

UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA

ESCUELA DE POSGRADO

Maestría en Comunicación y Marketing



TESIS

*Fake news que afectan al Comando Conjunto de las
Fuerzas Armadas del Perú en la formación de la
opinión pública, Lima 2022*

(Para optar el grado académico de Magister en Comunicación y Marketing)

PRESENTADO POR:

Sergio Pierre Carrasco Llavilla

ASESOR:

Dr. Juan Carlos Antón LLanos

LIMA – PERÚ

2023

**INFORME DE SIMILITUD DE LA
TESIS DE SERGIO PIERRE CARRASCO LLAVILLA**

INFORME	
Título de la tesis	<i>Fake news que afectan al Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú en la formación de la opinión pública, Lima 2022</i>
Autor/a del trabajo de investigación (tesis)	Sergio Pierre Carrasco LLavilla ORCID: 0009-0006-0760-2890 DNI: 446826403
Asesor/a	Nombres y apellidos: Dr. Juan Carlos Antón LLanos ORCID: 0000-0002-7973-9216 D.N.I: 43494217
Grado / Título para obtener	Grado de Magíster en Comunicación y Marketing
Fecha de aplicación de software Turnitin	2 de octubre de 2023
Índice de similitud	18 %
Máximo permitido por la EPG de UJBM	30 %
Responsable de aplicación de Turnitin	Prisea Vilchez Samanez



Nota: Ver informe de similitud completo

Prisea Vilchez Samanez

Prisea Vilchez Samanez
Jefe de Vigilancia de Originalidad del
Instituto de Investigación de la UJBM

Dedicatoria

Al Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú,
a sus Comandos Operacionales y al Comando Especial VRAEM
por permitirme realizar esta investigación académica
para que pueda ser implementado a un futuro
en sus operaciones de información.

Agradecimiento

A mis padres por darme su apoyo
cuando más lo necesitaba.

Índice

Informe de similitud	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento	iv
Índice	v
Índice de tablas	viii
Índice de figuras	ix
Resumen	x
Abstract.....	xi
Introducción.....	xii
CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	13
1.1 Descripción del problema	13
1.2 Formulación del problema	16
1.2.1 Problema general.....	16
1.2.2 Problemas específicos	16
1.3 Objetivos de la investigación.....	16
1.3.1 Objetivo general	16
1.3.2 Objetivos específicos.....	16
1.4 Justificación de la investigación	16
1.4.1 Teórica.....	16
1.4.2 Metodológica.....	17
1.4.3 Práctica	17
1.5 Delimitación de la investigación.....	17
1.5.1 Temporal	17
1.5.2 Espacial	17
1.5.3 Social.....	17
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	18
2.1 Marco Histórico.....	18
2.2 Antecedentes	19
2.2.1 Nacional	19
2.2.2 Internacional.....	21
2.3 Bases teóricas	23

2.3.1 Bases teóricas de <i>Fake news</i>	23
2.3.2 Bases teóricas de opinión Pública.....	31
2.4 Definición de términos básicos.....	35
CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	38
3.1 Las categorías y su operacionalización.....	38
3.1.1 Identificación de categorías y su definición	38
3.1.2 Operacionalización de categorías	39
3.2 Tipo, nivel y diseño.....	40
3.2.1 Tipo de investigación.....	40
3.2.2 Nivel de investigación.....	40
3.2.3 Diseño de investigación.....	40
3.3 Población y muestra.....	40
3.2.1 Población	40
3.2.2 Muestra	41
3.4 Métodos de investigación	42
3.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	42
3.5.1 Técnicas	42
3.5.2 Instrumentos.....	42
3.6 Técnicas de análisis de datos.....	43
CAPÍTULO IV RESULTADOS	44
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN.....	65
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	68
6.1 Conclusiones.....	68
6.2 Recomendaciones	69
REFERENCIAS	71
ANEXOS	75

1. Matriz de consistencia
2. Matriz de operacionalización

3. Instrumentos
4. Transcripción de entrevistas
5. Validación de instrumentos
6. Triangulación
7. Imágenes de *fake news* sobre el CCFFAA

Índice de tablas

Tabla 1 Operadores psicológicos.....	44
Tabla 2 Grupos ideológicos con mayor repercusión	45
Tabla 3 Características de los grupos	46
Tabla 4 Nivel de manipulación de <i>fake news</i>	47
Tabla 5 Contextos manipulados	47
Tabla 6 Intereses para la divulgación	49
Tabla 7 Reiteración de <i>fake news</i>	50
Tabla 8 Experiencias personales como las actitudes	51
Tabla 9 Prejuicios y estereotipos	52

Índice de figuras

Figura 1 La divulgación constante de fake news sobre el CCFFAA altera la opinión de las personas.....	53
Figura 2 Cree como cierta toda información publicada en redes sociales sobre el CCFFAA.....	54
Figura 3 Las experiencias de otras personas influyen en la formación de sus propias opiniones sobre el CCFFAA.....	55
Figura 4 Las noticias falsas en redes sociales sobre el CCFFAA puede cambiar la actitud	56
Figura 5 La influencia de una actitud negativa sobre el CCFFAA puede alterar la opinión pública	57
Figura 6 Los estereotipos creados por la sociedad sobre el CCFFAA pueden manipular a la opinión pública	58
Figura 7 Existen intenciones de personas o grupos para crear estereotipos negativos sobre CCFFAA.....	59
Figura 8 Existen intenciones de personas o grupos para crear prejuicios negativos sobre CCFFAA.....	60
Figura 9 El CCFFAA realiza acciones para contrarrestar prejuicios negativos sobre la entidad	61

Resumen

La presente tesis tuvo como objetivo general describir las *fake news* que afectaron al Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas (CCFFAA) del Perú en la formación de la opinión pública de los limeños en el 2022. Referente al tema metodológico, tuvo un enfoque mixto, de nivel descriptivo, tipo aplicada y diseño no experimental. Las técnicas empleadas fueron la entrevista, el análisis de contenido y la encuesta, mientras que los instrumentos fueron la guía de entrevista, la guía del análisis de contenido y el cuestionario, que tuvieron la validación respectiva del juicio de expertos. La conclusión principal es que las *fake news* que afectaron al Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas estuvieron constituidas por aquellas que generaban prejuicios y estereotipos en la ciudadanía y buscaban perjudicar a la institución. El impacto que ellas pudieron haber tenido en la opinión pública fue atenuado por la rápida actuación del CCFFAA, con el fin de contrarrestar lo que consideraba como “mensajes malintencionados”.

Palabras clave: *fake news* – opinión pública – Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas – prejuicios – estereotipos

Abstract

The present investigation had as its general objective to describe the fake news that affects the Joint Command of the Armed Forces (CCFFAA) developed to the public opinion of the people of Lima. From this, four specific objectives emerged. Regarding the methodological issue, it had a mixed approach, level descriptive, applied type and non-experimental design. The techniques used were the interview, content analysis and survey, while the instruments were the interview guide, the content analysis guide and the questionnaire, which had the respective validation of the expert judgement. The main conclusion is that the fake news that affected the Joint Command of the Armed Forces were those that generated prejudice and stereotypes in the citizenry and sought to harm the institution. The impact they may have had on public opinion was mitigated by the rapid action of the CCFFAA, in order to counter what it considered to be "malicious messages".

Keywords: fake news – public opinion – Joint Command of the Armed Forces – prejudices – stereotypes

Introducción

El Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas (CCFFAA) cumple funciones relacionadas no solo con la defensa de la soberanía y la integridad territorial, sino con el desarrollo nacional. Participa, por ejemplo, en las actividades de apoyo a la ciudadanía en situaciones que lo ameriten, como es el caso de los desastres naturales. Pese a ello, existen personas o grupos de individuos que tergiversan la realidad y el contexto para generar noticias falsas o *fake news*, con el propósito de desprestigiar a esta institución.

Para contrarrestar sus efectos, el CCFFAA desmiente, a través de sus redes sociales, las *fake news* apenas las detecta, consciente de las posibilidades que ellas tienen de generar cambios en la opinión pública ya sea con estereotipos, modificación de actitudes o cualquier percepción negativa hacia la entidad.

En el ciberespacio, las treguas, los armisticios y la paz son meras ilusiones. La guerra es y será perpetua. Las personas se enfrentan a un enemigo heterogéneo que vive por y para el conflicto permanente, un enemigo del que se desconoce su entidad y localización, que no se rige por ningún código ético de conducta, no respeta el derecho internacional ni las leyes de la guerra, no necesita reposición de bajas y cuya munición: las *fake news*, es inagotable y no depende de suministros logísticos. El frente de batalla se ha diluido en las redes digitales. Las unidades de ciberdefensa son las encargadas de combatir en esta nueva guerra espuria (López, 2019).

En el Capítulo I, se presenta el problema de investigación, la descripción de la realidad problemática, la formulación del problema, objetivos, las justificaciones, delimitaciones encontradas e identificación de variables.

En el Capítulo II, se establece el marco histórico, seguido por los antecedentes (nacionales e internacionales), las bases teóricas para cada variable y el marco conceptual.

El Capítulo III comprende la metodología, la que abarca las hipótesis, el tipo, nivel y diseño de la investigación, los métodos de investigación, la población, la muestra y muestreo y finaliza con las técnicas e instrumentos de investigación.

En el Capítulo IV, se presentan los resultados, que comprende la descripción de datos, la contrastación de hipótesis y la discusión de los mismos.

Posteriormente, se presentan las conclusiones y recomendaciones. Finalmente, las referencias bibliográficas revisadas y los anexos respectivos.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción del problema

Las *fake news* son utilizadas como instrumentos para desprestigiar personajes públicos o instituciones como también para distraer la atención de la ciudadanía de acontecimientos nacionales de mayor relevancia, es decir, crear las famosas cortinas de humo y desviar el interés de la población en temas intrascendentes o de poca monta (González, 2022). Además de afectar o alterar la credibilidad del medio, también puede generar incidencias en la opinión pública.

Si bien es cierto, este problema resulta ser recurrente a lo largo de los años en los medios de comunicación tradicional, estos no replicaban esas informaciones sin haberlas verificado o contrastado con la fuente respectiva previamente. No obstante, con la llegada de las páginas web, redes sociales, apps, foros, entre otras, la propalación de las *fake news* se volvió cada vez mayor, ya que cualquiera con acceso a conectividad y digitalización de la información se halla en la capacidad de esta réplica inmediata y automática sin discernir si puede carecer de veracidad o, incluso de sentido. “Solo por el hecho de gustarles o concordar con dichas posturas, las difunden entre sus seguidores” (González, 2022).

Cada día surgen en el ciberespacio, noticias falsas, iconografías manipuladas, entre otras que producen opiniones públicas virales, a favor o en contra. Las redes sociales propician el empleo para que cualquiera recoja información virtual, aunque falsa y con claros propósitos de desprestigio a individuos o instituciones, convirtiendo en víctimas o mártires a quien no lo es, o aceptar, en términos generales, sucesos o hechos totalmente falsos (Galo, 2018).

El incremento de estas *fake news* o noticias falsas deforman la realidad, cuestionan a políticos, gobiernos e instituciones, e intentan marcar una mala imagen o reputación, impulsando elevada curiosidad en naciones a nivel mundial (Galo, 2018).

A nivel de Latinoamérica, un caso reciente en el uso de estas noticias falsas se puede hallar en la pandemia mundial del Covid-19 donde hubo muchas posiciones al respecto, tanto a favor como en contra, y hasta personas que ni siquiera creían en el virus y lo tomaban como un invento de autoridades políticas para asustar a la población

(Pichihua, 2022). Al momento de llegar el proceso de vacunación, también retomó este proceso de difusión de *fake news* atemorizando a las personas con ideas como inoculación del virus, inserción de microchips para controlar las actividades de las personas, creencias de que las personas tienen la capacidad de curarnos por nuestra cuenta sin necesidad de vacunarse, entre otras informaciones difundidas sin comprobación alguna. Todo ello con la finalidad de que la opinión pública de ciertas sociedades se atemorice ante la posibilidad de vacunación y rechace esta alternativa (Tadeo, De Frutos, & Cruz, 2022).

En el caso concreto del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú (CCFFAA), conformado por el Ejército, la Marina de Guerra y la Fuerza Aérea del Perú, se perfila a los miembros del orden externo, y apoyo eventual a la sociedad, con rigurosidad y disciplina, propiciando la propagación de noticias falsas sobre abusos cometidos entre sus miembros como exceso de la fuerza, maltratos físicos, maltrato hacia animales, incitación a la población a determinados comportamientos, entre otros.

En el periodo de estudio, es decir, el año 2022, fueron detectadas 20 noticias falsas desde el 7 de enero hasta el 31 de diciembre del mismo año (ver anexo 6). Uno de los casos observados fue presentado el 10 de junio donde se afirmaba que esta institución estaba preparándose para salir a las calles y propiciar el caos y el desorden público, lo cual fue desmentido en las redes sociales respectivas (Comando Conjunto FFAA del Perú, 2022).

Otro caso manifiesto fue presentado el 13 de julio con una información en la que se aseguraba que el CCFFAA estaba preparándose para salir a las calles a realizar una toma de las mismas y posterior golpe de estado ante la elección del presidente Pedro Castillo Terrones e impedir su llegada a Palacio de Gobierno; esta información fue difundida, aparentemente, por seguidores del partido Fuerza Popular (Expreso, 2021).

En un tenor similar, se halla noticias falsas del 2 de abril cuyo mensaje fue el siguiente: “Mi tío pelucho que trabaja con militares y le han dicho que del día 4 de abril al 12 de abril va a haber toque de queda y no se podrá salir de casa para nada por 24 horas”. La *fake news* carece de imagen, es decir, solo presentó elemento textual para desinformar.

El 21 de enero apareció otra *fake news* donde se aseguraba lo siguiente: “Lima: llegan militares a la Universidad Nacional de Ingeniería”, la cual estuvo acompañada de los exteriores de la casa de estudios mencionada.

Algunas de las noticias falsas presentaron información de años anteriores, es decir, descontextualizadas. Como ejemplo se puede mencionar la del 22 de noviembre en donde

se afirma que el jefe del Comando Conjunto, acompañado de los Comandantes Generales del Ejército, Marina y Aviación, llegaban a Palacio para presentar su lealtad al Presidente de la República, Pedro Castillo cuando, realmente fue imagen del 2019. En el mismo sentido, el 30 de diciembre aparece otra *fake news* en la que se afirma que los soldados agreden a la población de Quillabamba en Cuzco (“En estos momentos la realidad que viven nuestros hermanos de Quillabamba Cusco lo que jamás publicará la prensa limeña que está gobernado por el estado”) sin embargo, esta información correspondía a una confrontación en Guatemala del 2015.

Otro caso resaltante es aquella de fecha 7 de enero donde Vladimir Cerrón, presidente del partido político Perú Libre redacta un post que sostiene lo siguiente: “No sé por qué tanto escándalo con el ingreso de Evo Morales @evoespueblo, cuando en el Perú tendríamos entre 12-14 bases militares norteamericanas camufladas bajo la pantalla de “colaboración”.

Otra de las *fake news* con fecha del 10 y 11 de junio presenta un titular que menciona: “Empezó desmilitarización en el VRAEM”, lo cual es acompañada de una imagen de militares subiendo a un helicóptero en refuerzo al texto presentado. Asimismo, los seguidores de las redes sociales empezaron a comentar ciertos elementos difundidos anteriormente. Tal fue el caso de Alfonso Gurmendi quien, en base a la divulgación mencionada anteriormente, sostiene: “Literal hay una carta de los militares en retiro dirigida al CCFFAA pidiendo un golpe. Qué más quieres?”; no obstante algunos otros seguidores mantuvieron una posición defensiva al CCFFAA intentando hacer entrar en razón a Gurmendi sobre lo expresado. Así como estas expresiones aparecen otras que intentan orientar a la opinión pública hacia una mala imagen del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú.

En estas circunstancias, en las redes sociales y en el portal web del gobierno peruano (www.gob.pe) respondieron a estas informaciones con comunicados oficiales e informaron que cualquier dato del CCFFAA son brindadas por la misma institución (Portal del Gobierno Peruano, 2021) para que las personas desestimen *fake news*.

Ante lo expresado, se formularon los problemas de esta investigación.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cuáles fueron las *fake news* que afectaron al Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas (CCFFAA) en la formación de la opinión pública de los limeños en el 2022?

1.2.2 Problemas específicos

¿Cuáles fueron las principales características de las *fake news* que afectaron al CCFFAA en la formación de la opinión pública de los limeños en el 2022?

¿Cuáles fueron los tipos de *fake news* que afectaron al CCFFAA en la formación de la opinión pública de los limeños en el 2022?

¿Cómo pudo verse modificada la opinión pública de los limeños ante las *fake news* que afectaron al CCFFAA?

¿Cuáles fueron los intereses principales para la divulgación de las *fake news* que afectaron al CCFFAA?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Describir las *fake news* que afectaron al Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas (CCFFAA) en la formación de la opinión pública de los limeños en el 2022.

1.3.2 Objetivos específicos

Describir las principales características de las *fake news* que afectaron al CCFFAA en la formación de la opinión pública de los limeños en el 2022.

Precisar los tipos de *fake news* que afectaron al CCFFAA en la formación de la opinión pública de los limeños en el 2022.

Conocer la manera en la que fue modificada la opinión pública de los limeños ante las *fake news* que afectaron al CCFFAA.

Precisar los intereses principales para la divulgación de las *fake news* que afectaron al CCFFAA.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Teórica

Permitió el incremento de conocimiento e información respecto a las *fake news* fundamentándose en los pilares teóricos de Crovi (2017) y Ritter (2018) quienes son los investigadores presentadores de mayor divulgación de esta variable que cobró fuerza

gracias al apoyo de los medios digitales tales como las redes sociales.

Asimismo, las bases teóricas de la opinión pública fueron justificadas por las investigaciones de Castells (2021), Focás y Kesler (2021) y Tadeo, De Frutos y Cruz (2022) quienes explican las condicionantes para la formación de esta variable social.

1.4.2 Metodológica

El estudio de *fake news* en Facebook relacionadas al CCFFAA del Perú y su repercusión en la opinión pública no ha sido muy estudiado. Pese a que existe material bibliográfico sobre ambas variables no se conocen los efectos en esta área de las fuerzas del orden externo por lo que se cubrirá desde el enfoque cualitativo mediante entrevistas a generales y altos mandos de las Fuerzas Armadas, así como guía de análisis con la finalidad de describir el contenido de las *fake news* y encuestas de carácter descriptivo para conocer la variación de la opinión pública. En lo referente a los instrumentos, estos podrán ser adecuados para siguientes investigaciones relacionadas a las variables estudiadas.

1.4.3 Práctica

La necesidad de saber los porqués de crear y propagar *fake news* o datos no corroborados se presenta desde diversos aspectos como políticos, sociales, espectáculos, sin embargo, no se explica esta difusión en el CCFFAA ya que es una institución que vela por la seguridad externa y apoya a la comunidad en situaciones comprometedoras como huaycos, terremotos y otros, por lo que no guarda sentido aparente intentar desprestigiar su reputación o que el público modifique la opinión que puede tener respecto a estas instituciones.

1.5 Delimitación de la investigación

1.5.1 Temporal. La presente investigación se desarrolló en el año 2022 aunque también hubo informaciones recopiladas de años previos, específicamente, desde el 2020, 2021 y una posterior del 2023.

1.5.2 Espacial. Facebook del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú (CCFFAA).

1.5.3 Social. Esta investigación comprendió las publicaciones del Facebook del CCFFAA del Perú.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Marco histórico

El concepto de opinión pública aparece en 1750 con el libro de Rousseau denominado *Discurso sobre las ciencias y las artes* en el que plantea que es la manera de pensar de un colectivo social enmarcado por ciertas cualidades (Clemente & Ruleta, 2014).

En el siglo XVIII, este término representaba a la opinión de las muchedumbres, manifestada usualmente mediante reuniones masificadas en lugares abiertos como plazas, parques y otros que se adecúen a este fin. A fines de los 90's, empieza a alcanzar acepciones cualitativas adquiriendo los matices inherentes del liberalismo, como herramienta o instrumento de pauta y control hacia los gobernantes de turno (Clemente & Ruleta, 2014).

El liberalismo moderado modificó el concepto de opinión pública relacionándola a los ciudadanos cultos o instruidos, resaltando entre opinión legal (manifestada por los gobernantes) y la natural (expresada por la ciudadanía). Una opinión que solamente podía declararse mediante medios jurídicos normados: libertad de prensa, derecho de petición y sufragio. Esto, de cierta forma, la restringió debido a que la cantidad de ciudadanos preparados era, en aquel tiempo, muy reducido; y por otro lado, la extendió ya que obligaba a la ciudadanía a instruirse ya que el requisito no consistía en ser noble o gobernante (Clemente & Ruleta, 2014).

Actualmente, el concepto se halla íntimamente ligado con muestreos de opinión pública, aproximación basada en la exigencia y pericia de organizaciones estatales, empresariales y académicas que iniciaron el desarrollo de métodos que accedían al escogimiento relativamente imparcial de participantes y la acumulada sistemática de informaciones entre un extenso y diverso sector de la ciudadanía. Esto ocurrió entre la década de 1930 y de 1940 (Clemente & Ruleta, 2014). Entre los pioneros en este sector se encuentra el analista estadounidense George Horace Gallup, inventor del sondeo que lleva su nombre. Desde la década de 1950 comenzó el criterio estadístico, cuya mayor crítica ha sido el grado de representatividad, cuestión contenida en las teorías de estadística social (Clemente & Ruleta, 2014).

