25-35 años Urbanización Ingeniería, San Martín de Porres, 2020; y, señalar la percepción de los errores informativos no deliberados de medios o periodistas en el fan page del diario Trome en vecinos de 25-35 años Urbanización Ingeniería, San Martín de Porres, 2020.

## II. MARCO TEÓRICO

Gutiérrez-Coba, Coba-Gutiérrez y Gómez-Díaz (2020), desarrollaron una investigación cuyo objetivo fue, desarrollar un análisis comparativo sobre 371 noticias falsas verificadas por factcheckers en seis países iberoamericanos, en torno a la desinformación sobre el Covid-19, las que se clasificaron como bulos según su intencionalidad y otras variables. Como resultados, se obtuvo que, los bulos se encontraron dirigidos con una intencionalidad sobre temas ideológicos, así como por anuncios falsos de organizaciones o personajes públicos, que provenían de contenidos fabricados para engañar. Entre sus conclusiones, se estableció que, la desinformación generaba manipulación y filtraje sobre coincidencias ideológicas y emocionales, con presencia de bulos transnacionales, a la luz del análisis de la teoría de la manipulación de la información, centrada en la comprensión sobre la fabricación de desinformación.

Del Hoyo-Hurtado, García-Galera & Blanco-Alfonso (2020), realizaron un análisis acerca de la correlación entre la desinformación y la erosión de la credibilidad periodística en los medios, a partir de desórdenes informativos y la producción de noticias, mediante un diseño de investigación de estudio de caso de un reportaje publicado en una sección de crónicas del diario El Mundo de España. En tal sentido, se pudo analizar las diversas formas que la prensa adopta para desinformar y como su credibilidad tiende a verse afectada, al margen de lo que sucede en redes sociales, concluyendo que, este reportaje, cumplió una función persuasiva a través de la interpretación de datos biográficos sesgados y la especulación por medio de deducciones o cuestiones subjetivas que se encargaron de distorsionar la realidad, desde la mezcla de informaciones verdaderas y falsas y escasas referencias en torno a las fuentes, con identidades no comprobadas.

Pérez (2020), desarrollan una investigación cuyo objetivo fue, como identificar la percepción informativa de usuarios de la página de Facebook Noticias Tumbes, durante el período mayo – julio, 2020, para obtener el título de Licenciado en Ciencias de la comunicación. Se trató de un estudio cuantitativo, de diseño no experimental y nivel descriptivo de cohorte transversal prospectivo, que aplicó un cuestionario a 60 usuarios de un segmento etario comprendido entre 20 a 45 años de esta fan page.

Como resultados, se obtuvo que, un 57% percibió las informaciones difundidas como regulares, frente a un 25% y 17% que las llegó a percibir como malo y bueno, respectivamente, concluyendo que, el nivel de percepción del contenido informativo de este sitio digital de noticias en Facebook no fue significativo en estos usuarios.

Pohjonen (2019), desarrolló un enfoque comparativo acerca de los discursos de odio en redes sociales como comentarios en medios en Etiopía y Finlandia, a través de dos perspectivas; la primera, en relación a la aproximación del discurso de odio, desde aspectos controvertidos que se difundían en redes sociales, y segundo; desde el distanciamiento que debiera darse entre la investigación y dichas controversias en línea, que propician debates y un incremento de los discursos de odio a nivel mundial. Se concluyó que, a partir de este análisis comparativo, se amplió la base de los conceptos acerca de los discursos de odio desde los grupos de inmigrantes en Finlandia que coadyuvaron a establecer una buena comprensión de los aspectos sociales y políticos, así como de las posiciones antagónicas que las propiciaban por medio de debates mordaces.

Ben-David & Matamoros Fernández (2016), desarrollaron un estudio que emprendió un seguimiento de páginas de Facebook de dos partidos políticos de derecha radical en España, a fin de determinar como la incitación al odio y la discriminación encubierta, se propagaron bajo el uso de esta red social, más allá de su política de censura contra los discursos de odio. Como resultado, se descubrió que, estos partidos políticos españoles, implicaron la discriminación en forma abierta, incitando a sus seguidores a ejercer discursos de odio por medio de comentarios; concluyendo que, este tipo de prácticas encubiertas desde la interacción entre usuarios por Facebook, han fomentado el llamado a la acción violenta, trasgrediendo sus normas de respeto y convivencia comunitaria, alejado de discursos de odio, motivando en contraparte que, se produzca un aumento de la discriminación contra inmigrantes.

García, Sousa y Li-Chang (2019), presentaron una investigación acerca del consumo de noticias y percepción de fake news entre jóvenes estudiantes de Comunicación de Brasil, España y Portugal. Contó con un diseño exploratorio, cuantitativo, empleando un cuestionario para la recolección de datos entre los alumnos universitarios matriculados en el área de Comunicación de las universidades Federal do Maranhão,

Rey Juan Carlos y Fernando Pessoa. Presentó una muestra no probabilística por conveniencia de 300 estudiantes de 18 a 24 años, concluyendo que, el 94% de los estudiantes, optó por los medios digitales para informarse, mientras que el 63%, no cotejó si las noticias leídas resultaban ser falsas.

Nurik (2019), presentó una investigación cuyo objetivo fue, describir algunos casos de censura de género en Facebook, desde experiencias de mujeres que manifestaron discursos de odio contra varones, buscando conocer, como la autoregulación podía estar presente bajo las normas y estándares de conductas comunitarias establecidas. Como resultado, se evidenció que, la moderación del contenido y los procesos seguidos en Facebook, no suelen ser claros, tienden a ser subjetivos y generar discriminación en contra de las mujeres, concluyendo sobre la presencia operativa de dos tipos de censura en esta red social, que limita la potencialidad expresiva, en forma explícita; a través de exhibiciones limitadas del cuerpo; y de manera implícita; desde la propagación de discursos de odio que buscaban callar a las mujeres, revelando algunos engaños en cuanto a la autorregulación por priorizar cuestiones lucrativas sobre la protección de sus usuarios.

Wenzel (2019), analizó las noticias falsas y la ambigüedad, desde el contexto de las elecciones presidenciales en los Estados Unidos en 2016, con el objetivo de examinar la forma como las audiencias hacían frente a la ambigüedad generalizada al navegar en medio de una gran concentración informativa distribuida en redes sociales. Utilizando un marco metodológico de ecología de la comunicación, estas audiencias fueron examinadas en 13 grupos focales en cuatro regiones de EE. UU, a fin de conocer sus hábitos de buscar noticias en redes sociales, obteniendo como resultados que, estas personas alternaban prácticas de verificar informaciones y desconectarse de las noticias, para evitar el estrés y la ambigüedad informativa, adaptando recursos de comunicación en un contexto político determinado que conllevó a denunciar noticias falsas. Concluyó que, los medios políticamente fragmentados, fueron etiquetados como "falsos", propiciando un mayor clima de incertidumbre que limitaba una adecuada construcción de la confianza entre el público.

Palau-Sampio (2018), analiza algunas iniciativas de fact-checking en nueve países latinoamericanos desde 2010, con el objetivo de verificar si el discurso público en la

difusión de noticias falsas, mellaba en una pérdida de credibilidad en estos medios, a la luz de un enfoque de investigación mixto que examinó las temáticas y actores públicos en el escenario de la agenda sociopolítica. Como resultado, se identificó que, estas plataformas presentaban dos de diez chequeos de noticias como verdaderos, presentando imprecisiones en sus contenidos, concluyendo que, se presentaron diferencias en las verificaciones de los medios analizados, al momento de presentar resultados, con respecto al número de fuentes, expertos, recursos audiovisuales y la interacción con los lectores, teniendo como referente a la plataforma argentina Chequeando.

Seargeant y Tagg (2018), presentaron una investigación, cuyo objetivo estuvo centrado en recopilar y examinar información en torno a un proyecto de dos años de duración, para explorar acciones acerca del efecto de burbuja de filtro en Facebook, desarrollando sugerencias orientadas para otorgar el mejor uso de esta plataforma, dirigido a promover la discusión de ideas y opiniones. Como resultados, se identificó que, las estrategias que empleaban los usuarios para navegar y buscar información, contribuyeron a polarizar el debate, al emplearse como un espacio de comunicación para compartir noticias y opiniones con puntos de vista políticos, al tiempo que, las formas en que los participantes respondían a ofensas no intencionales, mostraron comportamientos comunicativos, caracterizado por interacciones en Facebook que evitaban conflictos deliberados, debido a los mayores intentos por navegar y gestionar las relaciones sociales en línea.