2.2 Antecedentes de la investigación

2.2.1 Nacional

Salcedo y Aliaga (2022). *Noticias falsas y aceptación de las vacunas contra el COVID-19 en Lima Metropolitana (2022)*. El objetivo fue establecer el impacto de *fake news* propaladas por Facebook relacionadas con aceptar o rechazar vacunas contra el Covid-19. Metodológicamente, fue cuantitativa, descriptiva, no experimental y transversal. El instrumento (encuesta) fue aplicado online a 128 limeños mayores de edad. Los resultados evidencian que hay un porcentaje considerable de la población influenciada por noticias falsas reflejándose en el rechazo a la vacunación pese a ser gratuita. Entre las conclusiones se halla que, según la percepción de los encuestados, la *fake news* de mayor impacto fue la manifestó que la vacuna es experimental o dejaría estéril a los vacunados. Pese a esos falsos datos, el 94% de la población obtuvo la primera dosis y el 89% la segunda aplicación de la vacuna.

Pichihua (2022) *Tipología de los contenidos virales de desinformación durante los primeros meses de emergencia sanitaria por la COVID-19 en el Perú*. El objetivo fue describir los contenidos de las *fake news* relacionados a la propagación de COVID-19 en Perú durante la cuarentena. Metodológicamente, fue de enfoque cualitativo, tipo básico, nivel descriptivo, diseño no experimental y corte transversal. Entre las conclusiones se halló que la mayor cantidad de *fake news* analizadas correspondió a estafas y engaños al público, seguidas por exageración y alertas falsas. Asimismo, en 31 oportunidades se coge parte de las declaraciones de ministerios para tergiversar la información. Los recursos más utilizados fueron textos y fotografías. La mayor propagación de *fake news* se halló en redes sociales lideradas por WhatsApp, seguidas de Facebook. Finalmente se apreció que las *fake news* fueron cambiando según el momento en el que se vivía y las medidas por el gobierno peruano para prevenir la propagación del virus durante el periodo de estudio.

De La Oliva y Prieto (2021) *Fake News: relación entre los rasgos de personalidad, la influencia social y la susceptibilidad a aceptarlas como reales*. El objetivo fue establecer la relación entre los elementos de personalidad con susceptibilidad de aceptación de *fake news* en medios digitales. Metodológicamente, fue de enfoque cuantitativo, alcance predictivo, nivel descriptivo, diseño no experimental y corte transversal. Entre las conclusiones se halló que de agrado, autoritarismo y coherencia cuando se chequean noticias en redes sociales son proclives a mayor susceptibilidad de

aceptación de noticias falsas como verdaderas, así como las conductas específicas de influencia social en redes sociales comparándolas con la influencia social en general. También se concluyó que a mejor apertura mental y tesón por parte del público son menos influenciables a aceptación de *fake news* como verdaderas (De La Oliva & Prieto, 2021).

Mendoza y Villanueva (2020) *Manipulación informativa en el fanpage Comas te informa en vecinos de Comas 2020*. En esta investigación, el objetivo fue establecer el grado de manipulación informativa en un fan page. Metodológicamente fue cualitativa, básica, descriptiva, no experimental y transversal. Las conclusiones a las que llegaron fueron que la mayoría de vecinos del lugar estudiado consideran que existió elevado nivel de manipulación informativa en el fan page, así como en el nivel de trucos semánticos tales como metáforas, figurativas y retóricas. En un término intermedio se estableció la existencia de manipulación en los trucos técnicos. Finalmente, se concluyó en la existencia considerable de manipulación en trucos psicológicos (Mendoza & Villanueva, 2020).

Pacasi (2020) *Influencia de las fake news en la opinión de los adultos de 50 a 65 años de San Miguel sobre coronavirus*. En esta investigación, el objetivo fue determinar la influencia existente entre las variables estudiadas por el autor. Respecto a la metodología, fue de enfoque cualitativo, tipo básica, nivel descriptivo, diseño no experimental y corte transversal. Entre las conclusiones se halló que los principales medios de transmisión de *fake news* son TV, redes sociales y canales de mensajería. El 70% consideró como verdaderas las informaciones mostradas por ser presentadas en medios masivos. Finalmente, entre las tendencias del público es que aprecian medios masivos y oficiales, líderes de opinión, preferencia por contenido conciso y tendencia a polarizar opiniones (Pacasi, 2020).

Sandoval y Miranda (2019) *Fake News y Credibilidad de los Medios de Comunicación Digitales en Lima Perú. Caso: Suicidio de Alan García*. En esta investigación, el objetivo fue exponer el accionar de *fake news* y la forma en que inquietan la credibilidad de los medios periodísticos peruanos. Metodológicamente fue cualitativa, básica, descriptiva, no experimental y transversal. Se empleó el análisis de contenido como instrumento. Entre las conclusiones se halló que, efectivamente, las *fake news* sí afectaron la credibilidad de los medios por producir conspiraciones involucrantes del gobierno y del 4to poder. Asimismo, se concluyó que los especialistas pudieron detectar la presencia de noticias falsas, sin embargo, los lectores comunes fueron incapaces de reconocer estas informaciones. No todos se percataron de las informaciones difundidas.

Emplear varias redes sociales para difundir *fake news* afecta la función periodística por la rápida viralización generada en la ciudadanía. El empleo de imágenes puede ser un elemento que ayude medianamente a ganar credibilidad ya que algunos piensan que pueden ser imágenes trucadas en edición, especialmente, en casos polémicos (Sandoval & Miranda, 2019).

Ramírez (2018) *Redes sociales y opinión pública de los estudiantes de comunicación de la UPN - Lima, 2018.* Objetivo: determinar la relación de tres redes sociales con la opinión pública de ciertos estudiantes. Metodológicamente, fue cualitativa, básica, explicativa, no experimental y transversal. Se empleó el cuestionario como instrumento y una muestra de 333 discentes. Entre las conclusiones se halló que existe relación positiva y baja de las redes sociales y la opinión pública, así como del Facebook, Twitter y WhatsApp en la opinión pública del público analizado, aunque en un nivel bajo y muy bajo (Ramírez, 2018).

2.2.2 Internacional

Castillo (2022). *Las fakes news expuestas en el portal coronavirusecuador.com y su impacto en los estudiantes del tercer semestre de la carrera de medicina de la UTA en el período marzo – septiembre de 2020* Objetivo: establecer la manera en la que impactan las *fake news* de una web en un grupo de universitarios. En la metodología fue cuantitativa, tipo básica, nivel correlacional, diseño no experimental. Entre las conclusiones se halló que las *fake news* afectan en varios ámbitos de los universitarios estudiados porque no hay corroboración de las fuentes y solamente difunden lo que aparece en las redes sociales por confirmar sus pensamientos sin existencia de utilización del método científico. La dificultad de verificación de *fake news* por parte de los universitarios radica en la no distinción de elementos de veracidad de las mismas (Castillo, 2022).

Benítez et al. (2019). *La influencia de las noticias falsas en la opinión pública: Un análisis desde Twitter y Vanguardia.* Objetivo: determinar la influencia de las *fake news* en la formación de la opinión pública analizando dos medios de comunicación (Twitter y Vanguardia). Metodológicamente, tuvo enfoque cualitativo, tipo básico, nivel descriptivo, diseño fenomenológico. La técnica empleada fue la entrevista y análisis de contenido. Entre las conclusiones se halló que el uso del hashtag resulta importante para la divulgación de informaciones sean verdaderas o falsas. Mientras un tema sea tendencia, la propagación de *fake news* sobre este se ejecutará de manera más rápida. Las redes

sociales resultan herramientas de utilidad para la propagación de *fake news* por presentar hechos inauditos o elementos visuales como imágenes o videos. Son pocos los medios comunicacionales que realizan el *fact checking* (verificación de información) y los que la realizan son poco apreciados por los públicos. (Benítez, Conde, Gamboa, Reyes, & Sanabria, 2019).

Blanco, García y Tejedor (2019). *El impacto de las fake news en la investigación en Ciencias Sociales. Revisión bibliográfica sistematizada.* En esta investigación, el objetivo fue realizar una descripción bibliográfica respecto a *fake news*. Metodológicamente, fue de enfoque cualitativo, tipo básico, nivel descriptivo y diseño no experimental. Entre las conclusiones se halló que las noticias falsas son originadas, básicamente, en ámbitos políticos cuando se realizan campañas electorales. Este término guarda relación con otros similares como *misinformation* o *disinformation* o *fact checking*. Este fenómeno se produce a nivel mundial por lo que se debería realizar producción intelectual y científica para contrarrestar este problema social. Finalmente se indica que se carece en investigaciones experimentales respecto a *fake news* (Blanco, García, & Tejedor, 2019).

Coreas, Mejía y Ventura (2019). *Las noticias falsas (fake news) y su incidencia en la credibilidad del periodismo salvadoreño.* En esta investigación, el objetivo fue determinar la incidencia de las noticias falsas en la credibilidad del periodismo salvadoreño. El enfoque fue mixto, tipo aplicada, nivel descriptiva, diseño no experimental. Entre las conclusiones se halló que medios digitales tienen mayor probabilidad de generar noticias falsas por la facilidad en manipular el contenido, ya que ahora casi cualquier persona accede al ciberespacio. El porqué de difusión noticias falsas es para desprestigiar a alguien, especialmente en época electoral. Los jóvenes son más proclives a creer lo que se difunde por falta de hábito de lectura o comprobación. Las plataformas sociales resultan de escasa confiabilidad, no obstante, continúan siendo la mejor opción a causa de la inmediatez ofrecida. También se sostiene que cualquiera con internet puede publicar informaciones y firmarlas con el nombre de personajes reconocidos (Coreas, Mejía, & Ventura, 2019).

Muñoz (2018). *Medios de comunicación y posverdad: Análisis de las noticias falsas en elecciones presidenciales de EE. UU.* El objetivo fue analizar *fake news* propaladas en la campaña presidencial estadounidense en las elecciones del año 2016. Metodológicamente, enfoque cualitativo, tipo básica y diseño no experimental; la técnica fue el análisis de contenido llegando a analizarse catorce noticias falsas escogidas de las

veinte más difundidas en Facebook. Entre las conclusiones principales se halló que la radicalización del populismo con ideas radicales es un tema muy empleado para la generación de *fake news*; en momentos electorales son los más propicios para *fake news* para desacreditar al contrincante o enaltecer a uno mismo utilizando las redes sociales. Para el proceso de la formación de la opinión pública, las emociones juegan un rol de sumo valor (Muñoz, 2018).

2.3 Bases teóricas

2.3.1 Bases teóricas de fake news

Respecto a esta variable, se empleó la teoría de la comunicación denominada agenda setting establecida por MC Combs y Evatt, la cual plantea que los medios de comunicación – para efectos de esta investigación corresponde al Facebook del CCFFAA del Perú – establecen una determinada pauta informativa a las personas según las preferencias del medio o de las personas que lo dirigen. Esta teoría también establece que los temas que a cada medio les pareciera más relevantes son los que presentarán a sus públicos descartando otros de menor relevancia (Sánchez & Campos , 2019).

Adicional a proporcionar la información al público, los medios le dan un significado a dicha información, es decir, proporcionan una visión o panorama de la realidad al público dándole mayor o menor importancia a ciertos aspectos de la información según la línea editorial de cada medio o manera de pensar de un grupo de personas que difunden la información con cierta intencionalidad; es así como se genera corrientes de opinión (Sánchez & Campos , 2019). Hay algunos mantienen posturas contrarias a esta teoría – como es natural en cualquier otra forma de pensar – por asegurar que las audiencias no son simplemente entes pasivos en la recepción de información, sino que buscan ser actores activos en la búsqueda noticiosa.

Entre las definiciones se puede hallar las siguientes:

Son informaciones intencionalmente falaces publicadas en webs de apariencia formal y auténtica. En ocasiones, la dirección de la web suplanta al portal de noticias real ya que su finalidad es engañar al lector. Normalmente, estas publicaciones mantienen activación digital mediante likes, retweets y compartidos de los usuarios (Cortés & Isaza, 2017).

Los avances de las TIC's añaden novísimos instrumentos y maneras de interacción que reconfiguran el ambiente mediático. Estas interrelaciones y redes sociales establecidas y desarrolladas mediante internet posicionan a la humanidad ante una nueva

era: posmediática (Morales, 2018).

Son datos o informaciones carentes de verdad y con apariencia de ser verídicas, en muchas ocasiones son filtradas mediante las redes sociales las mismas que al poseer millones de internautas facilita la difusión de las mismas (Salcedo & Aliaga, 2022).

Sociedades informadas

Ante tanta información latente en el día a día, las diversas sociedades exigen mantenerse informadas para adquirir conocimientos de la forma más plausible posible (Crovi, 2017).

Esta sobrecargada informativa evoluciona y se vuelve cada vez más veloz con el apoyo de las TIC's para generar nuevos conocimientos respecto a aspectos que anteriormente era, por su naturaleza, más difíciles de acceder. Otro aspecto interesante para analizar es la utilización de los nuevos conocimientos para continuar facilitando el acceso a nuevas maneras de tecnologías.

Ante este panorama, se plantea algunas características de estas sociedades informadas (Crovi, 2017):

Omnipresentes al conformar parte de nuestro día a día tanto en ambientes públicos como privados, facilitando que *fake news* puedan llegar raudamente a la colectividad y sigan siendo difundidas a otros miembros llegando a sentir como verdades estas informaciones tergiversadas.

También se puede mencionar la irradiación lo cual alude a la facultad de facilidad para la difusión de informaciones sean verdaderas o falsas especialmente con la utilización de medios digitales por los que casi cualquiera es capaz de replicar las informaciones que les parezcan verdaderas (Crovi, 2017). Esta irradiación es muy propensa para las *fake news* por estar establecidas como volátiles y atractivas para las masas, por ello es que son planteados dos factores sustanciales para generarse esta cualidad: las webs que inician la divulgación y las redes sociales que las propagan (Pauner, 2019).

Otra cualidad de las sociedades informadas es la interacción entre sus miembros convirtiéndolos en seres activos al comentar o reaccionar lo que les llama la atención o afirmaciones que creen como ciertas sin haber sido corroboradas (Crovi, 2017).

Toda la data brindada por los medios se halla cimentada en elaboración noticiosa, acontecidos atractivos e interesantes para el público y suelen ser acciones llamativa y sensacionalistamente resultando casi imposible realizar el seguimiento de procesos atrás

de toda la información.

La globalización facilita la accesibilidad a la información y a la polarización con fines políticos. El avistamiento a *fake news* puede presentar un aspecto positivo al abrir el debate a la comprobación de los medios (Pauner, 2019).

Propaganda y clasificación

La propaganda de guerra consiste en aplicar modelos, maneras y metodologías de la propaganda en general con finalidad bélica cuyos objetivos principales son intimidar a los enemigos, extremar el propio poderío, generar discordias, divulgar datos falsos, conservar el ánimo de los propios soldados, entre otros. Es de esta manera que se puede afirmar que la propaganda de guerra está dirigida a muy distintos públicos (Álvarez, 2019) (Laucirica, 2016).

La propaganda cambia atendiendo a muchos componentes, tales como el público al que se dirige, la institución emisora, la manera en la que es emitida y su finalidad. La manera de clasificarse varía añadiéndose nuevos conceptos de organización en los últimos años (Álvarez, 2019). Según su fuente, la propaganda se puede clasificar de la siguiente manera:

Propaganda blanca: el emisor es abierto, adecuadamente definido y transparente, asimismo posee objetivos claros y concisos (Álvarez, 2019) (Laucirica, 2016).

Propaganda negra: es de origen desconocido y su objetivo consiste en convencer al público que son los “amigos” y que sea confundida como propaganda blanca. Los modelos más significativos lo brindan la Segunda Guerra Mundial y la utilización dada a la radio (Álvarez, 2019) (Laucirica, 2016).

Propaganda gris: no se conoce, con precisión, al emisor, aunque se intenta que el mensaje se mantenga neutral, no obstante, la finalidad es la misma que en la propaganda negra. Su mensaje normalmente estriba respecto a información prohibida por uno de los bandos y suele generar consecuencias desastrosas en la moral de los receptores (Álvarez, 2019) (Laucirica, 2016).

Noticias falsas

Las *fake news* no son un invento moderno. Pero tampoco nacieron en las postrimerías del siglo XIX. Son tan antiguas como la propia humanidad y están inextricablemente unidas al desarrollo de la civilización. Los ejemplos a lo largo de la

historia son innumerables. Podríamos destacar, entre otros, el falso rumor que se extendió por Roma tras el voraz incendio que se inició la noche del 18 de julio del año 64 d. C. Duró cinco días; murieron centenares de personas. Sobre el emperador Nerón se cayeron las sospechas de ordenar a sus secuaces prender fuego a la ciudad con la excusa de que necesitaba un motivo de inspiración para una de sus composiciones musicales. Con el objeto de acallar las incriminaciones, Nerón culpó a los cristianos de provocar las llamas. Así, dio a la plebe la víctima propiciatoria que estaba buscando. Muchos de aquellos pobres desdichados fueron devorados por las fieras en el circo, otros perecieron crucificados y la mayoría fueron condenados a la hoguera y quemados para servir de antorchas humanas que iluminaran la noche durante la celebración de los distintos espectáculos (López, 2019).

Las *fake news* son noticias falsas a las que se dota de un halo de veracidad con el propósito de que adquieran una apariencia de noticia real, a fin de lograr engañar a los potenciales destinatarios del bulo. La mentira ha existido desde siempre, pero en la actualidad las *fake news* se distinguen por su rápida difusión gracias a internet y a las redes sociales. Aunque sus metas pueden ser muy diversas – económicas, religiosas, culturales –, es la motivación ideológica la más dañina de todas, por su capacidad de influir en la opinión pública de las democracias occidentales (López, 2019).

Estas informaciones que, básicamente, se hallan en la web y redes sociales debido a la facilidad en la difusión. Asimismo, pensar en terminar con estos sucesos puede ser un poco ilusorio debido a la pérdida de objetividad de las fuentes, escasa capacidad crítica y poco interés de hallar la verdad. Del mismo modo, no existe un dispositivo que evite su propagación (Blanco, García, & Tejedor, 2019).

No obstante, se puede generar intentos, por parte del periodismo o comunicadores, por verificar las fuentes e informaciones propagadas, es decir, del fact checking (verificación de información). Para discernir adecuadamente las informaciones presentadas digitalmente, se debe desarrollar la alfabetización mediática (Fernández, 2017).

Las *fake news* trascienden directamente en la sociedad generando pensamientos equivocados dificultando la construcción una sociedad funcional. La desinformación es el principal mal para la convivencia de las sociedades porque genera polarización entre pensamientos falsos o inciertos.

En periodismo, la verificación de información alude a la confirmación y comprobación de hechos utilizados o replicados por otras personas o medios de

comunicación. “el Fact-Checking es utilizado para detectar errores, imprecisiones y mentiras” (Benítez, et al., 2019, p. 62).

Comunidad digital y sociedades en red

Internet como nuevo medio de comunicación produjeron controversia sobre la aparición de nuevas maneras de interacción dando la posibilidad de que las personas se mantengan en contacto con otros miembros de la comunidad que comparten sus mismos gustos o pensamientos (Blanco, García, & Tejedor, 2019).

Mientras el internet cobraba popularidad, también lo hacía la interacción digital entre los individuos derrumbando todo obstáculo entre la comunicación de las personas. Los principales actores sociales hallados en el uso de este medio de comunicación son los jóvenes por hallarse más inmersos en aspectos tecnológicos y por la facilidad que poseen en crear su propia identidad según su propia identidad cultural y para evitar ser excluidos por miembros de su comunidad, aunque esto implique una autoexclusión de cada integrante o miembro de la sociedad (Blanco, García, & Tejedor, 2019).

Es en este medio donde las personas pueden perder cohibiciones, llenarse de valor y expresarse libremente sin temor de que alguien pueda replicarse a sus personas, sino a sus avatares, lo cual no les generaría ningún tipo de afectación. Por lo tanto, se sienten libres de opinar, comentar, replicar y hasta reaccionar indistintamente a todo lo que les agrade, además que muchas personas podrán sentirse identificadas con sus ideas.

Manipulación mediática

La generación de *fake news* en la sociedad mediante las redes sociales, especialmente Facebook que es aquella que presenta mayor cantidad de seguidores a nivel mundial, propicia la distracción de la sociedad hacia temas de mayor relevancia como casos de corrupción, investigaciones a ciertos personajes, desprestigio de instituciones, entre otros. Esto también es conocido como las cortinas de humo especialmente en el ámbito político (Ritter, 2018).

El empleo del registro emocional en la transmisión posibilita una respuesta emotiva en la recepción generando miedos, dudas y otros sentimientos negativos; en otras palabras, los mass media manipulan los sentimientos de los individuos haciéndolos sentir furiosos o indignados hacia ciertos hechos, llegando incluso a la privacidad e intimidad de las personas públicas llegando a desprestigiar su imagen (Ritter, 2018).

Origen de las *fake news*

Para abordar las causas de difusión de *fake news* es necesario reconocer la gran cantidad de informaciones que circulan en la red y, el primer paso, es ser conscientes de la realidad que rodea a cada individuo (González, 2022).

En primer lugar, se abordará la difusión intencionada y no intencionada de este tipo de noticias. En lo referente a la primera, se puede hallar al ocultamiento selecto referido a seleccionar solamente cierta parte de la información para mostrar aquella que más le conviene al medio, es decir, un dato recortado. También se halla los clickbates los cuales son titulares sensacionalistas que apelan a los sentimientos de los receptores evitando el empleo de pensamiento juicioso. Otro punto son las cadenas y bulos esparcidos por las redes sociales y cuyo objetivo es recopilar informaciones de los usuarios para propalar información falsa. Asimismo, se halla los deepfakes los cuales son montajes virtuales audiovisuales que exigen la utilización de software para su realización por su gran parecido con la realidad. Por el lado de difusión no intencionada es ejecutada cuando las personas propagan la información que vieron o llegó a sus redes sociales creyendo que son ciertas y otras personas también deben enterarse de los hechos para actuar pertinentemente (González, 2022).

Ante la elevada cuantía de información circulante en web, las personas desarrollan ciertos mecanismos que les permiten procesar la mayor cantidad posible de información sin caer en la saturación. Uno de ellos es el sesgo de representatividad en el que se suele generalizar a todos los miembros de cierta comunidad en base a algunas informaciones vistas. También se halla el heurístico de disponibilidad el cual consiste en intentar adelantarse a lo que ocurrirá basado en experiencias previas. Finalmente, está el sesgo de anclaje el cual refiere a la formación de ideas basadas en la primera información recibida (González, 2022).

En sentido similar, Amoros (2018) sostiene que los productores de *fake news* son aquellos interesados en crear conscientemente un dato irreal con apariencia periodística cuyo fin suele ser una mala imagen de quien se habla (Amoros, 2018). Este mismo autor plantea que este origen puede verse reflejado en **operadores psicológicos**, lo cual está referenciado a crear información que intentan generar determinada utilidad o alterar el pensamiento de la población de un tema de mayor relevancia que suele tener carácter político. Para este origen, también puede verse reflejado, los **grupos de personas** quienes reaccionan igual a las ideas de cada individuo por tener ideas afines o imitan el comportamiento de las mismas. En este sentido, dar like o compartir información

verdadera o falsa es realizado por reforzar la aceptación a la comunidad y viceversa, es decir, el grupo humano también reafirma sus posturas con lo que cada individuo publica o comparte (Amoros, 2018).

Características de *fake news*

Para desarrollar las características que pueden presentar las distintas *fake news* en el ciberespacio se citará a Blázquez (2018) quien afirma que estas pueden poseer hasta 16 cualidades: Manipulación de acontecimientos en distintos niveles. Narrativa excesiva de las confidencias. Discurso emocional primario. Léxico y terminología proclives a mensajes estafadores, empleo de hipérboles y otros recursos. Títulos breves y llamativos. Texto escueto para desarrollar la noticia. Incumplimiento de aspectos fundamentales periodísticos como las cinco W's. Carencia de fuentes y declaraciones. Carencia de sustento documental. Inmediatez de la información. Datos no verificados ni noticias enlazadas. Elevada propagación en medios virtuales. Elevada visualización de comentarios prefabricados o valoraciones positivas en las redes sociales. Mensajes influyentes y decisión del público. Mensajes con doble moral y de alta sensibilidad para los receptores. Mensajes con el problema y la solución al mismo tiempo.

Tipos de *fake news*

Al mencionar las *fake news* no es suficiente indicar como una información ajena a la realidad, sino que se debe establecer los tipos de estas que existen. Según Amoros (2018), ellos son los siguientes:

Noticias manipuladas: aquellas informaciones que presentan una notoria experimentación llegando al punto de retocar imágenes fotográficas a fin de incrementar la sensación de veracidad en lo publicado.

Noticias con contexto falso: aquellos datos que incluyen una tergiversación del ambiente donde se desarrolla la información para la creación de nuevos ambientes ajenos a la realidad.

Noticias fabricadas: caracterizadas por la creación de falacias cuya finalidad es taimar y dañar la imagen de alguna institución o persona.

Estas son complementadas por Wardle (2017) quien asegura la existencia de tres adicionales:

Con conexión falsa: cuando lo visualizado a primera vista (titulares e imágenes) carecen de conexión con el cuerpo de la noticia.

Noticias impostoras: suplantación de fuentes genuinas.

Noticias engañosas: empleos engañosos de datos con la finalidad de incriminar a alguien.

Motivos o intereses para la divulgación

Saber quién fue el difusor de *fake news* puede resultar un trabajo engorroso de hallar si es que se tiene la suerte de encontrar a este o estos responsables porque siempre se publica con seudónimos y cuentas falsas; no obstante, se sabe que está consciente de esta falsedad propiciada por la misma persona y de la modificación en la opinión pública que puede estar causando en la ciudadanía (Amoros, 2018).

Entre los intereses que pueden existir para estas falsas divulgaciones en el CCFFAA se hallan las siguientes:

Militares: se intenta manipular la opinión de la ciudadanía con la intención de reforzar prejuicios obtenidos sobre esta institución cuya intención es orientar las opiniones y acciones destinadas hacia determinado camino.

Desprestigio: la propagación de *fake news* responde, principalmente, a la generación de desprestigio hacia la persona o institución de la que se hace mención, por lo tanto, la reputación queda disminuida afectando a los principales actores intervinientes de los organismos. A largo plazo, se produce deterioro a la imagen de la marca (Focás & Kessler, 2017)

Percepción: el hecho de tener la razón suele ser insuficiente para las personas ya que requieren un reforzamiento que les sirva como un sustento a sus pensamientos. Las personas tienen la tendencia de procesar información con creencias más que con hechos llegando a adecuar los hechos a los pensamientos que se tienen (Cuentas, 2020).

En ocasiones, las *fake news* forman parte de ciberataques híbridos, es decir, ciberataques combinados en los que intervienen las noticias falsas y otros tipos de ciberdelincuencia como los ransomwares (software malicioso que al infectar un ordenador le da al intruso la posibilidad de bloquearlo desde un lugar remoto y encriptar los archivos y datos almacenados. Normalmente, se pedirá un rescate para recuperar la información). En el ámbito castrense, un ciberataque híbrido puede consistir en la difusión de primicias o informes falsos desestabilizadores que atraigan la atención de los equipos de ciberdefensa, momento que es aprovechado por el supuesto ciberenemigo para hacerse con el control de las redes informáticas militares (Alandete, 2019).

2.3.2 Bases teóricas de opinión pública

Resulta ser la acción comunicacional dada en el ámbito público, en el que se debate diversos tópicos como políticos, sociales y otros (Habermas, citado en Gonzáles, 2018). Explicado de otra forma, es la totalidad de sentires de cada miembro de una comunidad manifestadas desenvueltamente en ambiente público, planteando temas de interés común en base a múltiples pensamientos y prejuicios de cada ser según sus propias convicciones, experiencias y creencias (González, 2018).

Este término se inició en el siglo XIX, donde los asuntos de interés general formulaban opiniones particulares. Pues, los discursos expresados por medios de comunicación o por personas del gobierno, generaban opiniones que ejercían funciones de control o crítica a los asuntos públicos. Por tanto, la opinión pública resulta la expresión de la racionalidad que manifiesta y estructura el orden natural controlando al poder, limitándolo en su proceder y forma de actuar (Roucek, 2016).

Es así como el concepto de opinión pública es complejo y diverso, que contiene distintas representaciones desde las élites, el gobierno, los sectores económicos, la sociedad civil. Los diversos puntos de vista transforman la opinión pública en una idea multisémica y aperturada a modificaciones constantes (Roucek, 2016). Por ello es importante la conceptualización de espacio político público entendido como una organización comunicativa que, mediante la estructura de la sociedad civil, se halla arraigada en la cotidianeidad de cada individuo (Garcés, 2015).

La formación de la opinión pública no es generada exclusivamente mediante experiencias particulares o relaciones humanas, sino que también puede estar orientada por las líneas editoriales y lo expresado por sus líderes de opinión (Focás & Kessler, 2017). Es por ello que la sobreexposición a informaciones con talante pesimistas o preocupantes durante periodos largos de tiempo facilita el condicionamiento o direccionamiento de la opinión de una sociedad específica (García, 2017). Por estos motivos resulta fundamental atender los contextos que los usuarios de las redes sociales, especialmente Facebook, realizan en contra del CCFFAA (Sunata & Yildiz, 2018).

Para que se genere esta formación o modificación de la opinión pública, requiere de ciertos factores determinantes hallándose noticias, vivencias particulares y hasta actitudes. Gracias a la facilidad de las personas en el acceso a tecnologías como internet

y redes sociales, muchas personas replican lo que haya en estas sin meditar o criticar si son verídicas, es decir, asumen la verosimilitud de estas por una serie de motivos como creencias, rumores u otros (Márques, 2016).

Asimismo, las **experiencias o vivencias personales** de cada individuo según contextos sociales, económicos, políticos o familiares vividos anticipadamente son elementos o factores propiciadores de formar o alterar la opinión pública de los miembros de cierta comunidad, además que establecen relaciones emocionales en los individuos propiciando el cambio de comportamientos frente a ciertas situaciones resultando en que el planteamiento de una actitud sea positiva, negativa o neutra de cierto acontecimiento se convierta en la fase previa a la formación de la opinión. En el mismo sentido, dentro de estos factores determinantes se halla la **información** que son los datos propalados por una serie de emisores que pueden ser verdaderas o falsas total o parcialmente; estas últimas se realiza con la finalidad de modificar el pensamiento que se tiene sobre cierto aspecto. También se halla las **actitudes** entendidas como la predisposición positivas o negativas de las personas hacia aspectos de interés global o de comunidades para que actúen en determinada orientación dependiendo de la manera en la que fue difundido (Márques, 2016).

Por otro lado, se halla las **formas de la opinión pública**, las cuales se hallan tipificadas por estereotipos y prejuicios que cada individuo se forma respecto a sus propios elementos de su entorno (Mancera & Pan, 2020).

En el caso de los estereotipos resultan ser la totalidad de íconos, símbolos, imágenes o pensamientos atribuidos a unos miembros de determinada sociedad con peculiaridades que los distinguen de los demás seres de su entorno, entre estas cualidades se puede apreciar usos y costumbres, manifestaciones lingüísticas, expresiones cinéticas, distinciones étnicas o religiosas, entre las más saltantes. En la misma tipificación y de forma más puntual, se puede hallar **estereotipaciones** con mayor grado de puntualización como en el caso de las autoridades que deben vestir formalmente u otros estereotipos respecto a la vestimenta y la persona quien lo lleva, instituciones castrenses donde se cree que solamente son formados para el enfrentamiento bélico y aspectos de violencia, así como estereotipos de género donde se le atribuye ciertos roles a la mujer y otros a los varones de la misma institución o región; también se puede citar estereotipos determinados dependiendo de la idiosincrasia de cada nación (Mancera & Pan, 2020).

En tanto el **prejuicio**, morfológicamente está formado por dos morfemas: pre que significa antes de, y juicio cuyo significado resulta en los discernimientos propios de cada persona enfocados en determinados aspectos de su acontecer cotidiano. En otras palabras, un prejuicio resulta ser un juicio establecido con anterioridad. A diferencia de los estereotipos es que el prejuicio ejerce un raciocinio de valor positivo o negativo, mientras que el primero no especifica en cualidades de bondad o maldad de personas, acontecimientos o algún otro que pueda presentarse; no obstante, en ambos se condiciona o encamina, en varias oportunidades, la manera de opinar de cada individuo (Mancera & Pan, 2020).

Comunicación política

Este término es entendido desde una perspectiva conceptual, histórica y cultural, debido a su generación contextual e interrelaciones internas con todo tipo de siempre que son formadas por ciertas sociedades que le dan sentido y, además, condicionan sus usos en las comunicaciones de la ciudadanía (González, 2022). Mediante los medios predilectos por los ciudadanos, estos expresan pensamientos que guían la corriente de opinión siendo interiorizados con la sociedad. Es por ello que se debe la propagación constante de la información a gran escala. Este significante se vuelve en unas de las múltiples maneras de expresar llegando a cumplir el rol de mapeo para determinados contextos sociales por la capacidad de reflexión en sus dimensiones políticas y comunicacionales. (Tadeo, De Frutos, & Cruz, 2022).

El estudio de estas interacciones entrampadas, cuyo origen es el sistema formal de la política nacional, es resaltado como trascendente por referenciar los procedimientos e imaginarios sociales en periodos electorales, igualmente a la multiplicidad de interacción entre gobierno y ciudadanía llámese presidentes o alcaldes por realizarse con variados canales, diversidad de líderes de la comunicación de masas y que, también, proceden mediante la intermediación básica de cualquier medios comunicacionales (Tadeo, De Frutos, & Cruz, 2022).

Por otra parte, se entiende el término de comunicación política como un elemento problematizado por su propia naturaleza aludiendo a la conformación histórica y filosófica de las ideas que serán adjudicados por la sociedad provenientes de medios masivos de comunicación (Clemente & Ruleta, 2014), igualmente que con relaciones e interactividad de temas políticos y comunicacionales. La “comunicación política” es

empleado como elemento de valor designador y analizador de relaciones mutuas. Política y comunicación, brinda mayor definición sobre su esencia especialmente establecida sobre atributos, valores y pensamientos en ámbitos sociales (Márques, 2016).

Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas

Sus orígenes se trasladan alrededor de 1950, cuando los Estados Mayores Generales de los organismos militares, aprehendieron las vivencias del uso operativo de las fuerzas conjuntas durante la Segunda Guerra Mundial, poniendo en relevancia la urgencia de una institución estructurada y constante para salvaguardar el orden interno e externo del país (MINDEF, 2006).

El Centro de Altos Estudios Militares (CAEM) presenta un proyecto de factibilidad de creación de una nueva estructura, planificando la Defensa Nacional en época de calma y conflicto, incorporando a las tres instituciones castrenses, diseñando su misión, ordenación y marcha, para mejora el uso de talento humanos y material de las Fuerzas Armadas (FF.AA.) garantizando independencia, soberanía e integridad de la nación.

El Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas fue creado con el DS N° 002-GM/1 de 1957, que establecía: “El Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas, depende directamente del Presidente de la República, es el escalón más alto del planeamiento y coordinación de las operaciones de las Fuerzas del Ejército, de la Marina y de la Fuerza Aérea”. Su primer Presidente fue el General de División Manuel Cossio Cossio (MINDEF, 2006).

Las modificaciones producidas en el tiempo, en ámbitos internacionales, regionales y nacionales, relacionados con la seguridad y defensa nacional, produjeron cambios fundamentales y organizacionales en el CCFFAA.

En 1992, debido a la guerra contra el terrorismo, se creó el Comando de Frente Interno (COFI) encargado de la lucha contra la subversión y el narcotráfico; de esta manera el Comando Conjunto pasó a tener dos Sub-Jefaturas: del Frente Interno y del Frente Externo.

El año 2002, siendo vencida estratégicamente la subversión, se dispuso la desactivación del COFI, retornándose a la estructura organizacional primigenia (MINDEF, 2006).

Funciones del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas

Entre las funciones cumplidas por el CCFFAA, se halla las siguientes:

Realizar en todo detalle, la planificación, preparación, coordinación y ejecución de operaciones y tácticas militares conjuntas de las FF.AA., manifestadas en planes y directivas planteadas según amenazas, supuestos de guerra, conflicto y estados de excepción (MINDEF, 2006).

Planear, coordinar y dirigir la participación de las Instituciones Armadas en las Misiones de Paz convocadas por la Organización de las Naciones Unidas (ONU). Capacitar al personal participante en el Centro de Entrenamiento Conjunto para Operaciones de Paz.

Planear, coordinar y controlar las actividades realizadas por las Instituciones Armadas en apoyo de Defensa Civil, destinadas a prever, reducir o eliminar los daños generados por desastres que exijan su intervención.

Planear, coordinar e instituir los procesos relativos a la movilización en el campo militar, cuya aplicación será llevada por las Instituciones Armadas.

Planear, preparar, coordinar y manejar acciones cívicas conjuntas y combinadas, para cumplir la Política de Defensa Nacional en todos los contextos del trabajo estatal en busca del bienestar social.

2.4 Definición de términos básicos

Actitudes: predisposición de las personas hacia determinada forma de actuar; estas actitudes pueden ser positivas, negativas o neutras (Márques, 2016).

Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas: institución del estado peruano conformada por las fuerzas terrestres, navales y aéreas cuya finalidad primigenia es defender al país ante ataques extranjeros, aunque también puede darse la opción de intervenir al interior del territorio nacional ante eventos que requieran apoyo a la población tales como sismos, inundaciones, entre otras.

Credibilidad: rango de aceptación de veracidad de las informaciones recepcionadas en algún medio de comunicación, el cual puede ser, normalmente, en canales virtuales como Facebook (Sandoval y Miranda, 2019).

Desprestigio: mala reputación percibida por las personas de una determinada sociedad hacia otras personas, instituciones o empresas (Focás y Kessler, 2017).

Distorsión: distraer la atención de las personas sobre acontecimientos de suma relevancia para el crecimiento y desarrollo del país por otros carenes de veracidad o

verificación.

Enjuiciar: generar rasgos de valor basados en ideas e indicios son llegar a ser confirmadas (Márques, 2016).

Estereotipo: características inherentes en la mente de las personas realizadas en base a elementos repetitivos generalizando las mismas cualidades en todas las circunstancias similares (Mancera y Pan, 2020).

Experiencias personales: vivencias de cada persona relacionadas a hechos específicos y que forman pensamientos y opiniones específicos (Márques, 2016).

Facebook: red social con mayor cantidad de seguidores y que fue seleccionada para esta investigación.

Formas de opinión: sumatoria de distintas maneras que tienen las personas para emitir sus pensamientos o ideas (Mancera y Pan, 2020).

Informaciones: datos vertidos en medios digitales, especialmente, en redes sociales por los cuales se transmiten mensajes determinados hacia la ciudadanía y cuyo emisor no necesariamente es real.

Intereses de difusión: causas por las cuales son propaladas las *fake news* sobre el Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú. Estos intereses pueden ser políticos o por desprestigio hacia la institución (González, 2018).

Manipulación: acción y efecto de trastocar el pensamiento de los ciudadanos respecto al CCFFAA con la finalidad de desprestigiar esta institución o desviar la atención sobre otros hechos que suceden dependiendo de la coyuntura (Ritter, 2018).

Militares: personas pertenecientes a las fuerzas armadas peruanas que están divididas en el ejército, marina y fuerza aérea.

Noticias con contexto falso: informaciones vertidas en medios de comunicación digital cuya principal cualidad es tomar una imagen existente y real, pero con mensajes textuales irreales que no concuerdan con los hechos reales (Wardle, 2017).

Noticias fabricadas: informaciones vertidas en medios de comunicación digital cuya principal cualidad es producir informaciones paralelas a la realidad (Wardle, 2017).

Noticias manipuladas: informaciones vertidas en medios de comunicación digital cuya principal cualidad consistió en trastocar los pensamientos de los ciudadanos respecto al CCFFAA con la finalidad de desprestigiar a la institución (Wardle, 2017).

Operadores psicológicos: ciudadanos con capacitaciones en formación académica que intentan crear ciertas corrientes de opinión en la población (Amoros, 2018).

Origen: fuente, intencionada o no, por la que se produce la difusión de las informaciones falsas en las redes sociales (González, 2018).

Percepción: manera en la que es captada determinada institución por parte del ciudadano perteneciente a una sociedad (Cuentas, 2020).

Prejuicio: juzgamientos realizados por las personas sin haber realizado la correspondiente verificación de las creencias (González, 2018).

Verificación: proceso por el cual se corrobora la información previa a su difusión en redes sociales o en alguno otro medio de comunicación (Benítez, et al., 2019).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Las categorías y su operacionalización

3.1.1 *Identificación de categorías y su definición*

Definición conceptual:

La variable *Fake news* es definida por Ritter (2005) como aquellas informaciones que emplean trucos determinados para engañar a los públicos que las ven o leen. Estos trucos pueden ser semánticos, técnicos o psicológicos con la finalidad de generar informaciones imprecisas para persuadir o manipular el comportamiento de las personas o desprestigiar instituciones (Ritter, 2018).

La variable **opinión pública** es entendida por González (2018) como la totalidad de sentires de cada miembro de una comunidad manifestadas desenvueltamente en ambiente público, planteando temas de interés común en base a múltiples pensamientos y prejuicios de cada ser según sus propias convicciones, experiencias y creencias (González, 2018).

Definición operacional

Fake news: informaciones propagadas en redes sociales cuya principal cualidad es la falsedad de lo que manifiestan y cuyo origen puede ser partidos políticos, grupos ideológicos o hasta empresas. Entre los tipos de información recurrente como no verificada se halla las noticias manipuladas, con contexto falso y fabricadas. Finalmente, los intereses para generar estas informaciones pueden ser de tipos políticos, de desprestigio y de odio.

Opinión pública: pensamientos albergados de forma grupal por miembros de una misma comunidad que guardan ciertos pareceres concordantes. Esta opinión pública puede tener factores para su determinación como informaciones, experiencias personales y actitudes de las mismas personas. Estos pensamientos colectivos pueden estar representados de diversas formas como estereotipos y prejuicios.

3.1.2 Operacionalización de categorías

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Instrumento
VARIABLE <i>Fake news</i>	Origen	Operadores psicológicos	1 – 2	Preguntas abiertas	Guía de entrevista
		Grupos de personas	3 – 5		
	Tipos	Noticias manipuladas	6	Preguntas abiertas	Guía de entrevista
		Noticias con contexto falso	7		
VARIABLE Opinión pública	Intereses	Militares	9 – 10	Preguntas abiertas	Guía de entrevista
		Desprestigio	11		
		Percepción	12		
	Informaciones	13	Escala Likert	Cuestionario	
Factores determinantes	Experiencias personales	14			
		Actitudes	15		
	Formas de opinar	Estereotipos	16 – 17	Escala Likert	Cuestionario
		Prejuicios	18 – 19		

3.2 Tipo, nivel y diseño de investigación

3.2.1 Tipo de investigación

Se desarrolló una investigación aplicada, pues es una investigación cuyos resultados pueden ser llevados a otros contextos o instituciones, es decir, generalizable en otros contextos, además presentó una observación de contenidos del objeto de estudio que carecieron de control (Nicaragua, 2018). Se tuvo un trabajo que contribuyó con el conocimiento en el campo de las *fake news* (noticias falsas) y la opinión pública respecto al CCFFAA.