Mayoral, Parrat y Morata (2019), analizaron la desinformación y manipulación de noticias falsas, desde una perspectiva histórica socioprofesional y tecnológica que determina su rápida difusión y propagación, derivando en una pérdida de la credibilidad periodística. Entre sus resultados, se demostró que, la rigurosidad del periodismo informativo ha supuesto en sí, una anomalía histórica, a partir de los intereses ideológicos y comerciales que se imponen por encima de las prácticas periodísticas convencionales, concluyendo que, existe una relación directa entre la desinformación por “Fake news” y la falta de credibilidad, como producto de un déficit del profesionalismo periodístico, caracterizado por la escasa verificación y comprobación de fuentes informativas, que derivaron en el extravío de la confianza social en los medios y en los periodistas.

Nah y Craft (2019), analizan la anulación en la publicación de noticias en EE. UU, desde los discursos de periodistas estadounidenses y surcoreanos, comparadas como prácticas voluntarias, que respondieron a solicitudes de anulación de publicación por parte de estos periodistas. Entre sus resultados, se encontró que, este fenómeno se hallaba asociado con la discusión de la privacidad individual que debía establecerse para el control de los datos personales y su reputación, concluyendo que, los periodistas estadounidenses, manifestaron discursos prevalentes con la autonomía periodística o la intimidad, como un interés individual que justificaba sus solicitudes de anulación de una publicación; mientras que, en el discurso de los periodistas surcoreanos, esta misma práctica resultaba bastante común, a solicitud de las élites políticas, gubernamentales y empresariales, que evidenció, una diferencia en cuanto a la percepción de la cultura y valores que motivaban a solicitar anulación de las publicaciones por parte de estos periodistas.

Díaz-Galaz y López Portuguez (2016), exploran la omisión en interpretación simultánea, como fallo involuntario o estrategia comunicativa, a partir de los factores cognitivo-discursivos que interactúan de manera relacionada. Entre sus resultados, se reconocieron las causas de la interrupción involuntaria que conduce a la pérdida de información, y la omisión informativa como decisión estratégica de cada interprete, concluyendo que, se atribuyeron algunas de estas omisiones, fueron atribuidas al proceso de percepción / decodificación de palabras.

En cuanto a las bases teóricas, el presente estudio se ha ceñido a la revisión de los fundamentos de la Teoría 2 de la Manipulación de la Información (IMT2), planteada por McCornack, en 1992, que involucra el engaño con la desinformación y la producción del discurso, basada en una dicotomía categórica estructurada en dos tipos de mensajes; una mentira enfrentada (BFL) y una verdad descarada (BFT), que evolucionó en 2012 a una propuesta teórica mejorada sobre cuatro supuestos; 1) la complejidad situacional afrontada por el comunicador; 2) comparar mensajes de mentira enfrentada y verdad descarada, para producir lo primero, 3) la construcción de la mentira enfrentada para engañar a priori; y 4) el mensaje verbal que proviene de la mentira enfrentada, que deriva en conductas no verbales (McCornack, et al, 2014). En la producción de estos discursos por engaño y sus implicaciones, según Zipf (1949, como se citó en McCornack, et al, 2014), se destaca la ubicuidad, en relación a la



verdad y el contexto donde se desarrolla para demostrar eficiencia cognitiva, así como la fricción de distancia para la construcción de mentiras en la búsqueda de información.

Complementariamente, se ha tomado como referente, las diez estrategias de manipulación mediática señaladas por Noam Chomsky, que describen un conjunto de precisiones que han caracterizado a las masas sociales como controlables y manipulables, a través de la información acerca de hechos y situaciones, que permitan generar distracción, mantener públicos ignorantes o bajo estados de mediocridad y autculpabilidad, con una alta incapacidad para razonar y tomar decisiones convenientes (Chomsky, como se citó en Katz, 2012). Egelhofer y Lecheler (2019).

De la Varga (2019), refiere que, las noticias falsas, pueden derivar en consecuencias que han contribuido con un propósito negativo, al informar hechos falsos como si fueran verdaderos para confundir y engañar al público. Ante ello, la International Federation of Journalists (2018), publicó una guía que señala que, la posición actual del periodismo ante este fenómeno, ha conducido a alentar un estado de ignorancia informativa en redes sociales con consecuencias negativas, donde la realidad tiende a ser percibida para alcanzar beneficios particulares (Olmo y Romero, 2019).

Según Corner (2017, como se citó en Rodríguez, 2019), las noticias falsas tienen diversas motivaciones, con el fin básico de confundir a la población, repitiendo constantemente mentiras que pueden convertirse en "verdad" desde la percepción de las personas y que persiguen fines políticos, comerciales y personales. Para Allcott, et al (2019), todo proceso político, se ha caracterizado por registrar un historial de desinformación en redes sociales y generar percepciones erróneas en la población. En tal sentido, los procedimientos más utilizados en la manipulación informativa han sido, satanizar, empañar, ocultismo, hipótesis, ficción, falsedad, olvidar, entre otros, (López, 2015), donde actores políticos y sociales, han manejado la opinión del colectivo bajo estas características. Con ello, puede afirmarse que, existen muchas formas de deformar, ocultar o manejar la información para transformarla a conveniencia del autor; incluso, sin tener que llegar a la mentira propiamente dicha.

Así mismo, Molina, et al (2020), identificaron siete tipos diferentes de contenido en línea bajo la etiqueta de "noticias falsas" (noticias falsas, contenido polarizado, sátira,

informes erróneos, comentarios, información persuasiva y periodismo ciudadano), ligado a una taxonomía de indicadores en cuatro núcleos, como el mensaje, fuente, estructura y red. Para Orso, et al (2020), el uso de algunos términos técnicos puede resultar clave para determinar la confiabilidad de las fuentes de ciertas noticias, aludiendo al hecho que, la actual paranoia social y desconfianza hacia la información, a consecuencia de este problema, no puede ser razón para dudar de la autenticidad de todas las noticias que aparecen publicadas en los medios, sobre todo, si se ha comprobado la veracidad del hecho informado.

Asimismo, se hace referencia a la teoría de la conspiración sustentada por Egelhofer y Lecheler (2019), señalando que, la percepción de un modelo ilusorio es un factor cognoscitivo esencial de los juicios y opiniones de la sociedad, donde los rumores y las teorías de la conspiración se ubican en el contexto de las noticias falsas, al no hallarse respaldadas por evidencias disponibles, conllevando en ocasiones a observar vínculos entre sucesos que realmente no existen o no están a la vista. Según Bosca (2017), la teoría de la conspiración es la fabricación de situaciones y sucesos de la realidad mezclados con explicaciones imaginarias de naturaleza extrema e injusta, que ofrecen desenlaces asentados en pensamientos cegados y engañosos con relación a ciertos acontecimientos.

Por su parte Sánchez (2018), se refiere a las elucidaciones imaginativas o exageradas que los individuos suelen escoger, creando un espejismo y utopía de realidades verdaderas que se apoyan en explicaciones razonadas. De este modo, las teorías conspirativas e informaciones falsas que pregonan verdad, a través de las redes sociales, han podido observarse en medios de comunicación, líderes políticos e individuos confabulados, denominado como posverdad nacional y del mundo, al confundir y crear dudas manipulan más fácilmente a las masas (Rey, 2019). En esta lid, Ireton (2018), señala como características de la desinformación, la movilización y manipulación informativa, conllevando a que, en el periodismo, se establezcan estándares para que las noticias representen un género basado en reglas particulares de integridad.

A partir de la investigación de Corner (2017, como se citó en Rodríguez, 2019), la desinformación como variable, permitió estudiarse sobre cuatro ámbitos. En primer

lugar, con aquellos discursos que promueven el odio; toda vez que su contenido informativo, ha buscado desestabilizar, manipular, exaltar y confrontar a las personas, a partir de disertaciones provocadoras, generando animadversión a un grupo de personas, gobierno o entidad; en segundo lugar, a través de discursos falsos deliberados, que promueven la difusión de información que muestran una clara intencionalidad de distorsionar la realidad entre los lectores para generar confusión bajo consignas o intereses particulares, generando rumores, trascendidos o falsas esperanzas, por informaciones que se deslizan sin fundamentos concretos o fuentes reales u oficiales o que no han sido verificadas; y tercero, por errores de omisión, que no necesariamente resulten deliberados, pero que aluden a una falta de profesionalismo y cuidado de los redactores y editores al no corroborar su veracidad antes de publicarlas, o pasar por alto datos de sumo valor en la información, alterando el sentido de lo que busca darse a conocer al público.

### **III. METODOLOGÍA**

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

##### **Tipo de investigación**

La investigación fue descriptiva ya que se limitó a deducir el fenómeno de la desinformación en el fan page del diario Trome. Según Guerrero y Guerrero (2014) “los estudios descriptivos son la forma más común de investigar y también la más práctica, aunque no profundiza en el problema, sólo la explora y hace inferencias posteriores a los resultados”.