3.2.2 Nivel de investigación

Correspondió a la investigación descriptiva, pues el trabajo estuvo basado en apreciar y describir las peculiaridades que poseen las *fake news* relacionadas al CCFFAA en la formación de la opinión pública. Para ello se siguió una metodología de revisión constante de material bibliográfico de ambas variables, charlando directamente con altos mandos de esta institución castrense y que puedan dar sus apreciaciones respecto a estas noticias en la formación de la opinión pública. Las indagaciones descriptivas priorizan especificar propiedades y cualidades importantes de los fenómenos analizados (Nicaragua, 2018) (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

3.2.3 Diseño de investigación

El estudio que se desarrolló empleó el denominado como no experimental, debido a que no se controló ni manipuló las variables. Para desarrollar la investigación, el tesista observó los fenómenos a estudiar en su ambiente y proceso natural, obteniendo los datos directamente para analizarlos posteriormente. Los diseños no experimentales son realizados sin manipular intencionalmente las variables y solamente los fenómenos serán observados en su entorno natural (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

3.3 Población y muestra

3.3.1 Población

La población estuvo conformada por los altos mandos del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas.

Por otro lado, la cantidad de *fake news* analizadas fue de 20 considerada como una

muestra pequeña.

3.3.2 Muestra

La muestra estuvo conformada por 5 dirigentes del CCFFAA para la aplicación de la guía de entrevista.

Por el lado de las *fake news* que fueron analizadas, se decidió trabajar con el total de 20 halladas en internet.

En cambio, para la aplicación del otro instrumento el cual fue el cuestionario, el cálculo de la muestra se realizó de la siguiente manera:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Identificando estos componentes:

N = población (11 millones de seguidores del Facebook del CCFFAA)

Z = Nivel de confianza (1.96)

P = porcentaje de aceptación (50%)

Q = porcentaje de rechazo (50%)

D = error estadístico (0.05)

Procediendo con los cálculos correspondientes, se obtiene la siguiente información:

$$n = \frac{11000000 \times (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 \times (11000000 - 1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{11000000 \times 3.8416 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 \times (11000000 - 1) + 3.8416 \times 0.5 \times 0.5}$$

$n = 10564,400 / 27369$

$n = 386$

Por lo tanto, según los cálculos correspondientes, la muestra asciende a 386 limeños.

3.4 Métodos de investigación

Los métodos que se emplearon para esta investigación son el analítico debido a que se estudia cada una de las variables independientemente para precisar la manera en la que actúa cada una de estas (Nicaragua, 2018).

También se utilizó el inductivo porque, a partir de evaluaciones de casos particulares que fueron las *fake news* se pudo establecer conclusiones generales.

3.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

3.5.1 Técnicas

Debido a que se utilizaron varias técnicas, se evidencia una triangulación de técnicas, las mismas que fueron la entrevista, el análisis de contenido y el cuestionario.

Se esgrimió la entrevista como técnica de recolección de datos, tanto para hablar con generales como con altos miembros del comando conjunto de las fuerzas armadas. La finalidad es conocer sus ideas, metodologías e impresiones sobre el tema planteado.

De igual forma, la técnica para analizar las *fake news* fue el análisis de contenido de estas informaciones.

Finalmente, para conocer la variable de la opinión pública y su variación en la ciudadanía, se plantea la técnica de la encuesta para la recolección de datos correspondiente a gran número de personas.

3.5.2 Instrumentos

Como instrumento se utilizó la guía de entrevista semiestructurada que contendrá preguntas centradas en el tema a desarrollar y que ayudarán a revelar los alcances de las *fake news*.

En cambio, el instrumento para analizar las *fake news* fue la guía de código de estas informaciones.

Finalmente, para el caso de la medición de la opinión pública se empleó el

instrumento del cuestionario ya que con este se podrá recopilar cantidades elevadas de información a muchas personas pertenecientes a la población de estudio.

Estos instrumentos fueron validados por cuatro (4) profesionales con el criterio del Juicio de Expertos. Quienes validaron el instrumento fueron el Mg. Manuel Jesús Martín Gómez De La Torre Aranibar, Dr. John Edgar Rivera Machuca, Mg. Iván Raúl Loayza Abregú y Mg. Fernando Martínez de Pinillos Quiñones (VER ANEXO 3).

3.6 Técnicas de análisis de datos

Las técnicas del procesamiento de los datos consistieron en tres partes según los instrumentos esbozados: la primera, la entrevista a los altos mandos del CCFFAA y su posterior transcripción de las declaraciones, finalizando con el análisis de las principales secciones o áreas presentadas por los entrevistados.

Para el caso del análisis de las *fake news* se procedió a seleccionar las piezas relacionadas al caso de estudio y se tabuló las características establecidas en el instrumento.

Finalmente, para la aplicación del cuestionario, este fue difundido digitalmente y las tabulaciones correspondientes fueron recopiladas automáticamente con el Drive respectivo.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Descripción de resultados

4.1.1 Resultados de las entrevistas

Respecto a las entrevistas hechas, estas fueron ejecutadas a cinco personas:

1. General de Brigada del Ejército del Perú Jhon Edgar Rivera Machuca - jefe de la División de Comando y Control del Estado Mayor Conjunto de las Fuerzas Armadas.

2. Coronel del Ejército del Perú Fernando Martínez de Pinillos Quiñones – jefe de oficina de prensa e imagen institucional del CCFFAA.

3. Coronel del Ejército del Perú Iván Raúl Loayza Abregú - jefe del Comité de Asesores del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas – CFFAA.

4. Comandante Fuerza Aérea del Perú Carrión Palacios Carlo Fernando - jefe de la unidad de prensa, difusión e imagen institucional y de la unidad de ceremonial, protocolo y relaciones públicas del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú.

5. General de Ejército Manuel Jesús Martín Gómez De La Torre Aranibar - jefe del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas.

Respecto a los operadores psicológicos, los entrevistados 2, 3, 4 y 5 coincidieron en sostener que estos no son los responsables de generar *fake news* ya que un operador psicológico requiere una preparación en alguna institución, lo cual implica un hecho muy formal. También se añade estos poseen una intencionalidad clara y lo que se busca es intentar posicionar un derecho. Al respecto, el entrevistado 5 aseguró que “las *fake news* que tienen que ver con el CCFFAA son generadas por diversos actores de acuerdo a sus intereses particulares, pudiendo ser operadores psicológicos o no”.

Tabla 1

Operadores psicológicos

Entrevistado 2	Entrevistado 3
“Cuando hablamos de operadores	“Están buscando algunos intereses porque

psicológicos estamos hablando de muchas de las *fake news* tienen que ver con personas que están siendo capacitadas reconocimientos de derechos que va en un tipo de formación de un instituto; orientado, con un público especial.” algo muy formal.”

Ante la identificación de algún grupo con mayor repercusión de generación de *fake news* contra el CCFFAA, el entrevistado 1 pudo identificar que, actualmente, todos los grupos relacionados a ideologías de extrema izquierda con una orientación violentista para lograr sus propósitos. Complementando esta información, el entrevistado 2 manifestó que en las redes sociales de la institución hay muchos seguidores con ideologías, personales, políticas, militares; así que utilizarían la plataforma para dirigirse a ese blanco. Del mismo modo, el entrevistado 5 aseguró que “los *fake news* sobre el CCFFAA no evidencian una ideología en particular, sino temas de particulares de grupos de interés coyunturales”. Sobre el tema, los entrevistados 3 y 4 mantienen la siguiente posición:

Tabla 2

Grupos ideológicos con mayor repercusión

Entrevistado 3	Entrevistado 4
<p>“En la parte del VRAEM, la parte de la organización terrorista saca algunos comunicados post operaciones minimizando las acciones de las FFAA. Ellos sí son un grupo ideológico directamente opositores a nosotros. Los otros comunicados que tienen que ver con el desprestigio de las FFAA y PNP están orientados al tráfico ilícito de drogas porque somos los principales actores y tratamos de minimizar este tipo de ilícito mediante la coerción sí somos sujetos a <i>fake news</i> mediante una campaña orquestada que trataría de buscar libertad</p>	<p>“El CCFFAA no se encarga de diseminar ideologías en sí, sino lo que intenta es minimizar la posibilidad de que una ideología se instaló en el total del personal de las FFAA que, en sí, como miembros de las FFAA deben ser neutrales”</p>

de acción para continuar con el ilícito.”

Respecto a las características que presentan estos grupos, todos coincidieron en manifestar que intentan desprestigiar a la institución, aunque cada entrevistado expuso otras cualidades según su particular punto de vista como manifiesta el entrevistado 2: “la característica en común de ellos es desinformar. Aquellos que no están a favor de la formalidad. El CCFFAA y otras instituciones formales siempre se basan en sus propias normas. Cuando se aplica las normas a muchas personas no están de acuerdo y están buscando otros intereses que no son el común, sino personales. Es por eso que no están de acuerdo con estas instituciones”. De forma similar, el entrevistado 5 aseguró que “la gran mayoría tienen que ver con el rol constitucional de las fuerzas armadas en el devenir nacional”.

Tabla 3

Características de los grupos

Entrevistado 1	Entrevistado 3	Entrevistado 4
“Son grupos de ideologías extrema que usan mucho la violencia física y audiovisual y que tienen muchos valores antidemocráticos.”	“En el caso del VRAEM son comunes, pero, en términos generales en el país, son diferentes debido al interés particular que pueden tener como el reconocimiento de derechos que han estado en una zona de combate de guerras anteriores y que al no alcanzar ese incentivo muestran su incomodidad”.	“Hay varias que tenemos en contra: los grupos terroristas, grupos políticos y afectan las conductas de nuestro personal”.

Respecto al grado de manipulación que pueden alcanzar estas *fake news*, los entrevistados coincidieron en manifestar que son muy manipuladas con la finalidad de hacer confundir al público con sus mensajes y desprestigiar a la institución.

Tabla 4

Nivel de manipulación de fake news

Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3
<p>“Estas son totalmente manipuladas: en muchos videos hemos visto campesinos con sus hondas y hacen parecer que son personas aparentemente inofensivas pero los hechos demuestran que parte de la población se ha organizado con hondas, con flechas y hasta con granadas caseras para hacer daño a los miembros de la policía y las FF.AA.; es decir, no pintan la realidad como es.”</p>	<p>“Sé de algunas, pero son manipuladas de tal manera que pueden confundir a los seguidores, por eso, inmediatamente se toma acción y se aclara las noticias”.</p>	<p>“El impacto inicial, a veces, es alto, pero hay una reacción coherente y oportuna que permitió rápidamente aclarar la situación y se perdió el efecto inmediatamente”.</p>

No obstante, el entrevistado 4 asegura que “se dan, pero siempre es una población muy reducida, no tiene mucha diseminación, no llega a calar en toda la gente porque en sí las FFAA tienen una credibilidad por las acciones que vienen realizando en toda la vida desde su creación a favor de la población.”

Respecto al contexto en el que son publicadas estas *fake news*, los entrevistados aseguran que guardan un porcentaje alto de similitud con la realidad, aunque son sacadas de contexto para poder manipularlas e intentar desprestigiar al Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas. Sobre el tema, el entrevistado 5 manifestó que “muchos de ellos son contextos relacionados con las funciones del CCFFAA, pero la información difundida es falsa”.

Tabla 5

Contextos manipulados

Entrevistado 1	Entrevistado 3
<p>“La mayoría son contextos reales. A partir de hechos reales existen la desinformación o una forma de tergiversar la realidad mostrando solo una parte de la historia, la que les conviene y haciendo parecer que las fuerzas del orden actúan con extrema violencia en contra de la población que está desarmada o que está yendo a hacer alguna manifestación política.”</p>	<p>“Muchas veces son creadas, pero en base de un 50% a las funciones creadas por el CCFFAA, sin embargo, el resto están formulados sin conocer las funciones de la institución porque, en realidad, el CC conduce las acciones de las instituciones militares y las instituciones armadas son las que realizan la labor administrativa y preparan a la fuerza militar. Muchas veces hay una confusión y cuando identificamos eso, vemos que no es alguien que tenga una intencionalidad, que no está preparado, no hubo investigación previa, sino que simplemente lanzan para ver el desprestigio que puede causar a la institución.”</p>

Por otro lado, en relación al proceso que realiza la institución cuando detecta *fake news* en las redes sociales, el entrevistado 1 mencionó “se ha tomado acciones inmediatas para contrarrestar esas campañas q afectan nuestra imagen”. En sentido similar respondió el entrevistado 2 quien sostuvo “inmediatamente se aclara el hecho a todos los seguidores aclarando que es una noticia falsa”. Respecto a este punto, el entrevistado 3 complementó algunos casos que recordó algunas de las *fake news* contra el CCFFAA: “Dentro de las redes encontramos en el último periodo en temas donde el CCFFAA expresaba algún apoyo a alguna tienda política o algún poder del Estado y muchas de ellas fueron reiterativas. Ciertamente el comando conjunto tiene claro sus funciones la cuales están respaldadas en la constitución que menciona que las FFAA no son deliberantes y deben ser subordinadas al orden constitucional”.

En lo referente a los intereses para la divulgación de estas *fake news*, los entrevistados aseguraron que no son militares ya que, para esto, otro militar debería

publicar estas falsedades, más bien coinciden que el principal interés es generar desprestigio de la institución. Al respecto, el entrevistado 5 aseguró que no hay interés militar, sino solo buscan confundir a la población sobre la actuación de las Fuerzas Armadas del Perú.

Tabla 6

Intereses para la divulgación

Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3
<p>“Pensamos que al provocar estas <i>fake news</i> se busca afectación del bien jurídico que es la imagen de una institución tutelar como es las FFAA y con esto desmotivar a los integrantes de las FFAA que en estos momentos se encuentran luchando contra los violentistas que afectan la propiedad privada y la propiedad del Estado. Esto es importante porque generar la desmoralización de las tropas significa que dejen de hacer su trabajo como corresponde por eso la intención del CCFFAA es mantenernos unidos y firmes en nuestro</p>	<p>“Puede ser de desprestigio, verlo como una unidad débil ante otros grupos de interés en contra. Pero intereses militares debería ser otro militar que quiere ir en contra de nosotros. Por ejemplo, terroristas ya que ellos dicen ser militares, pero no son militares porque son una fuerza terrorista que se integra por delincuentes que usan el miedo.”</p>	<p>“En términos militares creo que no hay un interés claro. Creo que hay orientación política debido a los puntos de vista o pareceres de cada grupo. Nosotros somos una entidad del Estado, no del gobierno ni de algún poder; como tal, sabemos cuál es nuestro rol y cuando aparece cualquier noticia que aparece fuera de este contexto debe ser aclarada de inmediato y la población identifica que no somos los promotores de ello”.</p>

trabajo”.

En sentido similar, el entrevistado 3 complementa afirmando “se trata de menoscabar el rol que cumple, pero en otras se trata de aprovechar la valoración dada por los peruanos sobre que las FFAA son las de mayor aceptación. Ser alguien con gran aceptación es interesante pegarme a ellas porque quizás la opinión pública se oriente a mis ideas. Por eso, muchas de las cosas que ocurren es aprovechando ese posicionamiento que tienen como institución sólida y respetable”.

Respecto a generar un posible odio hacia esta institución peruana, los entrevistados rechazaron esta postura ya que consideran que lo que se busca es producir un desprestigio hacia la institución y, como manifestó el entrevistado 3, “hacer vernos como que apoyamos a una de las causas”. Complementando este punto, el entrevistado 4 añadió lo siguiente: “Más que odiar, no se podrá alcanzar por el buen posicionamiento que tienen estas y tienen aceptación de la población en vista de las acciones que realizan en favor de ellas y siempre estarán listas en cualquier acontecimiento que la población necesite que las FFAA estén ahí. Pero lo que sí se busca es de alguna manera desprestigiar y más que odien, darles espacio a ellos a realizar sus actividades delincuenciales”. Igualmente, el entrevistado 5 aseguró que más que desprestigiar, se busca confundir a la población sobre el accionar de las FFAA y su respeto al marco constitucional.

Por otro lado, los entrevistados aseguran que la reiteración de estas *fake news* puede alterar la opinión pública, aunque con la rápida respuesta del Comando Conjunto, las personas se dan cuenta de que se trató de una información falsa.

Tabla 7

Reiteración de fake news

Entrevistado 1	Entrevistado 4
“De hecho que cualquier desinformación siempre altera la opinión que se tenga de algo por eso que el CC entiende que es parte de su trabajo hacer una contracampaña para contrarrestar la desinformación vigente y evidente de las <i>fake news</i> .”	“La diseminación es siempre con las mismas personas, los mismos grupos que comentan en contra por algún motivo que tienen particularmente y con lo que pretenden minimizar la credibilidad de las FFAA.”

Por otro lado, tanto las experiencias personales como las actitudes de cada individuo, según los entrevistados, también son elementos que pueden orientar o alterar la opinión que pueden tener las personas respecto a alguna institución o influyente. Al respecto, el entrevistado 5 manifestó que “la actitud de cada persona normalmente responde a sus intereses; y al tener cada persona sus propios intereses, estos generan que opinen de una forma u otra”.

Tabla 8

Experiencias personales como las actitudes

Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3
“Cada uno tiene una visión a partir de su experiencia que es alimentada a través de su medio ambiente, influenciada por líderes de opinión que se esté relacionando y eso genera que su corriente u opinión esté cambiando para fines positivos o negativos.”	“Claro. Cada persona tiene una experiencia basada en su carrera o sus actividades. De hecho, una persona vinculada a este entorno militar o conocedor de estos hechos tiene mucha injerencia en este hecho. Las actitudes también. Por ejemplo, si yo tengo mal día y me hacen una pregunta de una persona, tengo que controlar ese momento para concentrarme en lo diré. Por eso es importante, guardar esa calma y llevar una actitud buena. Si yo de frente ya estoy cuestionando, cuál sería mi pensamiento. Si mi actitud va a ser negativa, mis	“Creo que en un primer momento sí, pero en un segundo momento se pierde ese impacto y se restaura la confianza en la institución que es un organismo del Estado objetivo e imparcial y lo único que busca es que el Perú avanzando. Las experiencias también. Cada persona, más allá del conocimiento alcanzado, sus vivencias e ideología generan que tengan un comportamiento o acciones correspondientes que generan una diferencia que hacen particular a cada persona”.

respuestas serán en contra
de esa opinión”

Del mismo modo, los prejuicios y estereotipos, coincidieron los entrevistados, son factores que también son elementos que alteran o generan una corriente de opinión ya que, como opinó el entrevistado 2 “prejuizar es adelantarme a un hecho que no se cumple”. En sentido similar, los entrevistados 1 y 3 aseguraron que muchas personas tienen el estereotipo de que los militares solamente saben marchar y mandar en sus cuarteles o como personas que no pasan de marchar, gritar y ser autoritarios porque eso es lo que proyecta el uniforme y la forma en la nos presentamos en los desfiles. De modo similar, el entrevistado 5 aseguró que “según al estereotipo que pueda tener una persona de la imagen de las FFAA, es una condicionante para formar su opinión de nuestra institución; ya que, cualquier información recibida de las FFAA la contrasta o tratan de hacer encajar en el estereotipo propio que tienen”.

Tabla 9

Prejuicios y estereotipos

Entrevistado 1	Entrevistado 3	Entrevistado 4
“Sí y los estereotipos son algo con lo que siempre deberíamos estar luchando nosotros: para mucha gente, los militares solo saben marchar y mandar en sus cuarteles, pero, si supieran lo que hacemos para prepararnos y en nuestro trabajo diario se darían cuenta que hay muchos de gran valor en la institución. Los prejuicios nacen al calor	“El tema de estereotipos es muy influyentes en las personas. Por ejemplo, en términos militares, muchos nos estereotipan como personas que sabemos marchar, gritar y somos autoritarios porque eso es lo que proyecta el uniforme y la manera en la nos presentamos en los desfiles; sin embargo, no necesariamente es así: tenemos capacitación con	“aquel que viene con prejuicios y con objetivos, más que nada, de hacer daño, para minimizar o tratar de influir en otras personas por algún motivo puede alterar su conducta y la de otros, lo cual se puede hacer frente simplemente siendo transparentes. Obviamente, no todos tendremos el mismo

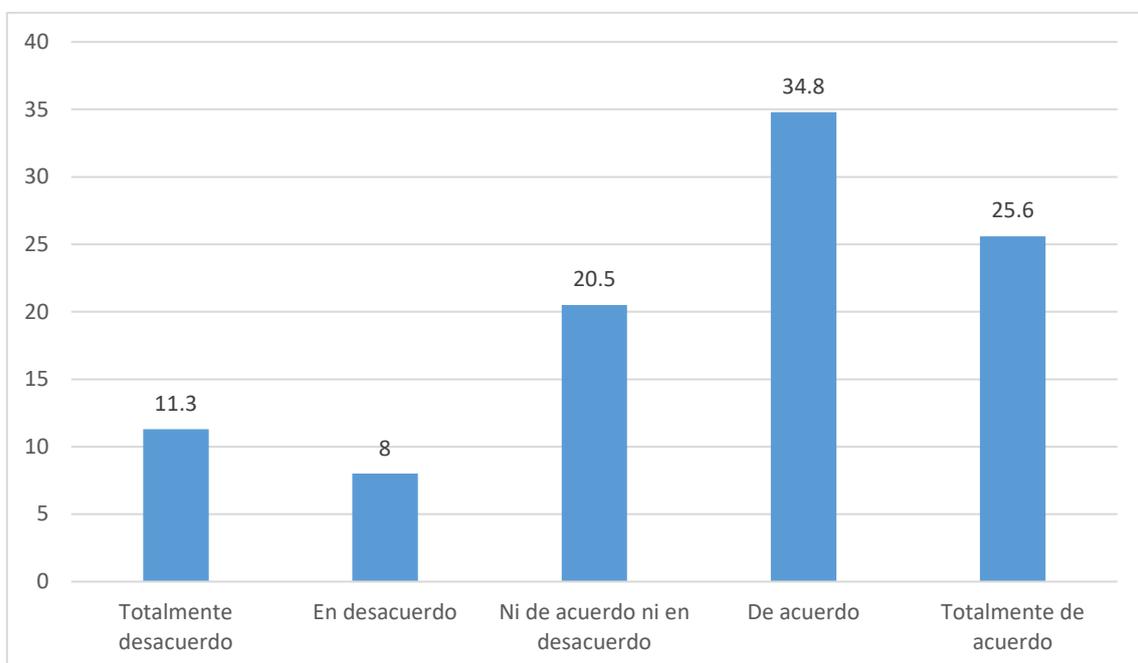
del medio ambiente de diplomados, cursos, pensamiento o forma de cada persona, en sus maestrías, posgrados.” ser: algunos son más experiencias en su abiertos o más cerrados formación y por la porque somos seres influencia de sus líderes humanos: tenemos una de opinión.” misma ideología, pero tenemos pensamientos diferentes”.

4.1.2 Resultados de la encuesta

Por el lado de las encuestas realizadas a las personas, los resultados se muestran a continuación con sus respectivas descripciones:

Figura 1

La divulgación constante de fake news sobre el CCFFAA altera la opinión de las personas

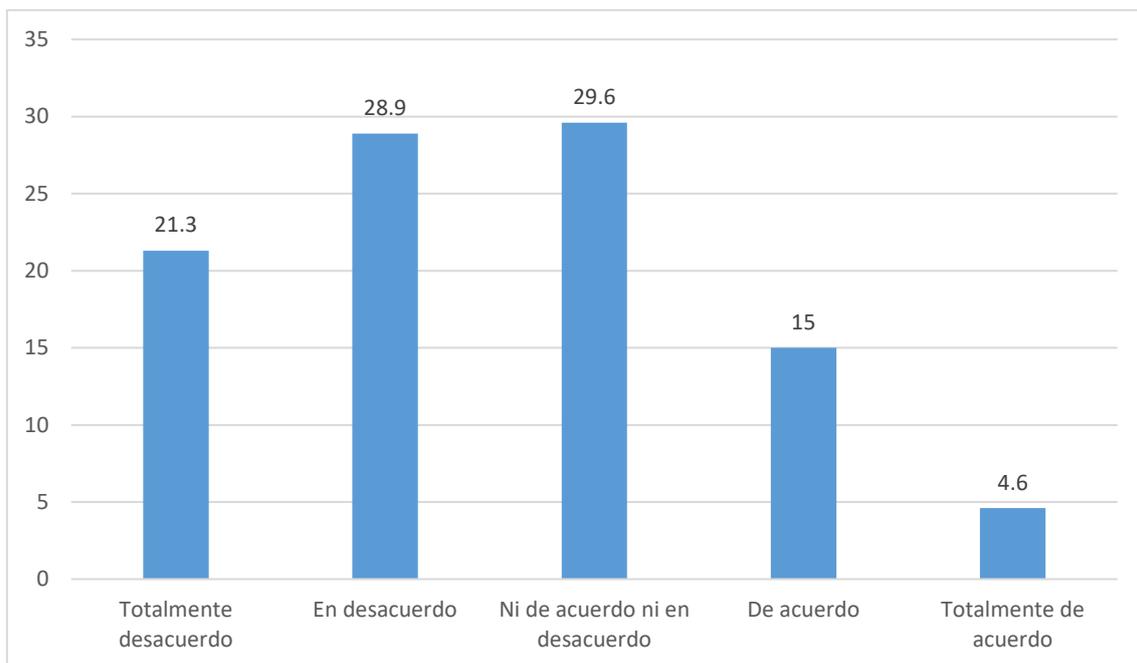


En la figura 1, se aprecia los resultados a la divulgación constante de *fake news* en la repercusión de la opinión pública. Esta indica que el 60.4% (236 encuestados) aseguró

estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con esta premisa, mientras que el 19.3% (75 encuestados) indican estar en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con la premisa planteada. En cambio, el 20.5% (80 encuestados) no se sienten de acuerdo ni en desacuerdo con esta proposición.

Figura 2

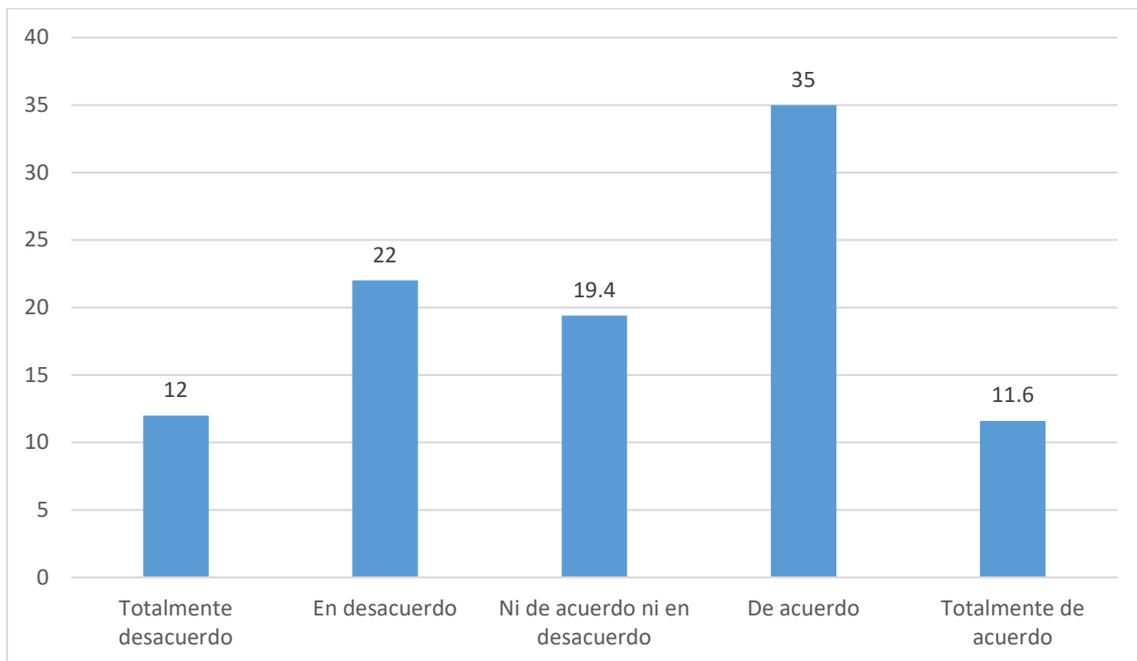
Cree como cierta toda información publicada en redes sociales sobre el CCFFAA.



En la figura 2, se aprecia los resultados sobre la aceptar como cierta la información propalada en redes sociales sobre el CCFFAA. A lo que el 19.6% (78 encuestados) aseguró estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con esta premisa, mientras que el 50.2% (197 encuestados) indican estar en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con la premisa planteada. En cambio, el 29.6% (116 encuestados) no se sienten ni de acuerdo ni en desacuerdo con esta proposición.

Figura 3

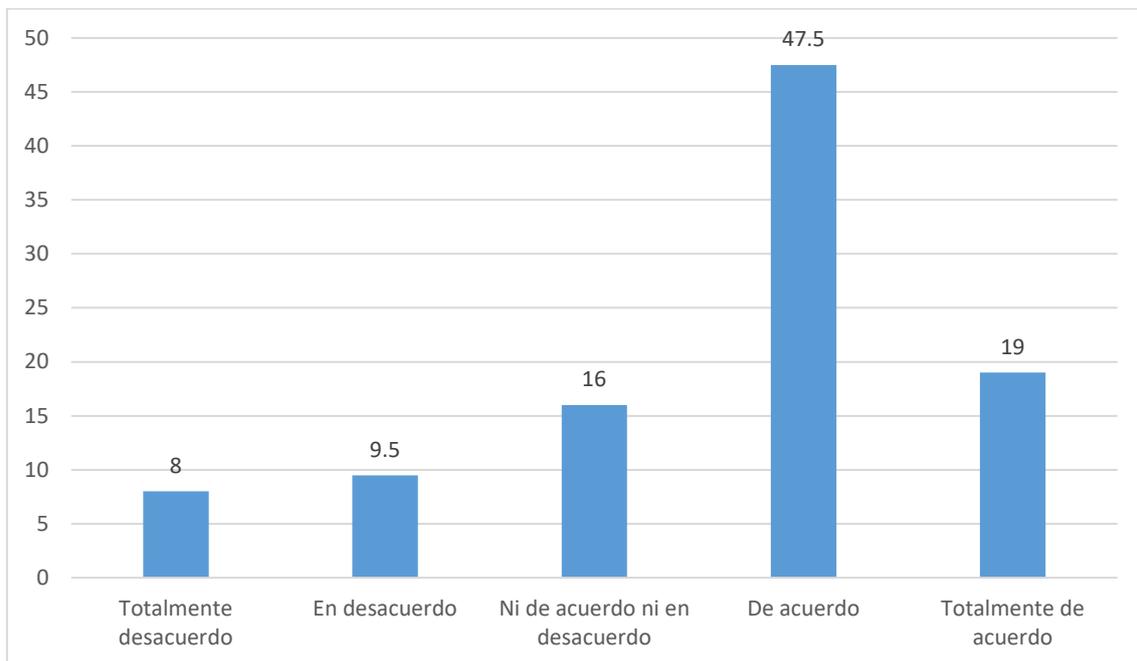
Las experiencias de otras personas influyen en la formación de sus propias opiniones sobre el CCFFAA



En la figura 3, se aprecia los resultados respecto a las experiencias personales que pueden tener los seguidores de redes sociales ante la modificación de la opinión pública, el 46.6% (182 encuestados) aseguró estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con esta premisa, mientras que el 34% (133 encuestados) indicó estar en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con la premisa planteada. En cambio, el 19.4% (76 encuestados) no se sienten de acuerdo ni en desacuerdo con esta proposición.

Figura 4

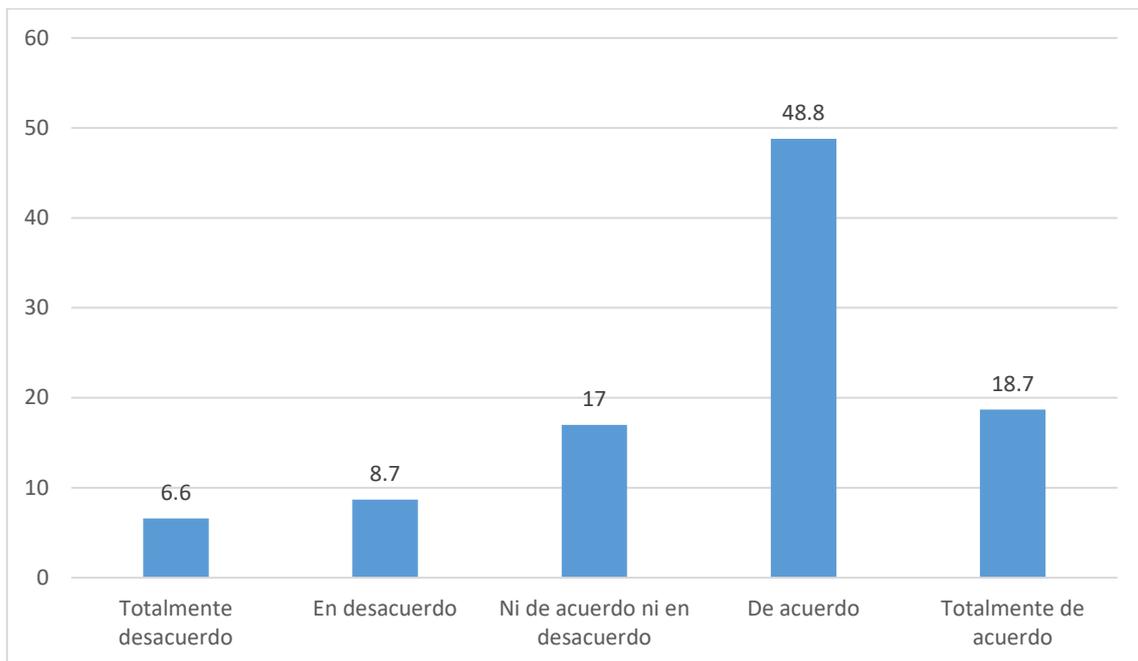
Las noticias falsas en redes sociales sobre el CCFFAA pueden cambiar la actitud



En la figura 4, se aprecia los resultados respecto a los cambios de actitud que pueden tener los seguidores de redes sociales ante la modificación de la opinión pública, el 66.5% (260 encuestados) aseguró estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con esta premisa, mientras que el 17.5% (67 encuestados) indicó estar en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con la premisa planteada. En cambio, el 16% (64 encuestados) no se sienten de acuerdo ni en desacuerdo con esta proposición.

Figura 5

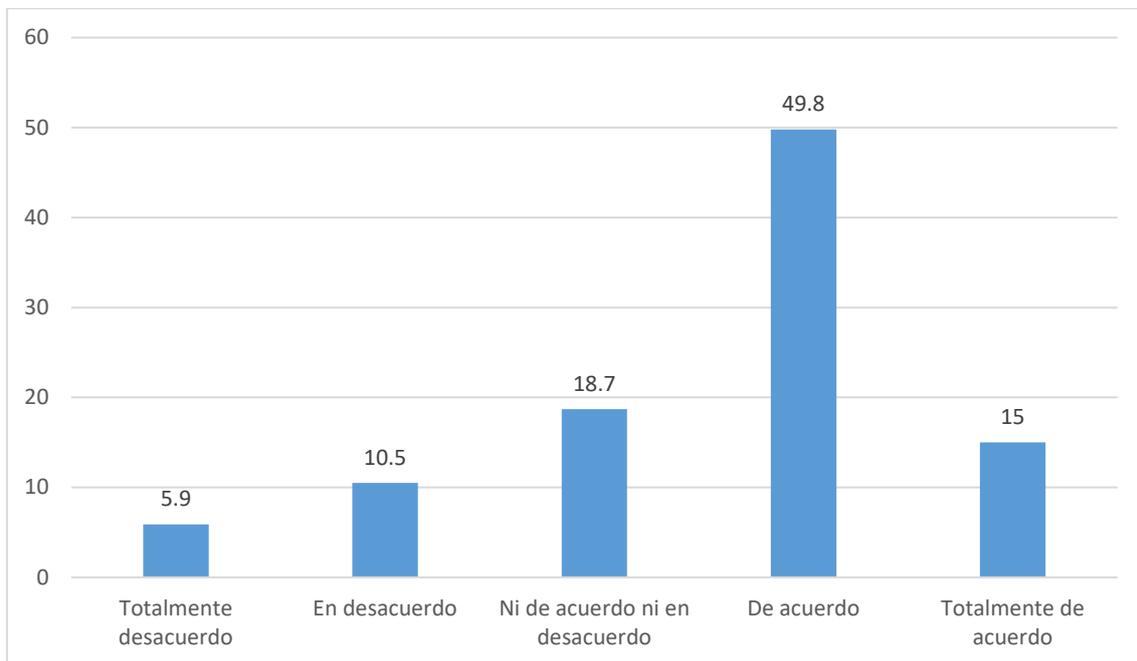
La influencia de una actitud negativa sobre el CCFFAA puede alterar la opinión pública



En la figura 5, se aprecia los resultados respecto a las percepciones negativas que generan las *fake news* contra el Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas en la modificación de la opinión pública, el 67.5% (264 encuestados) aseguró estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con esta premisa, mientras que el 15.3% (60 encuestados) indicó estar en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con la premisa planteada. En cambio, el 17% (67 encuestados) no se sienten de acuerdo ni en desacuerdo con esta proposición.

Figura 6

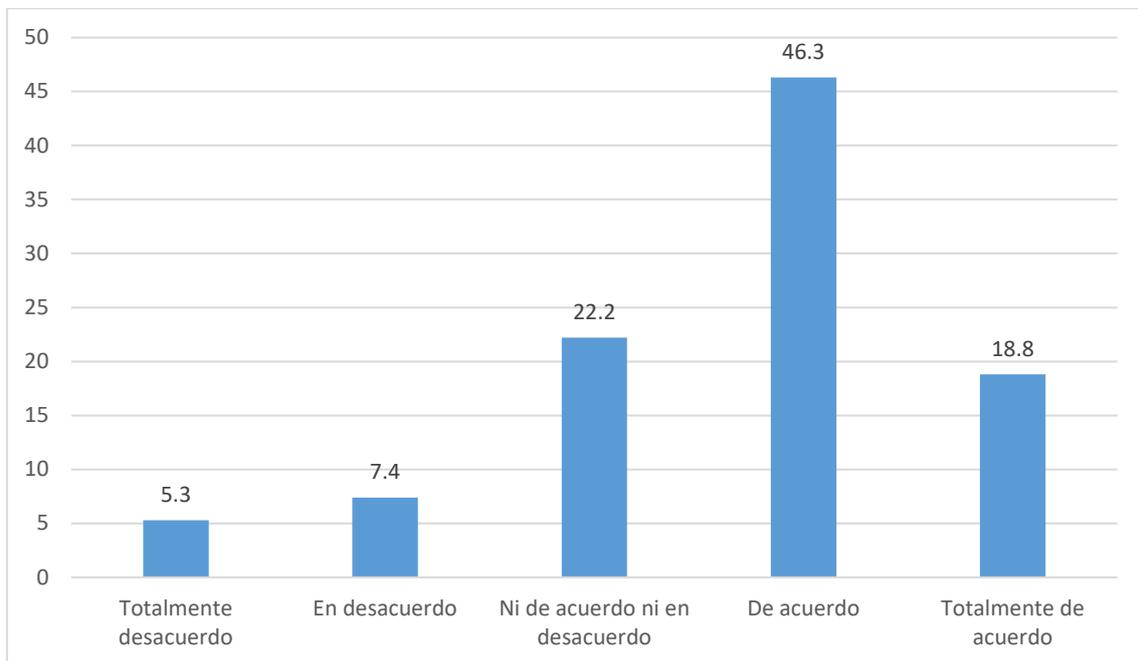
Los estereotipos creados por la sociedad sobre el CCFFAA pueden manipular a la opinión pública



En la figura 6, se aprecia los resultados respecto a los estereotipos como elementos que alteran la opinión pública, el 64.8% (254 encuestados) aseguró estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con esta premisa, mientras que el 16.4% (64 encuestados) indicó estar en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con la premisa planteada. En cambio, el 18.7% (73 encuestados) no se sienten de acuerdo ni en desacuerdo con esta proposición planteada.

Figura 7

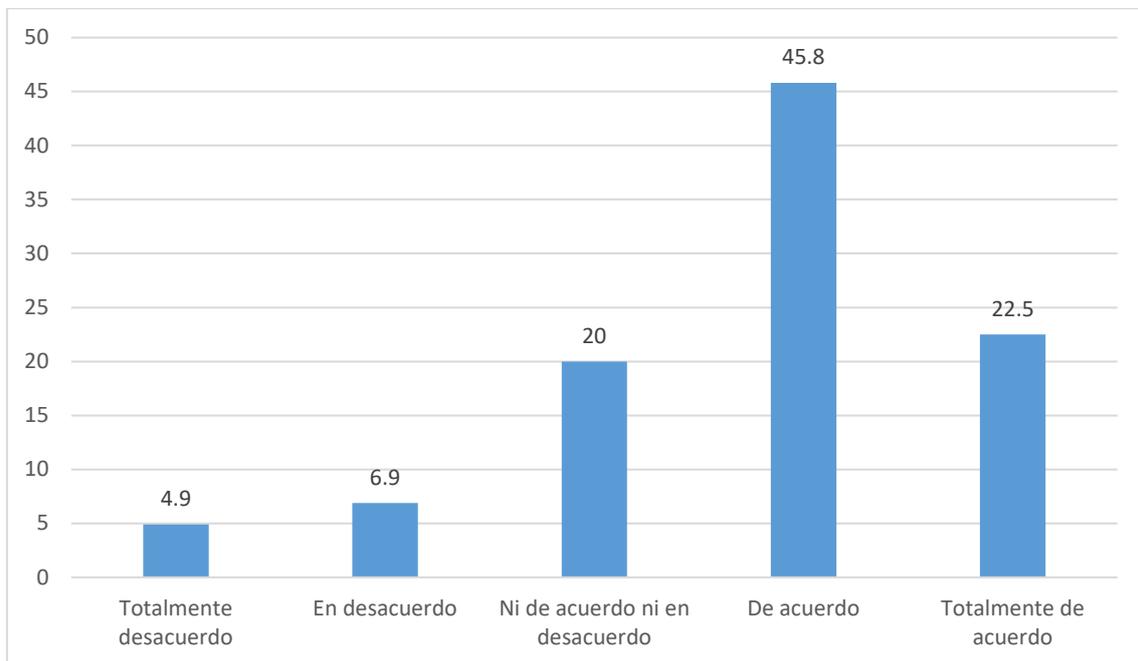
Existen intenciones de personas o grupos para crear estereotipos negativos sobre CCFFAA



En la figura 7, se aprecia los resultados respecto a la existencia de personas o grupos de estas que producen estereotipos negativos sobre el Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas, el 65.1% (254 encuestados) aseguró estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con esta premisa, mientras que el 12.7% (50 encuestados) indicó estar en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con la premisa planteada. En cambio, el 22.2% (87 encuestados) no se sienten de acuerdo ni en desacuerdo con esta proposición planteada.