##### **Diseño de investigación**

El diseño correspondió al no experimental. Para Baas, Barceló y Herrera (2012), “el investigador no manipula las variables de estudio, solo observar cambios y efectos primarios en el fenómeno analizado”.

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

##### **Definición conceptual - variable desinformación**

Rodríguez (2019, como se citó en Corner, 2017), la desinformación con las noticias falsas tiene diversas motivaciones, y que su fin básico es confundir a la población, ya que una mentira al ser repetida constantemente puede convertirse en una “verdad” en la percepción de las personas, estas noticias falsas, pueden tener fines políticos, comerciales y personales.

##### **Definición operacional – variable desinformación**

A partir de la definición conceptual sentada por Rodríguez (2019, como se citó en Corner, 2017), se operacionalizó la desinformación fue operacionalizada en tres dimensiones; discursos que promueven el odio, discursos falsos y errores informativos no deliberados de medios o periodistas, con un conjunto de indicadores que se muestran en una matriz operacional (Ver anexo 1).

## Indicadores

<b>Discursos que promueven el odio</b>	<b>Discursos falsos</b>	<b>Errores informativos no deliberados de medios o periodistas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Generar animadversión</li><li>• Fomentar el miedo</li><li>• Contenido provocador</li><li>• Discurso confrontacional</li><li>• Contenido xenofóbico</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Información distorsionada</li><li>• Provoca confusión</li><li>• Contenido sin evidencia oficial</li><li>• Percepciones personales</li><li>• Rumores</li><li>• Falsas esperanzas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Noticias sin comprobar</li><li>• Errores de omisión</li><li>• Falta de profesionalismo en los redactores</li><li>• Noticias replicadas sin contrastar sin verificar su veracidad</li></ul>

## Escala de medición

Ordinal

### 3.3. Población muestra y muestreo

La población fue finita y estuvo conformada por 19, 283 vecinos de la Urbanización Ingeniería, en el distrito de San Martín de Porres, Lima, Perú. (INEI, 2018). Al respecto, Otzen y Manterola (2017), definen la población de estudio o población accesible como el grupo de sujetos que pertenecen a la población blanco, que están disponibles para la investigación.

Para Cabezas et al (2018), una población finita agrupa aquellos conglomerados de personas que se encuentran pre establecidos en base al número de participantes, inmersos en el universo de estudio, del que se conoce con precisión la cantidad de miembros que la integran y se cuenta con un registro documental de su composición.

## **Muestra**

Para la obtención de la muestra finita, se empleó una fórmula de cálculo estadístico con un valor de confianza al 95%, obteniendo la cantidad de 446 individuos de la población mencionada.

## **Muestreo**

Se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, compuesto por 45 de los 446 vecinos de la Urbanización Ingeniería en el distrito de San Martín de Porres, en virtud a que, el rango de usuarios de la fan page del diario Trome en este sector residencial no resultó muy amplio, desde la información recolectada por el investigador, mediante encuesta virtual. Según Otzen y Manterola (2017), el muestreo por conveniencia, es aquel que permite la selección de aquellos casos accesibles que deseen y acepten ser incluidos. Esto, fundamentado en que los sujetos estudiados poseen una proximidad y accesibilidad con el investigador. Asimismo, Son las muestras seleccionadas dada la accesibilidad del investigador, dando la oportunidad de obtener información de manera más rápida y económica (Tamayo, 2001).

## **Criterio de inclusión**

Usuarios de la fan page del diario Trome:

- Residentes en la Urbanización Ingeniería, en el distrito de San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Que interactúen y compartan sus contenidos con otros usuarios, a través de teléfonos móviles.
- Hombres y mujeres con edades entre 25-35 años.

Para el criterio de inclusión del parámetro de la edad de usuarios, comprendido entre 25 a 35 años, Martínez, et al (2019), sostienen que, la interacción y el consumo de noticias en jóvenes entre edades de 25 a 35 años, llamados "millenials", se produce al utilizar los medios móviles y está condicionado por la presencia de publicidad, así como por la preocupación de su privacidad.

### **Criterio de exclusión**

Usuarios de la fan page del diario Trome:

- Que no residan en la Urbanización Ingeniería, en el distrito de San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Que interactúen y compartan sus contenidos con otros usuarios, por otros dispositivos que no sean teléfonos móviles.
- Hombres y mujeres menores de 25 años y mayores de 35 años.

### **Unidad de análisis**

45 vecinos de la Urbanización Ingeniería en el distrito de San Martín de Porres, usuarios de la fan page del diario Trome.

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

### **Técnica**

La técnica en la presente investigación correspondió a la encuesta, la cual ayudó a recabar la opinión de la muestra seleccionada respecto a la percepción de la desinformación. Según Bernal (2014), la encuesta es uno de las técnicas de mayor uso por los investigadores, ya que permite recabar información de forma directa, brindando respuestas del problema que se está investigando.

### **Instrumento**

El instrumento utilizado fue el cuestionario politómico, conformado por 20 preguntas con alternativas cerradas, bajo escala tipo Likert. Para Bernal (2014), el cuestionario corresponde al instrumento de la encuesta, esta debe estar diseñada acorde a los objetivos de la investigación, suelen presentar con alternativas, ya cerradas o abiertas, y responden a indicadores previamente identificados.

### **Validación**

Para la validez del instrumento, se recurrió al juicio de expertos con tres especialistas, dentro de la temática investigada, conformado por, Mgtr. Wilder Emilio Moreno López, Mgtr. Enrique Oliveros Margall y Mgtr. José Pérez Terrones

(Ver tabla 1). De este modo, la evaluación del instrumento que se sometió a juicio por criterio subjetivo de estos expertos, obtuvo un resultado ponderado de 91% en cuanto al índice de validez, obtenido mediante coeficiente V de Aiken.

**Tabla 1**

*Datos de los validadores*

Apellidos y nombres del validador	Grado académico como Magister del validador (Registrado en SUNEDU)	Experiencia profesional que acredita al validador como experto en el tema investigado
Wilder Emilio Moreno López	Maestro en Comunicación Social, egresado de la UNMSM	Experiencia como docente en comunicación social
Enrique Oliveros Margall	Maestro Docencia y gestión universitaria, egresado de la Universidad Marcelino Champagnat	Experiencia como docente en periodismo
José Pérez Terrones	Maestro en periodismo, egresado de la Universidad Particular de San Martín de Porres	Experiencia como docente en periodismo

Fuente: SUNEDU

**Confiabilidad**

La confiabilidad se obtuvo, a través del coeficiente estadístico Alfa de Cronbach, alcanzando un valor de 0.988, mediante una prueba piloto desarrollada con 10 individuos de la población estudiada, cuyos datos fueron codificados mediante una matriz en Excel y posteriormente procesados con ayuda del paquete estadístico SPSS. Al respecto, George y Mallery (2003, p. 231), sostienen que, para que una confiabilidad mayor a 0,9 resulta excelente, mientras que si es menor a 0,5 es inaceptable. En base a este criterio, el nivel de confiabilidad del instrumento elaborado para la presente investigación, cumple con las características necesarias para su aplicación.



**Tabla 2***Resumen de procesamiento de casos*

		N	%
Casos	Válido	10	100.0
	Excluido <sup>a</sup>	0	.0
	Total	10	100.0

Fuente: SPSS

**Tabla 3***Confiabilidad del instrumento*

Alfa de Cronbach	N de elemento
,988	20

Fuente: SPSS

### 3.5. Procedimientos

Para la recolección de la información, el investigador estableció contactos preliminares con un grupo de Facebook llamado "Vecinos de ingeniería SMP", a fin de indagar entre sus participantes, si eran usuarios de la fan page del diario el Trome, de los cuales, 45 de ellos confirmaron de manera afirmativa. El acopio de la información personal de estos individuos para la conformación del muestreo no probabilístico por conveniencia, entre documento de identidad, correo, edad y dirección en la Urbanización Ingeniería, se recolectaron entre el 11 y 13 de octubre del 2020, a través de una base de datos que quedó bajo custodia y reserva del investigador.

### 3.6. Método de análisis de datos

Para la presentación de los resultados, se efectuó una baremación de los indicadores del instrumento en tres niveles; bajo, medio y alto, a través de una matriz de datos, cuya información fue exportada al programa SPSS versión 25, para la generación de las tablas y gráficas de distribución de frecuencias por objetivos de investigación, cuyos resultados por niveles sobre la desinformación en la fan page del diario Trome, se expresaron en porcentajes, desde el uso de la estadística descriptiva.

### **3.7. Aspectos éticos**

La investigación hizo un estricto respeto a los derechos de autor de las publicaciones consultadas, presentando citas y referencias bajo el uso de la normativa de la American Psychological Association (APA), séptima edición. Del mismo modo, se sujetó a los reglamentos éticos estipulados por la Universidad César Vallejo, evitando cualquier tipo de plagio informativo o falsedad genérica en los datos presentados como resultados del presente trabajo de investigación. A partir de los principios éticos de beneficencia, no maleficencia, autonomía y justicia, estos resultados expresaron la opinión de los encuestados de manera fidedigna, sin que estos fueran manipulados o modificados luego de su recolección durante la coyuntura del COVID-19.

#### IV. RESULTADOS

**Tabla 3**

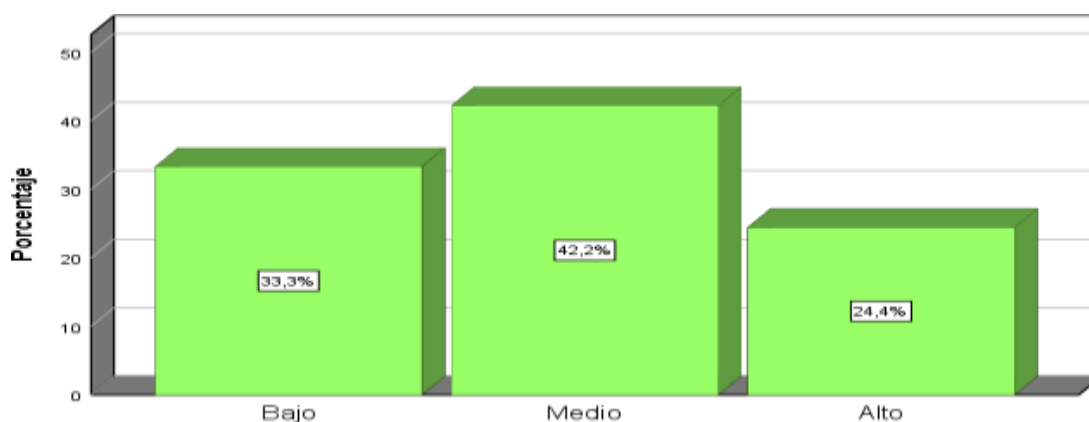
*Resultados de la variable desinformación*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	15	33,3	33,3	33,3
	Medio	19	42,2	42,2	75,6
	Alto	11	24,4	24,4	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

**Figura 1**

*Resultados porcentuales de la variable desinformación*



Fuente: SPSS

De acuerdo al resultado obtenido en la tabla 3 y figura 1 para el objetivo general, determinar el nivel de desinformación del fan page del diario Trome en vecinos de 25-35 años Urbanización Ingeniería, SMP, 2020, se estableció que un 42.2% de encuestados, consideraron un nivel medio de desinformación de esta fan page, frente a un 33.3% y 24.4% de encuestados que percibieron un nivel bajo y alto de desinformación, respectivamente, concluyendo que, no todas las noticias publicadas en esta plataforma digital informativa se percibieron como veraces o contrastadas, antes de emitir las, motivando algunos discursos de odio, discursos falsos y/o errores informativos no deliberados de medios por parte de periodistas.

**Tabla 4**

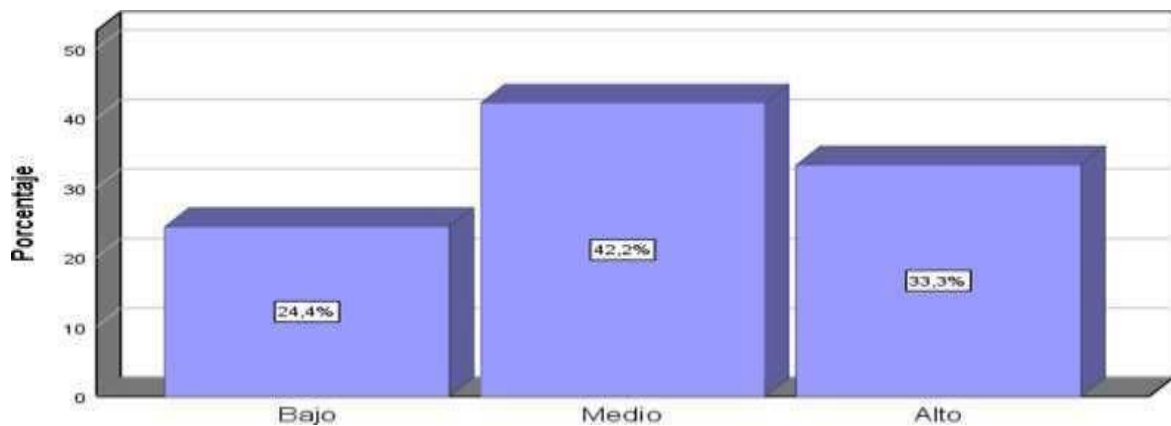
*Resultado de la dimensión discursos que promueven el odio*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	11	24,4	24,4	24,4
	Medio	19	42,2	42,2	66,7
	Alto	15	33,3	33,3	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

**Figura 2**

*Resultados porcentuales de la dimensión discursos que promueven el odio*



Fuente: SPSS

De acuerdo al resultado obtenido del primer objetivo específico que se muestra en la tabla 4 y figura 2, se encontró que los discursos que promueven odio por desinformación desde la fan page del diario Trome, registró un nivel medio de 42,2%, un 33,3% en nivel alto y un 24, 4% en nivel bajo; infiriendo que, estos usuarios, llegaron a sentir que algunas de sus publicaciones generaban provocaciones, polémica, rechazo, odio o aversión entre personas o grupos sociales específicos, encontrando a su vez que, algunas publicaciones generaban alarma y fomentaban miedo.

**Tabla 5**

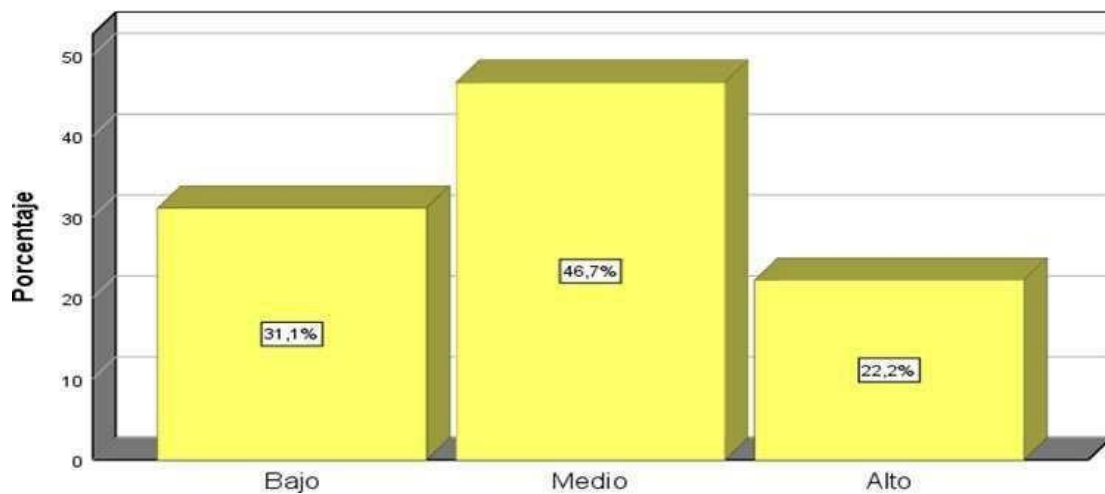
*Resultados de la dimensión discursos falsos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	14	31,1	31,1	31,1
	Medio	21	46,7	46,7	77,8
	Alto	10	22,2	22,2	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

**Figura 3**

*Resultados Porcentuales de la dimensión discursos falsos*



Fuente: SPSS

De acuerdo al resultado obtenido del segundo objetivo específico que se muestra en la tabla 5 y figura 3, se encontró que, los discursos falsos deliberados, a través de las publicaciones de la fan page del diario Trome entre los vecinos encuestados de la Urbanización Ingeniería, registró un nivel medio de desinformación en 46.7%, un 31,1% en el nivel bajo y un 22,2% en el nivel alto, infiriendo que, estas personas encuestadas, percibieron presentación de informaciones distorsionadas que provocaron confusión, mostrando en algunos casos, contenidos sin evidencias oficiales, generando percepciones personales negativas de la información que crearon rumores o promovieron falsas esperanzas.