Figura 8

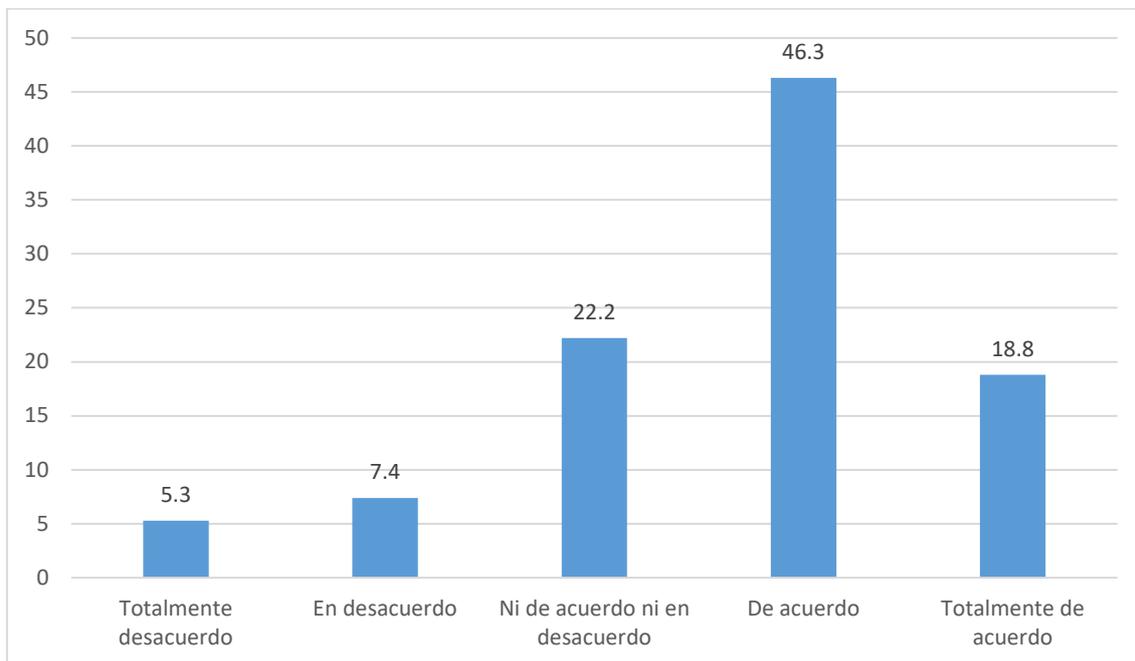
Existen intenciones de personas o grupos para crear prejuicios negativos sobre CCFFAA



En la figura 8, se aprecia los resultados respecto a la existencia de personas o grupos de estas que producen prejuicios negativos sobre el Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas, el 68.3% (267 encuestados) aseguró estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con esta premisa, mientras que el 11.8% (46 encuestados) indicó estar en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con la premisa planteada. En cambio, el 20% (78 encuestados) no se sienten de acuerdo ni en desacuerdo con esta proposición planteada

Figura 9

El CCFFAA realiza acciones para contrarrestar prejuicios negativos sobre la entidad



En la figura 9, se aprecia los resultados respecto a las acciones que realiza el Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas para contrarrestar las *fake news*, el 65.1% (254 encuestados) aseguró estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con esta premisa, mientras que el 12.7% (50 encuestados) indicó estar en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con la premisa planteada. En cambio, el 22.2% (87 encuestados) no se sienten de acuerdo ni en desacuerdo con esta proposición planteada.

4.1.3 Resultados del análisis de contenido

Respecto al análisis de contenido realizado, los resultados son presentados a continuación:

Tabla 10***Análisis de Contenido***

TESIS: "Fake news que afectan al Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú en la formación de la opinión pública, Lima, 2022							
Número	Fecha	Mensaje	Estereotipos	Prejuicios	Tipo de información	Objetivo (intereses)	Contenido
Publicación 01	31-01-23	Reconocimiento a la constitución	X		Fabricada	Desprestigio	Imágenes
Publicación 02	13-07-22	Posesión del gobierno	X	X	Manipulada	Desprestigio	Solo texto
Publicación 03	10-06-21	Ataque a lideresa política		X	Contexto falso	Desprestigio	Solo texto
Publicación 04	02-04-20	Toque de queda		X	Manipulada	Cambio de percepción	Imágenes
Publicación 05	21-11-21	Lealtad al presidente Castillo	X	X	Fabricada	Desprestigio	Imágenes
Publicación 06	08-06-21	Fraude en elecciones		X	Manipulada	Cambio de percepción	Solo texto
Publicación 07	23-08-21	Desmilitarización del VRAEM	X		Fabricada	Desprestigio	Solo texto
Publicación 08	22-11-21	Jefe CCFFAA y acercamiento al presidente	X	X	Contexto falso	Cambio de percepción	Imágenes
Publicación 09	21-01-22	Militares en la UNI		X	Manipulada	Desprestigio	Solo texto
Publicación 10	12-06-21	Militares y Combate a la corrupción y delincuencia	X	X	Contexto falso	Desprestigio	Imágenes

Publicación 11	11-01-22	Rebelión militar en VRAEM	X		Contexto falso	Desprestigio	Imagen
Publicación 12	10-01-22	Militares desconocen a Boluarte como presidenta		X	Contexto falso	Cambio de percepción	Imagen
Publicación 13	15-12-22	Desacato a la defensa nacional	X	X	Manipulada	Desprestigio	Solo texto
Publicación 14	09-01-22	Disparos a ciudadanos desde el aire	X	X	Contexto falso	Cambio de percepción	Imagen
Publicación 15	07-01-22	Bases militares USA desde cuenta de Vladimir Cerrón		X	Contexto falso	Cambio de percepción	Solo texto
Publicación 16	29-06-21	Cambio de altos mandos para respaldar toma de mando de Castillo			Fabricada	Desprestigio	Solo texto
Publicación 17	27-01-22	Movilización de tropas a fronteras	X	X	Manipulada	Cambio de percepción	Imagen
Publicación 18	31-12-22	10 bases militares estadounidenses en Perú		X	Contexto falso	Cambio de percepción	Imagen
Publicación 19	20-01-22	Autorización de ingreso de buque extranjero			Manipulada	Cambio de percepción	Solo texto
Publicación 20	30-12-22	Soldados atacan a menores	X	X	Contexto falso	Desprestigio	Imagen

Mensaje textual de las publicaciones

- Adiós a la corrupción y a la delincuencia en el Perú (recaudación de firmas para que las FFAA tomen posesión del control gubernamental).
- Fuerte jalón de orejas a Keiko (imágenes del General Astudillo y el cardenal Barreto).
- Mi tío pelucho que trabaja con militares y le han dicho que del día 4 de abril al 12 de abril va a haber toque de queda y no se podrá salir de casa para nada por 24 horas.
- El jefe del CCFFAA acompañado de los Comandantes Generales del Ejército, Marina y Aviación llegarán a Palacio para presentar su lealtad al Presidente de la República.
- Empezó desmilitarización en el VRAEM.
- Una página en Facebook denominada “Keiko no va” compartió un artículo de REDPERU RTV con el título: ¡¡¡URGENTE. DENUNCIA!!!, donde hace alusión al jefe del CCFFAA.
- Lima: llegan militares a la Universidad Nacional de Ingeniería.
- Rebelión de militares en el VRAEM (acompañada de imagen)
- Oficiales del VRAEM desconocen a Dina Boluarte y piden que depongan las armas.
- No se acatará el Estado de Emergencia.
- Esto no es guerra civil. No puedo creer que Dina no vea tanto desastre
- No sé por qué tanto escándalo con el ingreso de Evo Morales @evoespueblo, cuando en el Perú tendríamos entre 12-14 bases militares norteamericanas camufladas bajo la pantalla de “colaboración”.
- 10 bases militares de Estado Unidos
- Muy confidencial: el 5 de julio serán dados de baja altos mandos militares para colocar oficiales subordinados al poder ejecutivo.
- En estos momentos la realidad que viven nuestros hermanos de Quillabamba Cusco lo que jamás publicará la prensa limeña que está gobernado por el estado.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1 Interpretación de resultados y comparación con los de otras investigaciones

Respecto al objetivo general de esta investigación que fue describir las *fake news* que afectan al Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas (CCFFAA) desarrolladas para la opinión pública de los limeños, se concluyó que estuvieron constituidas por aquellas que generan prejuicios y estereotipos en la ciudadanía ya que todas las *fake news* intentan desprestigiar a la institución y, a pesar de que pueden partir de información verídica, es alterada intentando confundir las corrientes de opinión formadas.

Como ejemplo de estas *fake news* se halla la que indica: “Mi tío pelucho que trabaja con militares y le han dicha que del día 4 de abril al 12 de abril va a haber toque de queda y no se podrá salir de casa para nada por 24 horas”. Otra de las *fake news* que afectan al CCFFAA es la que manifiesta “En estos momentos la realidad que viven nuestros hermanos de Quillabamba Cusco lo que jamás publicará la prensa limeña que está gobernado por el estado”. En sentido similar, una *fake news* adicional sería “Adiós a la corrupción y a la delincuencia en el Perú” explicando la recaudación de firmas para que las FFAA tomen posesión del control gubernamental. Asimismo, se halla la publicación que manifiesta: “Lima: llegan militares a la Universidad Nacional de Ingeniería”.

Esta conclusión coincide con lo hallado por Mendoza y Villanueva (2020) quienes concluyeron que los individuos estudiados consideran que existió elevado nivel de manipulación informativa en redes sociales. También se coincide con Pacasi (2020) quien concluye que, en varias ocasiones, las personas consideran como ciertas las informaciones que llegan de medios masivos. De igual forma, se concuerda con Sandoval y Miranda (2019) quienes concluyeron que los especialistas pudieron detectar la presencia de noticias falsas, sin embargo, los lectores comunes fueron incapaces de reconocer estas informaciones: no todos se percataron de las informaciones difundidas, lo cual facilita cambios en la opinión pública.

En relación al primer objetivo específico que fue describir las principales características de las *fake news* que afectan al CCFFAA, se halló que fueron realizadas

por grupos de carácter violentista y con posiciones políticas radicales. También se evidenció que estas noticias falsas guardan un porcentaje alto de similitud con la realidad, aunque son sacadas de contexto para poder manipularlas e intentar desprestigiar al CCFFAA. Estos resultados concuerdan con lo establecido con Castillo (2022) quien aseguró que las personas no corroboran las fuentes, sino que las dan por verídicas por el hecho de que alguien haya difundido los mensajes. También se concuerda con Benítez et al. (2019) quienes aseguraron que mientras un tema sea tendencia, la propagación de *fake news* sobre este se ejecutará de manera más rápida, de igual forma concluyó que las redes sociales resultan herramientas de utilidad para la propagación de *fake news* por presentar hechos inauditos o elementos visuales como imágenes o videos y de que son pocas las personas que realizan una verificación de la información. Finalmente, se complementa con lo expresado por Muñoz (2019) quien afirmó que, para el proceso de la formación de la opinión pública, las emociones juegan un rol de sumo valor. También se coincide con Pichihua (2022) quien asegura que las *fake news* fueron cambiando según el momento en el que se vivía y que los recursos más utilizados fueron textos y fotografías.

En relación al segundo objetivo específico que fue precisar los tipos de *fake news* que afectaron al CCFFAA, se halló que el 45% son noticias de contexto falso, mientras que el 35% corresponden a noticias manipuladas; en cambio, el 20% de *fake news* pertenecen a la clasificación de noticias fabricadas. Estas conclusiones concuerdan con lo expuesto por Pichihua (2022) quien asegura que la mayor cantidad de *fake news* analizadas correspondió a estafas y engaños al público, seguidas por exageración y alertas falsas. Con la misma autora también se coincide en afirmar que se emplea declaraciones oficiales para tergiversar la información (noticias con contexto falso). De forma similar se complementa al manifestar que los jóvenes son más proclives a creer lo que se difunde por falta de hábito de lectura o comprobación. En forma similar, se complementa con lo hallado por Benítez et al. (2019) y Castillo (2022) quienes sostienen que no se realiza verificación o comprobación por parte del público.

En relación al tercer objetivo específico que fue conocer la manera en la que fue modificada la opinión pública de los limeños ante las *fake news* que afectan al CCFFAA., se halló que la opinión pública pudo verse modificada ante la propagación de *fake news* sobre el CCFFAA que poseen contenido altamente manipulado, contienen temas de divulgación constante. Otra de las causas son las percepciones negativas que difunden en sus contenidos, así como la generación de estereotipos y prejuicios. Estos resultados

concuerdan con De La Oliva y Prieto (2021) quienes aseguraron que cuando se chequean noticias en redes sociales son proclives a mayor susceptibilidad de aceptación de noticias falsas como verdaderas, así como las conductas específicas de influencia social en redes sociales. También se concuerda con Mendoza y Villanueva (2020) quienes aseguraron que, en un término intermedio, se estableció la existencia de manipulación en los trucos técnicos y existencia considerable de manipulación en trucos psicológicos. Del mismo modo, Sandoval y Miranda (2019) afirmaron que el empleo de imágenes puede ser un elemento que ayude medianamente a ganar credibilidad ya que algunos piensan que pueden ser imágenes trucadas en edición, especialmente, en casos polémicos.

En relación al cuarto objetivo específico que fue determinar los intereses principales para la divulgación de las *fake news* que afectan al CCFFAA, los resultados fueron que el principal interés de la divulgación de falsedades relacionadas al CCFFAA es el desprestigio, aunque también se halló otros intereses como generación de estereotipos y prejuicios negativos. Respecto a estos puntos, casi el 70% considera que sí hay personas o grupos de estas que están interesadas en divulgar estas noticias falsas. Este resultado concuerda con Ramírez (2018) quien aseguró que las *fake news* buscan desprestigiar a personas o instituciones. Castillo (2022) también sostiene que lo que buscan las *fake news* es afectar diversos ámbitos dependiendo del tipo de publicación. De igual manera, se concuerda con Blanco, García y Tejedor (2019) quienes afirman que las *fake news* son utilizadas para desprestigiar a personas, especialmente, en época electoral.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Luego de la investigación realizada, las conclusiones a las que se llegaron fueron las siguientes:

6.1.1 Las *fake news* que afectan al Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas estuvieron constituidas por aquellas que generan prejuicios y estereotipos en la ciudadanía ya que todas las *fake news* intentan desprestigiar a la institución y, a pesar de que pueden partir de información verídica, es alterada intentando confundir las corrientes de opinión formadas. En algunas ocasiones, el impacto de las *fake news* puede ser elevado en la opinión del público, no obstante, la institución actúa inmediatamente para contrarrestar estos mensajes malintencionados.

6.1.2 Las principales características halladas en las *fake news* que afectan al Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas, según los altos mandos de esta institución, es que fueron realizadas por grupos de carácter violentista y con posiciones políticas radicales, razón por la cual la intención del Comando Conjunto es minimizar la posibilidad de que una ideología se instale en el total del personal de las FFAA que, en sí, como miembros de las FFAA, deben ser neutrales. También se evidenció, según el análisis de contenido realizado, que estas noticias falsas guardan un porcentaje alto de similitud con la realidad, aunque son sacadas de contexto para poder manipularlas e intentar desprestigiar al Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas. Los principales intereses hallados para la divulgación de las *fake news* fueron para desprestigiar a la institución (55%) y alterar o modificar la percepción de la población (45%). Finalmente, otra de las cualidades halladas en las *fake news* es que estas presentan imágenes para asemejar más la realidad ficticia creada para desprestigiar a la institución o variar la opinión pública de la población.

6.1.3 Los tipos de *fake news* que afectaron al CCFFAA estuvieron clasificadas en tres tipos: el 45% fueron noticias de contexto falso en las cuales se produce una tergiversación del ambiente para idear uno nuevo discordante con la realidad; mientras que el 35% de *fake news* corresponden a noticias manipuladas las mismas que evidencian mucha manipulación o experimentación de los datos reales para alterarlos y convertirlos

en falaces; en cambio, el 20% de *fake news* pertenecen a la clasificación de noticias fabricadas las cuales se caracterizan por una construcción de elementos irreales o sacados de contexto como los hallados en contextos políticos en donde se afirma que los militares tomarán posesión del poder en Palacio de Gobierno, es decir, golpe de Estado. Sin importar si la *fake news* hallada corresponde a una manipulada, fabricada o de contexto falso, la respuesta de esta entidad es desmentir las publicaciones e indicar a la población que no se dejé llevar por noticias falsas además de que cualquier duda la pueden realizar en los sitios oficiales de la entidad (web o distintas redes sociales).

6.1.4 La opinión pública pudo verse modificada ante la propagación de *fake news* sobre el CCFFAA que poseen contenido altamente manipulado, contienen temas de divulgación constante, aunque no todos los internautas aceptan la información digital. Otra de las causas son las percepciones negativas que difunden en sus contenidos, así como la generación de estereotipos y prejuicios.

6.1.5 El principal interés de la divulgación de *fake news* relacionadas al CCFFAA es el desprestigio que se puede generar a esta institución del Estado, aunque también se halló otros intereses como generación de estereotipos y prejuicios negativos. Respecto a estos puntos, casi el 70% considera que sí hay personas o grupos de estas que están interesadas en divulgar estas noticias falsas. No obstante, el 65% de encuestados está convencido de que el CCFFAA realiza acciones para contrarrestar estas noticias falsas lo cual fue corroborado en las entrevistas a los altos mandos de la institución quienes aseguraron que se ejecuta campañas de aclaración inmediata.

6.2 Recomendaciones

Luego de realizada la investigación, se recomienda a los miembros del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas realizar las siguientes acciones:

6.2.1 Los encargados de la imagen institucional del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas deben producir campañas digitales constantes de información respecto a las acciones que realizan en favor de la población y otras que enaltecen a la institución.

6.2.2 Debido a que la institución se rige en favor del Estado, mas no de los gobiernos de turno, los encargados de imagen institucional deben difundir, al menos, semanalmente información de algunas de las funciones que realiza el Comando Conjunto a fin de concientizar a la ciudadanía que están regidos para beneficio de la ciudadanía tanto en el orden interno como externo.

6.2.3 Debido a que los tipos de *fake news* son de tres clasificaciones:

manipuladas, de contexto falso y fabricadas, el encargado de las redes sociales, debe emitir constantemente mensajes como videos, imágenes o comunicados a la ciudadanía de las acciones que realizan en favor de la comunidad para crear una concientización del rol que cumplen los miembros del CCFFAA y de las acciones que realizan en favor de la comunidad.

6.2.4 Los encargados de las redes sociales e imagen institucional del CCFFAA deben emitir *reels* con testimonios de distintos suboficiales, oficiales o altos mandos de la institución con mensajes positivos para posicionarse en la mente de la ciudadanía.

6.2.5 Los encargados de imagen institucional y prensa del CCFFAA deben realizar un plan de comunicaciones donde tengan una calendarización de las acciones a realizar con la difusión de actividades donde participa la institución a través de sus organismos como el ejército, la marina y la fuerza aérea.

6.2.6 Se debería de crear un Centro de Operaciones de Informaciones Nacional, que involucre todos los actores del CCFFAA y poder ejecutivo, y un comité de crisis comunicacional para reforzar el sistema de comunicaciones nacional, unificar las estrategias digitales contra las *fake news* y con un solo plan de comunicación.

6.2.7 Descentralizar la Oficina de Prensa e Imagen Institucional del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas y que se establezca sedes en las diferentes provincias del Perú con la finalidad de tener cobertura inmediata y participación de nuestros corresponsales de guerra y de informaciones. Utilizar las estrategias de social *listening* en sus redes sociales para conocer lo que se habla del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas en el ciberespacio, de esa forma poder conocer al hater o agitador social que pretende viralizar *fake news*.

REFERENCIAS

- Alandete, D. (2019). *Fake news: la nueva arma de destrucción masiva. Cómo se utilizan las noticias falsas y los hechos alternativos para desestabilizar la democracia*. Deusto.
- Álvarez, P. (2019). Propaganda y manipulación de masas en el siglo XX. *Documento de Opinión. IEEE*, 1-13.
https://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2019/DIEEEO40_2019PABALV-propaganda.pdf
- Amoros, M. (2018). *Fake News: La verdad de las noticias falsas*. Plataforma Editorial. Barcelona
- Benítez, L., Conde, J., Gamboa, J., Reyes, J., & Sanabria, J. (2019). *La influencia de las noticias falsas en la opinión pública: un análisis desde Twitter y Vanguardia*. (tesis de licenciatura). Universidad Autónoma de Bucaramanga, Colombia.
<https://repository.unab.edu.co/handle/20.500.12749/7000>
- Blanco, I., García, C., & Tejedor, S. (2019). El impacto de las fake news en la investigación en Ciencias Sociales. Revisión bibliográfica sistematizada. *Historia y Comunicacion Social*, 24(2), 449-469.
 doi:<https://doi.org/10.5209/hics.66290>
- Castells, M. (2021). *¿Comunidades virtuales o sociedad en red?* Biblioteca Virtual de Ciencias Sociales. <https://n9.cl/w98u>
- Castillo, K. (2022). *Las fakes news expuestas en el portal coronavirusecuador.com y su impacto en los estudiantes del tercer semestre de la carrera de medicina de la Universidad Técnica de Ambato en el período marzo – septiembre de 2020* (tesis de maestría). Universidad Técnica de Ambato, Ecuador.
<https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/34140>
- Clemente, M., & Ruleta, T. (2014). La opinión pública como fuente de desinstitucionalización: un enfoque de "espiral de silencio". *Academia de Revisión de Gestión*, 40(1). doi:<https://doi.org/10.5465/amr.2013.0279>

- Coreas, G., Mejía, W., & Ventura, J. (2019). *Las noticias falsas (fake news) y su incidencia en la credibilidad del periodismo salvadoreño* (tesis de licenciatura). Universidad Tecnológica de El Salvador, El Salvador.
<http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/tesis/941001209.pdf>
- Cortés, C., & Isaza, L. (2017). *Noticias falsas en Internet: la estrategia para combatir la desinformación*. <https://www.palermo.edu/cele/pdf/FakeNews.pdf>
- Crovi, D. (2017). La Sociedad de la Información: una mirada desde la comunicación. *Revista Ciencia*(20), 23-37.
https://www.revistaciencia.amc.edu.mx/images/revista/56_4/la_sociedad.pdf
- Cuentas, L. (2020). *Características de las fake news que se difunden por las redes sociales sobre el coronavirus COVID19 y sus consecuencias en la credibilidad de los medios de comunicación en Arequipa – Primer semestre del 2020* (tesis de licenciatura). Universidad Nacional de San Agustín.
<http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/20.500.12773/11648>
- De La Oliva, M., & Prieto, D. (2021). *Fake News: relación entre los rasgos de personalidad, la influencia social y la susceptibilidad a aceptarlas como reales* (tesis de posgrado). Universidad de Lima.
<https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/14072>
- Expreso. (25 de abril de 2021). Fuerzas Armadas desmienten comunicado que advierte que «la democracia no se verá socavada por un régimen comunista».
<https://www.expreso.com.pe/elecciones-2021/fuerzas-armadas-desmienten-comunicado-que-advierte-que-la-democracia-no-se-vera-socavada-por-un-regimen-comunista/>
- Fernández, N. (2017). Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática. *Nueva Sociedad* (269), 66-77. <https://biblat.unam.mx/es/revista/nueva-sociedad/articulo/fake-news-una-oportunidad-para-la-alfabetizacion-mediatica>
- Focás, B., & Kessler, G. (2017). Inseguridad y opinión pública: debates y líneas de investigación sobre el impacto de los medios. *Revista Mexicana de Opinión Pública* (19), 41-58.
<http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmop/article/view/50200>

- Galo, F. (2018). *Ciberguerra: La lucha de los Trolls y posibles soluciones de los gobiernos*. (tesis de licenciatura). Universidad de Valladolid.
<https://uvadoc.uva.es/handle/10324/30584>
- Garcés, V. (2015). ¿La opinión pública hace a la prensa o la prensa hace a la opinión pública? *Revista Mexicana de Opinión Pública*(19), 169-179.
doi:10.1016/j.rmop.2015.07.002
- García, A. (2017). Influencia de los medios de comunicación en la sobrerrepresentación de los flujos migratorios en España. *Latina*(2), 723-742.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6064225>
- González, P. (2018). *La prensa escrita como medio de influencia en la formación de opinión pública en el proceso de elecciones presidenciales. Caso Alfredo Barnechea. Año 2016*. (tesis de licenciatura). UPC.
<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/625058>
- González, S. (2022). *¿Por qué compartimos información falsa en las redes sociales?*
<https://lamenteesmaravillosa.com/por-que-compartimos-informacion-falsa-redes-sociales/>
- Guillen, L., Martínez, L., & Montano, F. (2018). *La responsabilidad social en el marketing deportivo*. *Universidad y Sociedad*, 10 (2), 120. Recuperado el 21 de agosto de 2021, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202018000200175&script=sci_arttext&tlng=en
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Laucirica, I. (2016). *Análisis potencial de redes sociales en operaciones psicológicas – propaganda blanca, en mejora de la imagen institucional de la Marina de Guerra del Perú*. (tesis de maestría). Escuela Superior de Guerra Naval del Perú – Escuela de Postgrado. <https://repositorio.esup.edu.pe/handle/20.500.12927/224>
- López, J. (2019). Fake news, munición de guerra. *Revista Ejército*(945), 10-13.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7191291>
- Mancera, A., & Pan, A. (2020). *La opinión pública en la red: análisis pragmático de la voz de los ciudadanos*. Iberoamericana.

https://books.google.com.pe/books?id=4gIhZgEACAAJ&dq=opinion+publica+pdf&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj1gtHB-__7AhWJLrkGHZiUBaUQ6AF6BAgFEAE

Márques, J. (2016). *Política y propaganda: Medios de comunicación y opinión pública*. España: UOC. <https://www.editorialuoc.cat/politica-y-propaganda>

Mendoza, M., & Villanueva, J. (2020). *Manipulación informativa en el fanpage Comas te informa en vecinos de Urb. Santa Rosa, Comas 2020*. (tesis de licenciatura). Universidad César Vallejo.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/54035/Mendoza_LME-Villanueva_AJS-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y

MINDEF (2006). *Libro Blanco de la Defensa Nacional*. Obtenido de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/397073/Libro_blanco.pdf

Morales, E. (2018). *La posverdad y las noticias falsas : el uso ético de la información. México: Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información*. Universidad Nacional Autónoma de México.
https://ru.iibi.unam.mx/jspui/handle/IIBI_UNAM/L151

Muñoz, P. (2018). *Medios de comunicación y posverdad: Análisis de las noticias falsas en elecciones presidenciales de EE. UU*. (tesis de maestría). Universidad Autónoma de Barcelona, España. Obtenido de <http://hdl.handle.net/2072/293813>

Nicaragua, E. (2018). *Metodología de la Investigación e Investigación Aplicada para ciencias económicas y administrativas*. UOC.
<https://jalfaroman.files.wordpress.com/2019/03/dosier-metodologia-e-investigacion-aplicada-2018.pdf>

Pacasi, J. (2020). *Influencia de las fake news en la opinión de los adultos de 50 a 65 años de San Miguel sobre coronavirus*. (tesis de licenciatura). Universidad San Martín de Porres.
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7312/PACASI_TJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Pauner, C. (2019). Noticias falsas y libertad de expresión e información: el control de los contenidos informativos en la red. *Teoría y Realidad Constitucional*, 297-318. <https://n9.cl/auot>

- Pecile, M. (2018). *Plan de marketing ProHand – CAH*. (tesis de licenciatura). Universidad Siglo 21, Córdoba , Argentina.
<https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/16412/PECILE%20MAURO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pichihua, S. (2022). Tipología de los contenidos virales de desinformación durante los primeros meses de emergencia sanitaria por la COVID-19 en el Perú. *Revista de Comunicación*, 21(2), 197–223. doi:<https://doi.org/10.26441/RC21.2-2022-A10>
- Portal del Gobierno Peruano. (2021). *Plataforma digital única del Estado Peruano*.
<https://www.gob.pe/institucion/ccffaa/noticias/501534-comando-conjunto-desmiente-informacion-falsa-en-redes-sociales>
- Ramírez, M. (2018). *Redes sociales y opinión pública de los estudiantes de comunicación de la Universidad Privada del Norte - Lima, 2018*. (tesis de licenciatura). Universidad César Vallejo.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/69852>
- Ritter, M. (2018). *Crisis de la comunicación a la manipulación*.
https://www.academia.edu/2907812/Ritter_Crisis_De_la_comunicaci%C3%B3n_a_la_manipulaci%C3%B3n_2005_
- Rivadeneira, R. (2013). *La opinión pública: Análisis, estructura y métodos para su estudio*. México: Trillas. <http://200.2.15.132/handle/123456789/30375>
- Roucek, J. (2016). La sociología de la opinión pública. *Revista mexicana de opinión pública*(21), 151-163.
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/4874/487457353009/index.html>
- Salcedo, C., & Aliaga, C. (2022). Noticias falsas y aceptación de las vacunas contra el COVID-19 en Lima Metropolitana (2022). *Revista Científica de Comunicación Social Bausate*(4), 86-100.
<http://revistacientifica.bausate.edu.pe/index.php/brc/article/view/74>
- Sánchez, L., & Campos , M. (2019). La Teoría de la comunicación: diversidad teórica y fundamentación. *Diálogos de la comunicación*, 1(78), 40-52.
<file:///C:/Users/ALB-KLR/Downloads/Dialnet-LaTeoriaDeLaComunicacion-3719687.pdf>

- Sandoval, J., & Miranda, I. (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.
doi:https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2720/John%20Sandoval_Irving%20Miranda_Trabajo%20de%20Suficiencia%20Profesional_Titulo%20Profesional_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sunata, U., & Yildiz, E. (2018). Representation of Syrian refugees in the Turkish media. *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, 7(1), 129-151.
https://www.researchgate.net/publication/323661027_Representation_of_Syrian_re
- Tadeo, G., De Frutos, B., & Cruz, M. (2022). Creadores y espectadores frente al desorden informativo online. Efectos de la producción de contenidos digitales en competencias informativas. *Comunicar*(72), 9-20.
doi:<https://doi.org/10.3916/C72-2022-01>
- Wardle, C. (2017). *Noticias Falsas. Es complicado. First draft*.
<https://es.firstdraftnews.org/2017/03/14/noticias-falsas-es-complicado/>

ANEXOS:

1. Matriz de consistencia
2. Instrumentos: Cuestionario, análisis de contenido
3. Guía de entrevista
4. Transcripción de entrevistas
5. Validación de instrumentos
6. Triangulación
7. Imágenes de *fake news* sobre el CCFFAA

Anexo 1
MATRIZ DE CONSISTENCIA

<i>Fake news</i> que afectan al Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú en la formación de la opinión pública, Lima 2022					
PROBLEMAS U OBJETO DE ESTUDIO	OBJETIVOS	CATEGORÍAS O VARIABLES	SUBCATEGORÍAS	FUNDAMENTOS CIENTÍFICOS	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN
<p>GENERAL</p> <p>¿Cuáles fueron las <i>fake news</i> que afectaron al Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas (CCFFAA) en la formación de la opinión pública de los limeños en el 2022?</p>	<p>GENERAL</p> <p>Describir las <i>fake news</i> que afectaron al Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas (CCFFAA) en la formación de la opinión pública de los limeños en el 2022</p>	<p>VAR. 1</p> <p><i>Fake news</i></p>	<p>DIM. VAR. 1</p> <p>Origen de <i>fake news</i></p> <p>Tipos de información</p> <p>Intereses para divulgación</p>	<p>Marco Teórico</p> <p>Crovi (2005) Ritter (2005) Castells (2021), Focás y Kesler (2021) Tadeo, De Frutos y Cruz (2022)</p>	<p>A.- MÉTODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</p> <p>Tipo: aplicada Nivel: descriptiva Diseño: no experimental</p> <p>B.- UNIVERSO Y MUESTRA: Universo o Población: altos mandos del CCFFAA. Muestra: 386 encuestados y 5 dirigentes del CCFFAA</p> <p>C.- UNIDAD DE ANÁLISIS: <i>fake news</i> en el Facebook del CCFFAA</p> <p>D.- TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS: Técnica: entrevista, análisis de contenido y encuesta Instrumento: guía de entrevista, cuestionario y guía de análisis de contenido.</p>
<p>ESPECÍFICOS</p> <p>¿Cuáles fueron las principales características de las <i>fake news</i> que afectaron al CCFFAA en la formación de la opinión pública de los limeños en el 2022?</p> <p>¿Cuáles fueron los tipos de <i>fake news</i> que afectaron al CCFFAA en la formación de la opinión pública de los limeños en el 2022?</p>	<p>ESPECÍFICOS</p> <p>Describir las principales características de las <i>fake news</i> que afectaron al CCFFAA en la formación de la opinión pública de los limeños en el 2022.</p> <p>Precisar los tipos de <i>fake news</i> que afectaron al CCFFAA en la formación de la opinión pública de los limeños en el 2022.</p>	<p>VAR. 2</p> <p>Opinión pública</p>	<p>DIM. VAR. 2</p> <p>Factores determinantes</p> <p>Formas de opinión</p>	<p>Marco Conceptual</p> <p>Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas Credibilidad Discusión Distorsión Enjuiciar Estereotipo Facebook</p>	

<p>pública de los limeños en el 2022? ¿Cómo pudo verse modificada la opinión pública de los limeños ante las <i>fake news</i> que afectaron al CCFFAA? ¿Cuáles fueron los intereses principales para la divulgación de las <i>fake news</i> que afectaron al CCFFAA?</p>	<p>Conocer la manera en la que fue modificada la opinión pública de los limeños ante las <i>fake news</i> que afectaron al CCFFAA. Precisar los intereses principales para la divulgación de las <i>fake news</i> que afectaron al CCFFAA.</p>			<p>Intereses de difusión Manipulación Origen Verificación</p>	<p>E.- PROCESAMIENTO DE ANÁLISIS DE DATOS: transcripción de entrevistas y análisis de secciones presentadas por los entrevistados. Análisis de contenido de las <i>fake news</i> y tabulación de respuestas del cuestionario.</p>
--	---	--	--	--	---

ANEXO 2

INSTRUMENTOS: GUIA DE ENTREVISTA, CUESTIONARIO, GUÍA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO

VARIABLE 1: <i>Fake news</i>		
CATEGORÍAS	SUB CATEGORÍAS	ITEMS/CRITERIOS
Origen de <i>fake news</i>	Operadores psicológicos	¿Cree que los operadores psicológicos sean los principales generadores de <i>fake news</i> que afectan al CCFFAA? ¿Qué buscan los operadores psicológicos?
	Grupos de personas	¿A qué tipo de público le interesaría generar <i>fake news</i> que afectan al CCFFAA? ¿Por qué los grupos de personas generan <i>fake news</i> que afectan al CCFFAA? ¿Qué características posee el público que difunde <i>fake news</i> que afectan al CCFFAA?
Tipos de información	Noticias manipuladas	¿Cuál es el objetivo de manipular informaciones que afectan al CCFFAA?
	Noticias con contexto falso	¿Los contextos en los que se difunden las <i>fake news</i> que afectan al CCFFAA son reales o creados por los manipuladores?
	Noticias fabricadas	¿Qué noticias fabricadas se hallaron en las redes sociales?
Intereses para divulgación	Militares	¿Qué tipos de interés militares existirían para la divulgación de <i>fake news</i> que afectan al CCFFAA? ¿La respuesta del CCFFAA es suficiente para contrarrestar el efecto de las <i>fake news</i> ?
	Desprestigio	¿Con la divulgación de <i>fake news</i> del CCFFAA se intenta desprestigiar a esta entidad adscrita al Ministerio de Defensa?
	Percepción	¿Con la propagación de <i>fake news</i> del CCFFAA se intenta que la población cambie de percepción sobre esta entidad adscrita al Ministerio de Defensa?

VARIABLE 2: OPINIÓN PÚBLICA

Dimensiones	Indicadores	ITEMS	Escala de medición	Índice
Factores determinantes	Informaciones	1. ¿La divulgación constante de <i>fake news</i> sobre el Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú altera la opinión de las personas? 2. ¿Cree que es cierta cualquier información publicada en redes sociales sobre el Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú?	Escala Likert	1 – 2
	Experiencias personales	3. ¿Las experiencias de otras personas influye en la formación de sus propias opiniones sobre el Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú?		3
	Actitudes	4. ¿Las noticias falsas en redes sociales sobre el Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú puede cambiar la actitud de las personas? 5. ¿La influencia de una actitud negativa sobre el Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú puede alterar la opinión de las personas?		4 – 5
Formas de opinión	Estereotipos	6. ¿Los estereotipos creados por la sociedad sobre el Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú pueden manipular a la opinión pública? 7. ¿Existe intenciones de personas o grupos para crear estereotipos negativos sobre el Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú?	Escala Likert	6 – 7
	Prejuicios	8. ¿El Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú realiza acciones para contrarrestar prejuicios negativos sobre su entidad que está adscrita al Ministerio de Defensa? 9. ¿Cree que existen intenciones de personas o grupos para crear prejuicios negativos sobre el Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú?		8 – 9

Anexo 3

Guía de entrevista

1. ¿Cree que los operadores psicológicos son los principales generadores de noticias falsas contra el CCFFAA?
2. ¿Se ha identificado algún grupo ideológico con mayor repercusión de *fake news* contra el CCFFAA?
3. ¿Cuáles son las características de estos grupos que usted menciona?
4. ¿Cuán manipuladas considera las *fake news* contra el CCFFAA?
5. ¿Los contextos en los que se difunden las *fake news* son reales o creadas por los manipuladores?
6. Se ha detectado en la web del CCFFAA que ha desmentido una *fake news* sobre que estas no acatarían el estado de emergencia. ¿Tiene alguna opinión?
7. ¿Habría algún protocolo o solamente el pronunciamiento que es noticia falsa? ¿Qué debería hacer el CCFFAA para hacer seguimiento que esta noticia que esté generando mayor repercusión?
8. ¿Qué tipo de intereses militares existirían para la divulgación de *fake news* sobre el CCFFAA?
9. ¿Con esta divulgación de noticias falsas, se intenta desprestigiar a la institución?
10. ¿Con esta propagación de *fake news*, se intenta que la población odie a esta institución?
11. ¿La divulgación mayoritaria y reiterativa de *fake news* altera la OP?
12. ¿Las experiencias de cada persona son factores que pueden incidir en la formación de sus propias opiniones?
13. ¿Las actitudes de cada persona son factores que pueden incidir en la formación de sus propias opiniones?
14. ¿Los estereotipos que se pueden tener las mismas personas, pueden incidir en la formación de su opinión?
15. ¿Los prejuicios que se pueden tener las mismas personas, pueden incidir en la formación de su opinión?

¿Qué haría las FFAA si hackean sus redes sociales para difundir *fake news*?

Guía de Análisis de contenido

TESIS: " <i>Fake news</i> que afectan al Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú en la formación de la opinión pública, Lima, 2022							
Número	Fecha	Mensaje	Estereotipos	Prejuicios	Tipo de información	Objetivo (intereses)	Contenido
Publicación 01							
Publicación 02							
Publicación 03							
Publicación 04							
Publicación 05							
Publicación 06							
Publicación 07							
Publicación 08							
Publicación 09							
Publicación 10							
Publicación 11							
Publicación 12							
Publicación 13							
Publicación 14							
Publicación 15							
Publicación 16							
Publicación 17							
Publicación 18							
Publicación 19							
Publicación 20							

Anexo 4
Validación del instrumento

VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

Variable: Fake news

N	DIMENSIONES	PERTINENCIA		RELEVANCIA		CLARIDAD		SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	DIMENSION 1: Origen de fake news							
1	¿Cree que los operadores psicológicos sean los principales generadores de fake news del CCFFAA?	X		X		X		
2	¿Qué grupos ideológicos tendrían mayor repercusión en la generación de fake news del CCFFAA?	X		X		X		
3	¿Cuáles son las características de los grupos ideológicos que generan fake news del CCFFAA?	X		X		X		
4	¿A qué tipo de público le interesaría generar fake news del CCFFAA?	X		X		X		
	DIMENSION 2: Tipos de información							
5	¿Cuán manipuladas considera las fake news del CCFFAA?	X		X		X		
6	¿Los contextos en los que se difunden las fake news del CCFFAA son reales o creados por los manipuladores?	X		X		X		
7	¿Cuántas noticias fabricadas se hallaron en redes sociales en el 2022?	X		X		X		
	DIMENSION 3 : Intereses para divulgación							
11	¿Qué tipos de interés militares existirían para la divulgación de fake news del CCFFAA?	X		X		X		
12	¿Con la divulgación de fake news del CCFFAA se intenta desprestigiar a esta institución nacional?	X		X		X		
13	¿Con la propagación de fake news del CCFFAA se intenta que la población cambie de percepción sobre esta institución?	X		X		X		

Opinión de aplicabilidad: SI (X) NO ()

Apellidos y nombres del validador: MARTINEZ DE PINILLES QUINONES, FERNANDO

DNI: 43294877

Grado Académico: Magíster

Firma

Variable: Opinión pública

N	DIMENSIONES	PERTINENCIA		RELEVANCIA		CLARIDAD		SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	DIMENSION 1: Factores determinantes							
1	¿La divulgación mayoritaria y reiterativa de fake news del CCFFAA altera la opinión del público?	X		X		X		
2	¿Las experiencias de cada persona son factores que pueden incidir en la formación de sus propias opiniones?	X		X		X		
3	¿Las actitudes de cada persona puede ser un factor para que incida en la formación de sus propias opiniones?	X		X		X		
	DIMENSION 2: Formas de opinión							
4	¿Los estereotipos sobre personas o instituciones que puede tener cada persona pueden incidir en la formación de sus propias opiniones respecto al CCFFAA?	X		X		X		
5	¿Qué estereotipos creen que tienen las personas sobre el CCFFAA?	X		X		X		
6	¿Los prejuicios sobre personas o instituciones que puede tener cada persona pueden incidir en la formación de sus propias opiniones respecto al CCFFAA?	X		X		X		

Opinión de aplicabilidad: SI (x) NO ()