**Tabla 6**

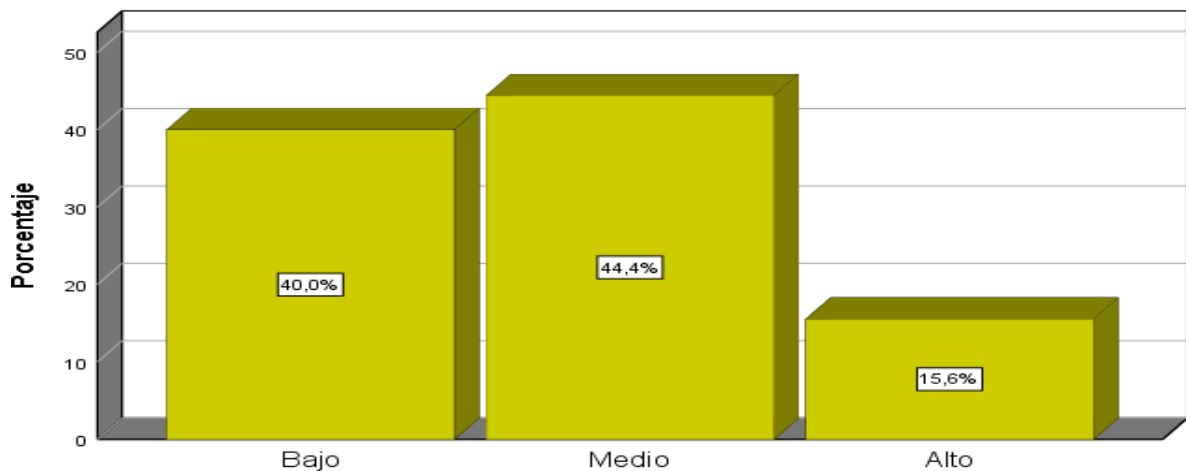
*Resultados de la dimensión errores informativos no deliberados de medios periodistas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	18	40,0	40,0	40,0
	Medio	20	44,4	44,4	84,4
	Alto	7	15,6	15,6	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

**Figura 4**

*Resultados porcentuales de la dimensión errores informativos no deliberados de medios o periodistas*



Fuente: SPSS

De acuerdo al resultado obtenido en la tabla 6 y figura 4 para el tercer objetivo específico, se halló que, la desinformación por errores informativos no deliberados por parte de la fan page o de los redactores y/o editores en la fan page del diario Trome, mostró un nivel medio de 44,4%, desde la percepción de los usuarios de 25 a 35 años, residentes en la Urbanización Ingeniería, en San Martín de Porres 2020,

un 40.0% en nivel bajo y apenas un 15,6% en nivel alto, infiriendo que, algunas de estas publicaciones se llegaron a percibir como noticias cuyas fuentes de información no eran verificadas, que se cometían errores de omisión o podían haberse presentado noticias replicadas desde otros medios, sin contrastar la veracidad de dichas informaciones, denotando cierta falta de profesionalismo de los redactores.

## V. DISCUSIÓN

De acuerdo al resultado obtenido en la tabla 3 y figura 1 para el objetivo general, se identificó un nivel medio de desinformación en la fan page del diario Trome de 33.3%, a partir de las respuestas de los usuarios encuestados de 25-35 años, residentes en la Urbanización Ingeniería, distrito de San Martín de Porres, a partir de discursos que promovieron odio, discursos falsos o errores informativos no deliberados. Bajo estos hallazgos, se coincidió con Gutiérrez-Coba, et al (2019), a la luz del análisis de la clasificación de desinformación propuesta por Wardle (2017), quien distingue la información errónea (Misinformation) y la desinformación como información cierta o falsa, susceptible de poder compartirse e inducir a error, destacando la responsabilidad del usuario en la propagación de un contenido distribuido en redes sociales y que afecta a la producción informativa. Una postura similar planteada Del Hoyo-Hurtado et al (2020), permitió coincidir sobre el uso de la desinformación como termino, está basado en intentos que de manera deliberada se llevan a cabo, con la finalidad de generar confusión o manipular a las personas con informaciones falsas; frente a la significancia de una información errónea, creada para engañar sin concebirse para un objetivo malicioso.

A nivel nacional, se establecieron coincidencias con la investigación de Pérez (2020), que reveló la percepción regular en una página de noticias en Facebook en la ciudad de Tumbes, caracterizadas en dos dimensiones de análisis; intrínseca; con una percepción regular de la desinformación, teniendo como indicadores, la atención de la información, los motivos, la experiencia y cultura; y extrínseca; considerando el contenido, la novedad, el tamaño y el tiempo, a partir de la inmediatez del medio para publicar noticias relevantes, sin verificar las informaciones previamente, generando una percepción negativa de los usuarios.

A partir del resultado del primer objetivo específico, donde la desinformación por discursos de odio en usuarios encuestados de la fan page del diario Trome se identificó en un nivel medio, generando provocaciones, polémica, rechazo, odio o aversión entre personas o grupos sociales específicos, se establecieron coincidencias; en primer lugar, con Pohjonen (2019), manifestando que, los debates en relación a los discursos del odio se transmutan en diversos contextos culturales y



situaciones a nivel mundial, principalmente, tratándose de temas controvertidos que se abordan en línea. En segundo lugar, se coincidió con Ben-David y Matamoros-Fernández (2016), precisando que, la incitación al odio se encontró relacionado al contenido, mas no con sus prácticas de circulación, que se generan por medio de los botones de llamado a la acción como, me gusta, comentar o compartir, encubriendo en algunos casos, contenidos discriminatorios dirigidos por personas que, a partir del año 2016, empezaron a ser regulados por la política institucional de Facebook. En relación a ello, Nurik (2019), sostuvo en contraparte que, estas políticas regulatorias de esta red social, solo contribuyeron a aumentar las desigualdades socioculturales en torno al discurso público a través del tiempo, bajo la moderación de estos contenidos de manera sesgada, infiriendo así que, la propagación de los discursos de odio en la desinformación ha tenido una marcada brecha discriminatoria en Facebook.

A nivel teórico, estos hallazgos coincidieron; en primer lugar, con la teoría 2 de la manipulación informativa de McCornack (2012), dado que, la desinformación por discursos de odio, se encuentra ligado a la producción de un discurso engañoso, que siempre trata de buscar una verdad enfrentada (BFL) y una verdad suele presentarse de manera descarada (BFT), desde una situación compleja. A partir de ello, propiciar una mentira que enfrente a dos o más partes involucradas en un mismo hecho, conducirá por consiguiente a un escenario álgido con disputas verbales que generen rivalidades. En segundo lugar, se identificaron coincidencias con las estrategias 5 y 6 de la manipulación mediática de Noam Chomsky; referidas a, dirigirse al público como niños, y utilizar el aspecto emocional por encima de la reflexión.

Se explica así que, en la interacción con los contenidos que desinforman al cual acceden los usuarios, a través de algún medio que tenga este tipo de prácticas desleales; la propensión a un estado de incitar al odio y discursos que lo promuevan, ejercerá una mayor influencia en la parte emocional, buscando implantar miedos, temores, compulsiones o ideas infundadas, que deriven en comportamientos que carezcan de reflexiones anticipadas. De este modo, Chomsky asocia el contexto político, refiriendo que, cuando algún régimen no puede manejar a las masas, lo hará generando violencia o recurriendo a la manipulación de las personas, a través de sus ideas o pensamientos para generar odios e incertidumbre (Chomsky, como se citó en Katz, 2012).

Con respecto a los resultados obtenidos para el segundo objetivo específico, donde los discursos falsos deliberados, se percibieron en un nivel medio en el fan page del diario Trome, provocando confusión, rumores o falsas esperanzas, a partir de información procedentes de fuentes no confiables, se establecieron coincidencias; en primer lugar con Wenzel (2019), destacando los esfuerzos y el despliegue de los medios de comunicación en redes sociales para ejercer un combate frontal contra la desinformación, compartiendo sus estrategias de verificación de fuentes, a fin de aumentar la confianza del público y permita mitigar la ambigüedad de contenidos, sin que ello signifique que estos hayan adquirido un dominio inmediato para verificar los hechos informados. En segundo lugar, se coincidió con Gutiérrez-Coba, et al (2019), quien atribuyó que, el anonimato de fuentes, ha sido un factor que ha contribuido a aumentar el falseamiento informativo, a través de fuentes no identificadas, atribuidas de manera vaga o sin realizar el contraste de fuentes que deberían mencionarse pero que tienen a omitirse en la información y que va en detrimento de la legitimidad de su contenido en alguna publicación referencial donde se presentó, afectando también la credibilidad del periodista y el medio, más allá de cualquier rectificación posterior.

En el contexto latinoamericano, ambas posturas guardan relación con Palau- Sampio (2018), revelando algunas diferencias en el proceso de verificación informativa de las fuentes en algunas plataformas digitales de países latinoamericanos, registrando datos imprecisos, con afirmaciones percibidas como contenidos falsos, en relación a aspectos relativos a políticas sociales, pobreza, economía, etc. y que demanda un mayor conocimiento de estrategias de manipulación y enmascaramiento del discurso público. En esta lid, a nivel nacional, se coincidió con Cuentas (2018), cuya investigación devela que, las noticias políticas, fueron aquellas que, encuestados de la ciudad de Arequipa, Perú, sindicaron como la principal fuente de creación de noticias falsas y manipuladas para generar reacciones y respuestas en la población. En contraparte, se discrepó con Seargeant y Tagg (2018), señalando que, los usuarios en redes sociales, pueden identificar una información como falsa y encontrarse dispuestos a corroborar los hechos, dejado de creer ciegamente en todo aquello que pueda publicarse en Facebook.

A nivel teórico, se establecieron coincidencias con McCornack et al (2014), al señalar que, los discursos engañosos se producen con la volición del engaño y que sitúa a los

comunicadores al difícil reto de asumir diversas consideraciones internas y externas sobre situaciones complejas, que los llevan a mentir y hacer un montaje informativo que conduce a la desinformación. De este modo, el engaño de la información a largo plazo puede tornarse relevante, si ante un hecho o situación problemática, se impone sobre la verdad y las soluciones que pretenden establecerse, haciendo que, la probabilidad de engaño sea mayor. Así mismo, se sientan coincidencias con la primera estrategia de manipulación de Noam Chomsky, generar distracción, como principal componente para ejercer control social, mediante el desvío de la atención del público sobre aquellos temas de interés, que no resultan que se conozcan o sean debatidos por parte de élites políticas y económicas. Frente a ello, la manipulación no significa otra cosa que, falsear deliberadamente (Mayoral, et al, 2019).

En relación a los resultados obtenidos para el objetivo específico 3, errores informativos no deliberados de medios o periodistas en el fan page del diario Trome, se coincidió con Del Hoyo-Hurtado, et al (2020), afirmando que, cuando en un medio predominan fuentes no identificadas, datos imprecisos, falta de contraste informativo o afirmaciones vagas, el grado de falseamiento de una noticia será proporcional y se cuestionará su legitimidad, así como la credibilidad del periodista que la publica. Así mismo, se establecieron coincidencias con Del Fresno-García (2019), quien refiere que, la problemática de los desórdenes informativos en el periodismo, ha conllevado a que el público vea afectada la forma correcta para distinguir una información veraz, y fiable, de las evidencias científicas y que deriva en la construcción de una opinión pública que se sedimenta sobre hechos espurios.

En otros aspectos analizados sobre la desinformación por omisión como errores informativos no deliberados, se establecieron discrepancias con Díaz-Galaz y López Portugués (2016), quienes afirman que, el acto de eliminar información, emerge como producto de una decisión consciente de los participantes, ante una falta de conocimiento previo de un tema, observando que, en la decisión de omitir, tiende a gravitar la calidad de la interpretación profesional para que el discurso se adecúe a las necesidades informativas de los destinatarios de manera fiel y coherente.

Con Nah y Craft (2019), se establecieron coincidencias en torno a la forma como la anulación de publicaciones entre los discursos de periodistas estadounidenses y

surcoreanos, podía considerarse una herramienta informativa que tienda a afectar la privacidad de las fuentes individuales y al mismo tiempo, una práctica antiprofesional que afecte la credibilidad periodística, que puede vincularse con prácticas de desinformación.

A nivel teórico, se discrepó con el planteamiento de las diez estrategias de manipulación mediática de Chomsky, al considerar que, los errores informativos no deliberados, no necesariamente constituirán estrategias planificadas para desinformar bajo consigna, sino por acciones de omisión involuntaria del periodista, pero que, de igual modo, quedan circunscritas en la esfera de la responsabilidad profesional, debiendo suponer, una verificación estricta de lo que se dará a conocer al público. En este sentido, la mentira por omisión, ha conducido a ocultar datos relevantes en la información, evitando el conocimiento total de la verdad (Desantes- Guanter, 1976; Soria,1997, como se citó en Rodríguez Andrés, 2018).

## VI. CONCLUSIONES

- Primero:** Se concluyó que, el nivel de desinformación en la fan page del diario Trome fue medio, implicando que, las noticias publicadas se percibieran como discursos de odio, discursos falsos deliberados y errores informativos no deliberados por parte del periodista y el medio, donde la información no logró ser distinguida como verdadera o falsa entre sus usuarios.
- Segundo:** Se concluyó que, la desinformación por discursos que promovieron odio en esta Fanpage, se encontró en un nivel medio, presentándose como contenidos engañosos, a través de verdades enfrentadas o que aparecieron en situaciones complejas, en relación a noticias deportivas, políticas, sobre migración o farándula, publicadas y que se fueron mitigando desde el 2016, a partir de la política institucional de Facebook, para regular prácticas de circulación de contenidos que incitaron al odio.
- Tercero:** Se concluyó que, la desinformación por discursos falsos deliberados en la fan page del diario Trome, se encontró en un nivel medio, a través de publicaciones que generaron confusión, rumores, datos impreciso alentando falsas esperanzas en los usuarios, sobre temas políticos, sociales, pobreza, economía, etc., sindicando a las primeras en mención, como las principales fuentes de creación de noticias falsas y manipuladas, para generar discursos engañosos con reacciones y respuestas en la población.
- Cuarto:** Se concluyó que, la desinformación por errores informativos no deliberados en el fan page del diario Trome, se manifestó en un nivel medio, donde la presentación de datos imprecisos, desórdenes informativos, informaciones no verificadas o mentiras por omisión para ocultar datos relevantes, no necesariamente significaron estrategias planificadas para desinformar bajo consigna, sino acciones de omisión involuntaria del periodista, que afectaron que, el público, pueda distinguir correctamente una información falsa.

## VII. RECOMENDACIONES

- Primero:** Se recomienda a los periodistas, desplegar rutinas permanentes de fact-checking, antes de publicar las noticias, desde su verificación y contraste con fuentes oficiales y fuentes de origen.
- Segundo:** Con relación a la desinformación por discursos de odio, se recomienda el contraste de la información, desde los datos provenientes de todos los actores sociales y grupos, afianzando la objetividad y veracidad periodística y evitando sesgos en la opinión pública; al tiempo de impulsar futuros trabajos de investigación, en torno a la desinformación por discursos de odio en el escenario social.
- Tercero:** Con relación a los discursos falsos deliberados, que las informaciones verificadas y contrastadas desde las fuentes oficiales y de origen, se ajusten de manera estricta a los códigos éticos periodísticos que regulan sus actividades en los medios de comunicación y principalmente en redes sociales, a fin de sancionar a quienes promueven la desinformación.
- Cuarto:** Con relación a los errores informativos no deliberados, se recomienda a los periodistas digitales, afianzar las rutinas de fact-checking en sus actividades informativas, a partir del contraste con fuentes oficiales y fuentes de procedencia, desterrando aquellas prácticas desleales que conducen a publicar noticias para ocultar datos importantes o se generen omisiones para encubrir información de interés público; más allá de prevalecer alguna conveniencia privada que pueda coactar la ética periodística.

## REFERENCIAS

- Agencia Peruana de Noticias [APN]. (2020, 12 de mayo). *Coronavirus: Facebook anuncia eliminación de miles de noticias falsas*.  
<https://andina.pe/agencia/noticia-coronavirus-facebook-anuncia-eliminacion-miles-noticias-falsas-796934.aspx>
- Allcott, H, Gentzkow, M., y Yu, C. (2019). Trends in the diffusion of misinformation on social media. *Rev. Research & Politics*. 6 (2), 1 – 8. [https://www.researchgate.net/publication/332968959 Trends in the diffusion of misinformation on social media](https://www.researchgate.net/publication/332968959_Trends_in_the_diffusion_of_misinformation_on_social_media)
- Baas, M. Barceló, M. Herrera, G. (2012). *Metodología de la investigación*. Pearson.
- Ben-David, A. & Matamoros Fernandez, A. (2016) Hate speech and covert discrimination on social media: monitoring the Facebook pages of extreme- right political parties in Spain. *International Journal of Communication*, 10, pp. 1167-1193.  
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/3697/1585>
- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122–139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
- Bernal, C. (2014). *Metodología de la investigación*. Pearson Educación.
- Bosca, R. (20 de julio del 2017). *La indudable efectividad de la teoría de la conspiración*. Infobae. <https://www.infobae.com/opinion/2017/05/31/la-indudable-efectividad-de-la-teoría-de-la-conspiración/>
- Cabezas, E., Andrade, D., Torres J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica* (1ra. ed.). [Repositorio ESPE], Sangolquí, Ecuador, Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.

- Chen, X. (2018) Calling Out Fake News on Social Media: A Comparison of Literature in Librarianship and Journalism, *Internet Reference Services Quarterly*, 23:1- 2, 1-13, DOI: 10.1080/10875301.2018.1518284
- Dafonte-Gómez, A. (2018). Audience as Medium: Motivations and Emotions in News Sharing. *International Journal Of Communication*, 12, 2133–2152, <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/6790>
- De la Varga, P. (2019). *¿Qué significa el término fake news en español? Levanta la Cabeza*. Madrid, España.  
[https://compromiso.atresmedia.com/levanta-la-cabeza/actualidad/que-significa-termino-fake-news-espanol\\_201903295c9e03b80cf2fb2ce3661bdf.html](https://compromiso.atresmedia.com/levanta-la-cabeza/actualidad/que-significa-termino-fake-news-espanol_201903295c9e03b80cf2fb2ce3661bdf.html)
- Del-Fresno-García, Miguel (2019). Desórdenes informativos: sobreexpuestos e infrainformados en la era de la posverdad. *El profesional de la información*, 28(3), e280302. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.02>
- Del Hoyo-Hurtado, M., García-Galera, M.C. & Blanco-Alfonso, I. (2020). Desinformación y erosión de la credibilidad periodística en el contexto de las noticias falsas. Estudio de caso. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 26(4), 1399-1409. <http://dx.doi.org/10.5209/esmp.70238>
- Delmazo, C., & Valente, J. C. L. (2018). Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. *Media & Jornalismo*, 18(32), 155-169. [https://doi.org/10.14195/2183-5462\\_32\\_11](https://doi.org/10.14195/2183-5462_32_11)
- Díaz-Galaz, S., & López Portuguez C. (2016). La omisión en interpretación simultánea: ¿fallo involuntario o estrategia comunicativa?. *ONOMÁZEIN. Revista semestral de lingüística, filología y traducción*, 33, 427-455. DOI: 10.7764/onomazein.33.11
- EFE (2020). *Más de millón y medio de cuentas difunden en redes noticias falsas sobre COVID-19*. Efe. <https://www.efe.com/efe/espana/portada/mas-de-millon-y-medio-cuentas-difunden-en-redes-noticias-falsas-sobre-COVID-19/10010-4213948>



Egelhofer J. y Lecheler S. (2019). Fake news as a two-dimensional phenomenon: a framework and research agenda. *Annals of the International Communication Association*, 43(2), 97-116.

[https://www.researchgate.net/publication/332968959\\_Trends\\_in\\_the\\_diffusion\\_of\\_misinformation\\_on\\_social\\_media](https://www.researchgate.net/publication/332968959_Trends_in_the_diffusion_of_misinformation_on_social_media)

George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 11.0 update (4th ed.)*. Boston: Allyn & Bacon.

Gestión (15 de abril del 2020). *Personas que difundan noticias falsas podrían recibir hasta 6 años de prisión*. Perú: Redacción Gestión.

<https://gestion.pe/peru/coronavirus-peru-personas-que-difundan-noticias-falsas-podrian-recibir-hasta-6-anos-de-prision>

Guerrero, G & Guerrero, C. (2014). *Metodología de la investigación*. Grupo editorial Patria.

Gutiérrez-Coba, L. M., Coba-Gutiérrez, P. & Gómez-Díaz, J. A. (2020). Noticias falsas y desinformación sobre el Covid-19: análisis comparativo de seis países iberoamericanos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 78, 237-264.  
<https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1476>

Infobae (15 de mayo del 2020). *El peligro de las "fake news" que circulan en redes sociales sobre el coronavirus: afectan la salud mental*. Portal electrónico Infobae. <https://www.infobae.com/america/mexico/2020/03/18/el-peligro-de-las-fake-news-que-circulan-en-redes-sociales-sobre-el-coronavirus-afectan-la-salud-mental/>

International Federation of Journalists (2018) *¿Qué son las Fake News? Guía para combatir la desinformación en la era de Posverdad*. I.F.J.  
[https://www.ifj.org/fileadmin/user\\_upload/Fake\\_News\\_-\\_FIP\\_AmLat.pdf](https://www.ifj.org/fileadmin/user_upload/Fake_News_-_FIP_AmLat.pdf)

Ireton, C. (2018). Journalism, 'Fake News' & Disinformation. *UNESCO*. 12(6), 1- 122,  
[https://en.unesco.org/sites/default/files/journalism\\_fake\\_news\\_disinformation\\_print\\_friendly\\_0.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/journalism_fake_news_disinformation_print_friendly_0.pdf)

- INEI. (2018). *Censos nacionales 2017: XII de población, VII de vivienda y III de comunidades indígenas. Sistema de consulta de base de datos a nivel de manzana*. <https://censos2017.inei.gob.pe/pubinei/index.asp>
- Katz, Y. (2012). *Noam Chomsky on where artificial intelligence went wrong*. The Atlantic. <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2012/11/noam-chomsky-on-where-artificial-intelligence-went-wrong/261637>
- López, A. (2015). *La Palabra Manipulada*. España: Ediciones Rialp.
- Lubianco, J. (2018). Once leyes y proyectos de ley contra la desinformación en América Latina implican multas, cárcel y censura. (Nalvarte, P.) *Lat Am Journalism Review*, <https://latamjournalismreview.org/es/articles/leyes-contra-desinformacion-america-latina/>.
- Mayoral, J., Parratt, S., & Morata, M. (2019). Desinformación, manipulación y credibilidad periodísticas: una perspectiva histórica. *Historia y Comunicación Social*, 24(2), 395-409. <https://doi.org/10.5209/hics.66267>
- McCornack, S., Morrison, K., Paik, J. E, Wisner A & Zhu X. (2014, 4 de junio). Information Manipulation Theory 2: A Propositional Theory of Deceptive Discourse Production. *Journal of Language and Social Psychology*, 1(30), DOI: 10.1177/0261927X14534656
- Molina, M., Sundar, S., Le, T., y Lee, D. (2019). “Fake News” Is Not Simply False Information: A Concept Explication and Taxonomy of Online Content. *Rev. American Behavioral Scientist*. 8(1), 99-137. <https://doi.org/10.1177/0002764219878224>
- Nah, H. y Craft, S. (2019). Anulación de la publicación de la noticia: un análisis del discurso de los periodistas estadounidenses y surcoreanos sobre una práctica emergente. *International Journal Of Communication*, 13, 2575–2595, <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/10786>
- Nurik, C. (2019). “Los hombres son escoria”: autorregulación, discurso de odio y censura basada en género en Facebook. *International Journal Of Communication*, 13, 2878–2898. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/9608/2697>

- Otzen, T. y Manterola C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Int. J. Morphol.*, 35(1), 227-232.  
<https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Olmo y Romero, J. (9 de abril del 2019). *Desinformación: concepto y perspectivas*. Real Instituto Elcano.  
[http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano\\_es/contenido?WCM\\_GLOBAL\\_CONTEXT=/elcano/elcano\\_es/zonas\\_es/ari41-2019-olmoromero-desinformacion-concepto-y-perspectivas](http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/ari41-2019-olmoromero-desinformacion-concepto-y-perspectivas)
- Orso, D., Federici, N., Copetti, R., Vetrugno, y Bove, T. (2020). Infodemic and the spread of fake news in the COVID-19-era. *European Journal of Emergency Medicine*. 8(1)99-137. DOI: 10.1097/MEJ.0000000000000713.
- Palau-Sampio, D. (2018). Factchecking y vigilancia del poder: La verificación del discurso público en los nuevos medios de América Latina. *Communication & Society* 31(3), 347-365. <https://doi.org/10.15581/003.31.3.347-363>
- Paredes, G. [Gerson Paredes Godos]. (2020, 28 de octubre). Entrevista a Carlos Lázaro Odría, Redactor Senior de Zona Deportiva (Grupo El Comercio) [Video]. YouTube.  
<https://www.youtube.com/watch?v=OILh5PbE3SU>
- Paredes U. (2019). *Estudio del proceso de viralidad de la información emitida desde la página de Facebook de sedalib, durante el desarrollo del fenómeno del niño costero en la libertad*. [Tesis de Licenciatura, Universidad privada del Norte]. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23990/Urpi%20Paredes%20Alcantara.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pérez G., F. (2020). *Percepción de la población del distrito de Tumbes sobre la información difundida en la página de facebook noticias Tumbes, período mayo – julio, 2020*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Tumbes].  
<http://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/20.500.12874/2437>
- Pohjonen, M. (2019). Discurso extremo | Un enfoque comparativo del discurso extremo en las redes sociales: el discurso de odio en línea como comentario de los medios. *International Journal Of Communication*, 13, 3088–3103,

<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/9110/2712>

Rey, A. (14 de marzo de 2019). La terrible era de la Posverdad. *Perú 21*.

<https://peru21.pe/opinion/terrible-posverdad-465572>

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. <https://doi.org/10.5209/HICS.59843>

Seargeant, P. & Tagg, C. (2019). Social media and the future of open debate: A user-oriented approach to Facebook's filter bubble conundrum. *Discourse, Context & Media*, 27, 41-48, <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2018.03.005>

Sánchez, E.(2018). *La fascinante teoría del rumor*.<https://lamenteesmaravillosa.com/la-fascinante-teoria-del-rumor/>

Trome.pe, Sitio web de noticias y medios de comunicación (2020). Inicio [Página de Facebook]. <https://www.facebook.com/Tromepe/>

Wenzel, A. (2019). To Verify or to Disengage: Coping with “Fake News” and Ambiguity. *International Journal Of Communication*, 13, 1977–1995, <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/10025>

## ANEXOS

### Anexo 1. Operacionalización de la variable

Tabla 1. Operacionalización de la variable

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	ítems	Escala de medición
Según Corner (2017), Como se citó en Rodríguez (2019), la desinformación con las noticias falsas tiene diversas motivaciones, y que su fin básico es confundir a la población, ya que una mentira al ser repetida constantemente puede convertirse en una “verdad” en la percepción de las personas, estas noticias falsas, pueden tener fines políticos, comerciales y personales.	La desinformación se medirá con un cuestionario, el cual está dirigido a recoger la percepción de los vecinos de la Urbanización Ingeniería, SMP, respecto a los discursos de odio, discursos falsos y errores Informativos no deliberados de medios o periodistas en el fan page del diario Trome.	Discursos que promueven el odio	Contenido provocador	1,2	Cuantitativa de nivel ordinal
			Discurso confrontacional	3	
			Generar animadversión	4	
			Contenido xenofóbico	5,6	
			Fomentar el miedo	7,8	
		Discursos falsos deliberados	Información distorsionada	9	
			Provoca confusión	10	
			Contenido sin evidencia oficial	11	
			Percepciones personales	12	
			Rumores	13, 14	
		Errores informativos no deliberados	Falsas esperanzas	15	
			Noticias sin comprobar	16,17	
			Errores de omisión	18	
			Falta de profesionalismo en los redactores	19	
		Noticias replicadas sin contrastar sin verificar su veracidad	20		

Fuente: Elaboración propia

## Anexo 2. Instrumento

### Cuestionario

El siguiente cuestionario, tiene como finalidad determinar cuál es el nivel de desinformación del fan page del diario Trome en vecinos de 25-35 años Urbanización Ingeniería, SMP, 2020. Se le pide responder con sinceridad, no es importante que se identifique. La información obtenida será utilizada para fines exclusivamente académicos y se agradece sinceramente su apoyo.

Instrucciones: Puede escribir o marcar con un aspa (x) la alternativa que Ud. crea conveniente. Se le recomienda responder con la mayor sinceridad posible.

Las alternativas constan de las siguientes opciones: 1 (Totalmente en desacuerdo); 2 (En desacuerdo); 3 (Ni de acuerdo ni en desacuerdo); 4 (De acuerdo); 5 (Totalmente de acuerdo).

		1	2	3	4	5
N°	Preguntas	TED	ED	NA/NE D	DA	TAD
1	Sientes que hay provocación en algunas de las publicaciones					
2	Consideras que algunos contenidos buscan provocar y generar polémica					
3	Crees que algunas noticias generan rechazo y odio					
4	Has sentido que ciertas publicaciones generan aversión hacia una persona o grupo específico					
5	Leíste información de tendencia xenófoba					
6	Consideras que algunas noticias tienden a ser xenófobas					

7	Sientes que algunas publicaciones son alarmistas					
8	Has llegado a leer noticias que fomentan el miedo					
9	Consideras que algunas de las noticias están distorsionadas y no se presenta verídicamente					
10	Algunas de las publicaciones te han confundido, o te ha hecho dudar de su contenido					
11	Crees que la información que se presenta está verificada					
12	Según lo que leíste, consideras que la información es meramente personal y no tiene sustento oficial					
13	Crees que las publicaciones la mayoría de las veces son noticias basadas en rumores					
14	Has visto noticias falsas, que sólo son rumores					
15	Consideras que algunas de las publicaciones buscan generar falsas esperanzas respecto a un contexto especial (pandemia, economía, fútbol, política, salud)					
16	Has leído noticias que han sido presentadas como ciertas y después comprobar que eran falsas					
17	Cuando lees noticias e información sin comprobar, lo tomas como cierta					
18	Has visto información distorsionada o con errores de omisión					
19	Consideras que algunas noticias presentadas con errores, se debe a la falta de profesionalismo de algunos redactores					
20	Has leído noticias replicadas sin contrastar y sin verificar su veracidad					

### Anexo 3. Ficha de validación de expertos

Apellidos y nombres del experto: Oliveros Margall, Enrique

Título y/o Grado:

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

Universidad que labora: Universidad Cesar Vallejo

Fecha: 24-09-2020

#### **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Niveles de desinformación del fan page del diario El Trome en vecinos de 25-35 años Urbanización Ingeniería, SMP, 2020**

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

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna		X	



	pregunta?			
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
	<b>TOTAL</b>			

SUGERENCIAS:

.....

.....

-Firma del experto:




---

Nombres y apellidos

Apellidos y nombres del experto: Moreno López, Wilder Emilio

Título y/o Grado:

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

Universidad que labora: UCV - UNFV

Fecha: 17-09-2020

### TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Niveles de desinformación del fan page del diario El Trome en vecinos de 25-35 años Urbanización Ingeniería, SMP, 2020.

ÍTEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	

10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		

SUGERENCIAS:

.....  
.....

-Firma de experto:



\_\_\_\_\_  
Wilder Emilio Moreno López

Apellidos y nombres del experto: Pérez Terrones José

Título y/o Grado:

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

Universidad que labora: UCV

**Fecha: 17-09-20**

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Niveles de desinformación del fan page del diario El Trome en vecinos de 25-35 años Urbanización Ingeniería, SMP, 2020**

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

ÍTEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		

8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
	<b>TOTAL</b>			

SUGERENCIAS:

---



---

.....  
-Firma del experto:




---

Mg. José Pérez Terrones

#### Anexo 4. Validación de Aiken

COEFICIENTE DE VALIDACIÓN					
Cuantitativo					
Preguntas	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Suma	V
ITEM 1	1	1	1	3	100%
ITEM 2	1	1	1	3	100%
ITEM 3	1	1	1	3	100%
ITEM 4	1	1	1	3	100%
ITEM 5	1	1	1	3	100%
ITEM 6	1	1	1	3	100%
ITEM 7	1	1	1	3	100%
ITEM 8	0	0	0	0	0%
ITEM 9	1	1	1	3	100%
ITEM 10	1	1	1	3	100%
					91%

## Anexo 5. Niveles y/o rangos de variables y dimensiones

### Variable Desinformación

*Estadísticos*

#### Desinformación

N	Válido	45
	Perdidos	0
Mínimo		25
Máximo		90

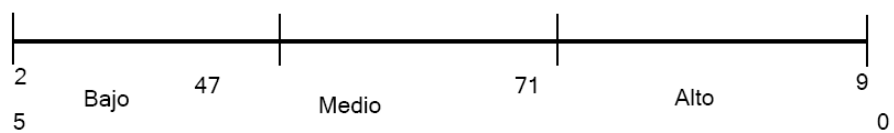
$$90-25=65\div 3=22$$

### Niveles

$$25 - 47 = \text{Bajo}$$

$$48 - 70 = \text{Medio}$$

$$71 - 90 = \text{Alto}$$



## Dimensión Discursos que promueven el odio

### *Estadísticos*

#### Discursos que promueven el odio

N	Válido	45
	Perdidos	0
Mínimo		9
Máximo		37

$$37-9=28\div 3=9$$

### **Niveles**

$$9- 18 = \text{Bajo}$$

$$19- 28 = \text{Medio}$$

$$29 - 37 = \text{Alto}$$





## Dimensión Discursos falsos

### *Estadísticos*

#### Discursos falsos

N	Válido	45
	Perdidos	0
Mínimo		9
Máximo		31

$$31-9=22\div 3=7$$

### **Niveles**

$$9- 16 = \text{Bajo}$$

$$17- 24 = \text{Medio}$$

$$25 - 31 = \text{Alto}$$



## Dimensión Errores informativos no deliberados de medios o periodistas

### *Estadísticos*

Errores informativos no deliberados de  
medios o periodistas

N	Válido	45
	Perdidos	0
Mínimo		7
Máximo		22

$$22-7=15 \div 3=5$$

### **Niveles**

7- 12 = Bajo

13- 18 = Medio

19 - 22 = Alto