Apellidos y nombres del validador: MARTINEZ DE PIVILLOS QUIJONES FERNANDO

DNI: 43294877

Grado Académico: Magíster

Firma

VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

Variable: Fake news

N	DIMENSIONES	PERTINENCIA		RELEVANCIA		CLARIDAD		SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	DIMENSION 1: Origen de fake news							
1	¿Cree que los operadores psicológicos sean los principales generadores de fake news del CCFFAA?	X		X		X		
2	¿Qué grupos ideológicos tendrían mayor repercusión en la generación de fake news del CCFFAA?	X		X		X		
3	¿Cuáles son las características de los grupos ideológicos que generan fake news del CCFFAA?	X		X		X		
4	¿A qué tipo de público le interesaría generar fake news del CCFFAA?	X		X		X		
	DIMENSION 2: Tipos de información							
5	¿Cuán manipuladas considera las fake news del CCFFAA?	X		X		X		
6	¿Los contextos en los que se difunden las fake news del CCFFAA son reales o creados por los manipuladores?	X		X		X		
7	¿Cuántas noticias fabricadas se hallaron en redes sociales en el 2022?	X		X		X		
	DIMENSION 3 : Intereses para divulgación							
11	¿Qué tipos de interés militares existirían para la divulgación de fake news del CCFFAA?	X		X		X		
12	¿Con la divulgación de fake news del CCFFAA se intenta desprestigiar a esta institución nacional?	X		X		X		
13	¿Con la propagación de fake news del CCFFAA se intenta que la población cambie de percepción sobre esta institución?	X		X		X		

Opinión de aplicabilidad: SI (x) NO ()

Apellidos y nombres del validador: GÓMEZ DE LA TORRE ABANIBAR, MANUEL JESÚS MARTÍN

DNI: 294184424

Grado Académico: Magister

Firma

Variable: Opinión pública

N	DIMENSIONES	PERTINENCIA		RELEVANCIA		CLARIDAD		SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	DIMENSION 1: Factores determinantes							
1	¿La divulgación mayoritaria y reiterativa de fake news del CCFFAA altera la opinión del público?	X		X		X		
2	¿Las experiencias de cada persona son factores que pueden incidir en la formación de sus propias opiniones?	X		X		X		
3	¿Las actitudes de cada persona puede ser un factor para que incida en la formación de sus propias opiniones?	X		X		X		
	DIMENSION 2: Formas de opinión							
4	¿Los estereotipos sobre personas o instituciones que puede tener cada persona pueden incidir en la formación de sus propias opiniones respecto al CCFFAA?	X		X		X		
5	¿Qué estereotipos creen que tienen las personas sobre el CCFFAA?	X		X		X		
6	¿Los prejuicios sobre personas o instituciones que puede tener cada persona pueden incidir en la formación de sus propias opiniones respecto al CCFFAA?	X		X		X		

Opinión de aplicabilidad: SI (x) NO ()

Apellidos y nombres del validador: GÓMEZ DE LA TORRE ARANIBAR, MANUEL JESÚS MARTÍN

DNI: 294184424

Grado Académico: Magíster

Firma

VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

Variable: Fake news

N	DIMENSIONES	PERTINENCIA		RELEVANCIA		CLARIDAD		SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	DIMENSION 1: Origen de fake news							
1	¿Cree que los operadores psicológicos sean los principales generadores de fake news del CCFFAA?	X		X		X		
2	¿Qué grupos ideológicos tendrían mayor repercusión en la generación de fake news del CCFFAA?	X		X		X		
3	¿Cuáles son las características de los grupos ideológicos que generan fake news del CCFFAA?	X		X		X		
4	¿A qué tipo de público le interesaría generar fake news del CCFFAA?	X		X		X		
	DIMENSION 2: Tipos de información			X		X		
5	¿Cuán manipuladas considera las fake news del CCFFAA?	X		X		X		
6	¿Los contextos en los que se difunden las fake news del CCFFAA son reales o creados por los manipuladores?	X		X		X		
7	¿Cuántas noticias fabricadas se hallaron en redes sociales en el 2022?	X		X		X		
	DIMENSION 3 : Intereses para divulgación					X		
11	¿Qué tipos de interés militares existirían para la divulgación de fake news del CCFFAA?	X		X		X		
12	¿Con la divulgación de fake news del CCFFAA se intenta desprestigiar a esta institución nacional?	X		X		X		
13	¿Con la propagación de fake news del CCFFAA se intenta que la población cambie de percepción sobre esta institución?	X		X		X		

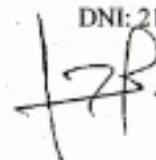
Opinión de aplicabilidad: SI (x) NO ()

Apellidos y nombres del validador: LOAYZA ABREGU, IVAN RAUL

DNI: 21544611

Grado Académico: Magister

Firma



Variable: Opinión pública

N	DIMENSIONES	PERTINENCIA		RELEVANCIA		CLARIDAD		SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	DIMENSION 1: Factores determinantes							
1	¿La divulgación mayoritaria y reiterativa de fake news del CCFFAA altera la opinión del público?	X		X		X		
2	¿Las experiencias de cada persona son factores que pueden incidir en la formación de sus propias opiniones?	X		X		X		
3	¿Las actitudes de cada persona puede ser un factor para que incida en la formación de sus propias opiniones?	X		X		X		
	DIMENSION 2: Formas de opinión							
4	¿Los estereotipos sobre personas o instituciones que puede tener cada persona pueden incidir en la formación de sus propias opiniones respecto al CCFFAA?	X		X		X		
5	¿Qué estereotipos creen que tienen las personas sobre el CCFFAA?	X		X		X		
6	¿Los prejuicios sobre personas o instituciones que puede tener cada persona pueden incidir en la formación de sus propias opiniones respecto al CCFFAA?	X		X		X		

Opinión de aplicabilidad: SI (X) NO ()

Apellidos y nombres del validador: LOAYZA ABREGU, IVAN RAUL

DNI: 21544611

Grado Académico: Magister

Firma



ANEXO 5 Transcripción de entrevistas

General de Brigada del Ejército del Perú John Edgar Rivera Machuca, jefe de la División de Comando y Control del Estado Mayor Conjunto de las Fuerzas Armadas

16. ¿Cree que los operadores psicológicos son los principales generadores de noticias falsas contra el CCFFAA?

Por supuesto. Es evidente que la desinformación es una herramienta muy utilizada por grupos de interés para desprestigiar al CCFFAA.

17. ¿Se ha identificado algún grupo ideológico con mayor repercusión de fake news contra el CCFFAA?

En estos momentos y dados los acontecimientos dados últimamente, son todos los grupos relacionados a ideologías de extrema izquierda con una orientación violentista para lograr sus propósitos. Estos lograron captar difusión por parte de bastante gente y que sean, a la vez, redirigidos estos mensajes con el fin de dañar la imagen de las FF.AA.

18. ¿Cuáles son las características de estos grupos que usted menciona?

Básicamente, creemos que son grupos de ideologías extrema que usan mucho la violencia física y audiovisual y que tienen muchos valores antidemocráticos y que logran conseguir sus objetivos por medio de la violencia.

19. ¿Cuán manipuladas considera las fake news contra el CCFFAA?

Estas son totalmente manipuladas: en muchos videos hemos visto campesinos con sus hondas y hacen parecer que son personas aparentemente inofensivas pero los hechos demuestran que parte de la población se ha organizado con hondas, con flechas y hasta con granadas caseras para hacer daño a los miembros de la policía y las FF.AA.; es decir, no pintan la realidad como es, sino que pintan la realidad a su conveniencia con la finalidad de afectar la imagen de las FF.AA. y PNP.

20. ¿Los contextos en los que se difunden las fake news son reales o creadas por los manipuladores?

La mayoría son contextos reales. A partir de hechos reales existen la desinformación o una forma de tergiversar la realidad mostrando solo una parte de la historia, la que les conviene y haciendo parecer que las fuerzas del orden actúan con

extrema violencia en contra de la población que está desarmada o que está yendo a hacer alguna manifestación política.

21. Se ha detectado en la web del CCFFAA que ha desmentido una fake news sobre que estas no acatarían el estado de emergencia. ¿Tiene alguna opinión?

Es parte de toda una campaña porque, valgan verdades, pensamos que son acciones premeditadas que apuntan a desmerecer el trabajo de las FFAA y el desprestigio y minar la moral del personal de las FF.AA.

22. ¿Habría algún protocolo o solamente el pronunciamiento que es noticia falsa? ¿Qué debería hacer el CCFFAA para hacer seguimiento que esta noticia que esté generando mayor repercusión?

Se ha tomado acciones inmediatas para contrarrestar esas campañas q afectan nuestra imagen. Se ha dado misiones a nuestros componentes para que hagan investigación a diario sobre fake news que pueden estar afectando a las FFAA para contrarrestar de inmediato a estas. Actualmente también se trata de articular con todos los medios periodísticos para lograr mayor impacto en esta contra campaña contra las fake news.

23. ¿Qué tipo de intereses militares existirían para la divulgación de fake news sobre el CCFFAA?

Pensamos que al provocar estas fake news se busca afectación del bien jurídico que es la imagen de una institución tutelar como es las FFAA y con esto desmotivar a los integrantes de las FFAA que en estos momentos se encuentran luchando contra los violentistas que afectan la propiedad privada y la propiedad del Estado. Esto es importante porque generar la desmoralización de las tropas significa que dejen de hacer su trabajo como corresponde por eso la intención del CCFFAA es mantenernos unidos y firmes en nuestro trabajo.

24. ¿Con esta divulgación de noticias falsas, se intenta desprestigiar a la institución?

Como vengo manifestando, la principal afectación a la imagen acarreará muchas consecuencias negativas como la desmoralización, el hecho de que la población no acepte el trabajo que están haciendo las FFAA. Siempre pensamos que el mayor aliado que tenemos es la población porque para ello trabajamos, estamos saliendo con nuestro personal en esos momentos tan aciagos como lo veníamos haciendo hace mucho tiempo atrás desde la pandemia que apoyamos a nuestra población con personal de salud.

25. ¿Con esta propagación de fake news, se intenta que la población odie a esta institución?

Sí. Es básicamente lo que manifesté anteriormente porque al generar esta afectación a la imagen hace que el pueblo no tenga muy buen aprecio a las FFAA.

26. ¿La divulgación mayoritaria y reiterativa de fake news altera la OP?

De hecho, que cualquier desinformación siempre altera la opinión que se tenga de algo por eso que el CC entiende que es parte de su trabajo hacer una contracampaña para contrarrestar la desinformación vigente y evidente de las fake news.

27. ¿Las experiencias de cada persona son factores que pueden incidir en la formación de sus propias opiniones?

Cada uno tiene una visión a partir de su experiencia que es alimentada a través de su medio ambiente, influenciada por líderes de opinión que se esté relacionando y eso genera que su corriente u opinión esté cambiando para fines positivos o negativos.

28. ¿Las actitudes de cada persona son factores que pueden incidir en la formación de sus propias opiniones?

Creo que sí y eso nos hace remontar a la necesidad de nuestra población se preocupe mucho por la educación de los niños. La niñez debe crecer con valores ya que ellos son los futuros líderes en 15 o 20 años y si no le damos valores con nuestros ejemplos diariamente, las actitudes que puedan tener, probablemente, no sean las mejores.

29. ¿Los estereotipos que se pueden tener las mismas personas, pueden incidir en la formación de su opinión?

Sí y los estereotipos son algo con lo que siempre deberíamos estar luchando nosotros: para mucha gente, los militares solo saben marchar y mandar en sus cuarteles, pero, si supieran lo que hacemos para prepararnos y en nuestro trabajo diario se darían cuenta que hay muchos de gran valor en la institución que se preocupan denodadamente por el bienestar de la población y que la patria se mantenga en los cauces democráticos.

30. ¿Los prejuicios que se pueden tener las mismas personas, pueden incidir en la formación de su opinión?

Por supuesto. Los prejuicios nacen al calor del medio ambiente de cada persona, en sus experiencias en su formación y por la influencia de sus líderes de opinión.

31. ¿Qué haría las FFAA si hackean sus redes sociales para difundir fake news?

Afortunadamente, cada institución cuenta con un comando de ciberdefensa que toma las acciones respectivas para revertir cualquier incidente que pueda ocurrir. Nadie

está libre de sufrir ataques digitales, la cosa es saber responder adecuadamente a estas situaciones.

Coronel del Ejército del Perú Fernando, Martínez de Pinillos Quiñones – jefe de Oficina de Prensa e Imagen Institucional del CCFFAA.

1. ¿Cree que los operadores psicológicos son los principales generadores de noticias falsas contra el CCFFAA?

Cuando hablamos de operadores psicológicos estamos hablando de personas que están siendo capacitadas en un tipo de formación de un instituto; algo muy formal. Es decir, no creo que ellos sean los que generan algún tipo de fake news.

2. ¿Qué grupos ideológicos tendrían mayor repercusión de fake news contra el CCFFAA?

El CCFFAA tiene seguidores. Ese sería el grupo objetivo de fake news, así que yo diría que ese grupo de opinión o seguidores del CCFFAA hay varios tipos de ideologías, personales, políticas, militares; así que utilizarían la plataforma para dirigirse a ese blanco.

3. ¿Cuáles son las características de estos grupos ideológicos que generan fake news contra el CCFFAA?

Bueno, la característica en común de ellos es desinformar y utilizan cualquier tipo de medio para hacerlo por algún interés. Esas son las características.

4. ¿A qué tipo de público le interesaría generar fake news contra CCFFAA?

Normalmente a aquellos que no están a favor de la formalidad. El CCFFAA y otras instituciones formales siempre se basan en sus propias normas. Cuando se aplica las normas a muchas personas no están de acuerdo y están buscando otros intereses que no son el común, sino personales. Es por eso que no están de acuerdo con estas instituciones.

5. ¿Cuán manipuladas considera las fake news contra el CCFFAA?

Sé de algunas, pero son manipuladas de tal manera que pueden confundir a los seguidores. Sí los confunde y es evidente que son manipuladas por eso es que inmediatamente se toma acción y se aclara las noticias.

6. ¿Los contextos en los que se difunden las fake news son reales o creadas por los manipuladores?

Al ser noticias falsas, de hecho, son noticias manipuladas. El CCFFAA es una actividad que está dentro del contexto del Estado y desde ya utilizamos todo tipo de normas y de ahí nace nuestros deberes para cumplir con la institución.

7. ¿Qué acción toma el CCFFAA cuando detecta alguna noticia falsa en la red?

Inmediatamente se aclara el hecho a todos los seguidores aclarando que es una noticia falsa.

8. ¿Qué tipo de intereses militares existirían para la divulgación de fake news sobre el CCFFAA?

Bueno, intereses militares puede ser de desprestigio, verlo como una unidad débil ante otros grupos de interés en contra. Pero intereses militares debería ser otro militar que quiere ir en contra de nosotros. Por ejemplo, terroristas ya que ellos dicen ser militares, pero no son militares porque son una fuerza terrorista que se integra por delincuentes que usan el miedo. Cito a ellos porque desconozco una fuerza militar que esté en contra de nosotros, pero sí cito al terrorismo porque es una fuerza que utiliza medios no autorizados para imponer su ideología en base al terror. El único interés de ellos sería imponer su propio pensamiento.

9. ¿Con esta divulgación de noticias falsas, se intenta desprestigiar a la institución?

De hecho, porque el interés de una fake news es desinformar al público que sigue y si va en contra de la institución, de hecho, es para desprestigiar. ¿Con qué fin? De hecho, puede ser muchos: personales, colectivos o que estén en contra de la institución.

10. ¿Con esta propagación de fake news, se intenta que la población odie a esta institución?

No sé la realidad si odiar, desprestigiar. Lo cierto no es una actividad que vaya a favor. Un fake news intenta desprestigiar y desinformar así que tendríamos que saber más allá del contexto, pero de hecho los militares sabemos lo que hacemos y nuestras obligaciones respetando toda esa norma.

11. ¿La divulgación mayoritaria y reiterativa de fake news altera la opinión pública?

Yo he visto las RRSS que se vienen manejando y los seguidores, y muchos son los que aclaran las fake news porque el que la publica también tiene un seguidor de esa información, pero los mismos seguidores la aclaran y se ve que no se tiene que hacer nada

solamente observar a aquellos seguidores que saben cómo son los hechos informan la verdad de los mismos.

12. ¿Las experiencias de cada persona son factores que pueden incidir en la formación de sus propias opiniones?

Claro. Cada persona tiene una experiencia basada en su carrera o sus actividades. De hecho, una persona vinculada a este entorno militar o conocedor de estos hechos tiene mucha injerencia en este hecho.

13. ¿Las actitudes de cada persona son factores que pueden incidir en la formación de sus propias opiniones?

Claro. Por ejemplo, si yo tengo mal día y me hacen una pregunta de una persona, tengo que controlar ese momento para concentrarme en lo diré. Por eso es importante, guardar esa calma y llevar una actitud buena. Si yo de frente ya estoy cuestionando, cuál sería mi pensamiento. Si mi actitud va a ser negativa, mis respuestas serán en contra de esa opinión.

14. ¿Los estereotipos que se pueden tener las mismas personas, pueden incidir en la formación de su opinión?

Ese es un tema científico, de estudio psicológico. Si la persona del norte, sur, centro tienen su propia perspectiva o costumbre, de hecho, que cada uno tiene su habitad y se ha creado una cultura ideológica, familiar. Cada estereotipo o cada cultura tiene su forma de ver según su experiencia vivida.

15. ¿Los prejuicios que se pueden tener las mismas personas, pueden incidir en la formación de su opinión?

Un prejuicio es una anticipación a una opinión y no teniendo los elementos completos para dar una opinión asertiva con respecto a algo. Un prejuicio puede ser correcto cuando se avanza en la búsqueda de información y corrobora lo que uno venía pensando, aunque también puede ser falso. El prejuicio es una idea que uno puede tener y tirarse al término de una investigación. El prejuicio solo lo tomo como una idea, mas no como resultado. Prejuzgar es adelantarme a un hecho que no se cumple.

Coronel del Ejército del Perú Iván Raúl Loayza Abregú, jefe del Comité de Asesores del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas – CFFAA

1. ¿Cree que los operadores psicológicos son los principales generadores de noticias falsas contra el CCFFAA?

No. Yo considero que son distintos tipos de operadores, no necesariamente en una campaña orquestada, sino buscando algunos intereses porque muchas de las fake news tienen que ver con reconocimientos de derechos que va orientado, con un público especial que no tiene ninguna intencionalidad clara, diferente más allá de posicionar sus derechos.

2. ¿Qué grupos ideológicos tendrían mayor repercusión de fake news contra el CCFFAA?

Al igual que la respuesta anterior, no sería grupos con una ideología sostenible ni estructurada, sino grupos de interés de acuerdo al propósito particular que necesitan. En la parte del VRAEM, la parte de la organización terrorista saca algunos comunicados post operaciones minimizando las acciones de las FFAA. Ellos sí son un grupo ideológico directamente opositores a nosotros. Los otros comunicados que tienen que ver con el desprestigio de las FFAA y PNP están orientados al tráfico ilícito de drogas porque somos los principales actores y tratamos de minimizar este tipo de ilícito mediante la coerción sí somos sujetos a fake news mediante una campaña orquestada que trataría de buscar libertad de acción para continuar con el ilícito.

3. ¿Cuáles son las características de estos grupos que generan fake news contra el CCFFAA?

Creo que son diversas. En el caso del VRAEM son comunes, pero, en términos generales en el país, son diferentes públicos debido al interés particular que pueden tener como el reconocimiento de derechos que han estado en una zona de combate de guerras anteriores y que al no alcanzar ese incentivo muestran su incomodidad.

4. ¿A qué tipo de público le interesaría generar fake news contra CCFFAA?

Yo creo que son ese público que busca algo del CCFFAA y al no obtenerlo busca desprestigiar su imagen, pero más allá del VRAEM que sí hay un público confrontado con el Estado, pero los otros públicos diversos y no sostenibles en el tiempo sino aparecen y son hechos muy puntuales.

5. ¿Cuán manipuladas considera las fake news contra el CCFFAA?

Creo que el impacto inicial, a veces, es alto, pero hay una reacción coherente y oportuna que permitió rápidamente aclarar la situación y se perdió el efecto inmediatamente.

6. ¿Los contextos en los que se difunden las fake news son reales o creadas por los manipuladores?

Muchas veces son creadas, pero en base de un 50% a las funciones creadas por el CCFFAA, sin embargo, el resto están formulados sin conocer las funciones de la institución porque, en realidad, el CC conduce las acciones de las instituciones militares y las instituciones armadas son las que realizan la labor administrativa y preparan a la fuerza militar. Muchas veces hay una confusión y cuando identificamos eso, vemos que no es alguien que tenga una intencionalidad, que no está preparado, no hubo investigación previa, sino que simplemente lanzan para ver el desprestigio que puede causar a la institución.

7. ¿Qué fake news encontraron en las RRSS, podría recordar algunas?

Dentro de las redes encontramos en el último periodo en temas donde el CCFFAA expresaba algún apoyo a alguna tienda política o algún poder del Estado y muchas de ellas fueron reiterativas. Ciertamente el comando conjunto tiene claro sus funciones las cuales están respaldadas en la constitución que menciona que las FFAA no son deliberantes y deben ser subordinadas al orden constitucional que no es otra cosa que el respeto a toda institución y a todos los poderes que se hallan en ella. Por ello, la mayor cantidad que hemos tenido han estado orientadas a esa situación como que hay grupos que buscan en cierta forma lograr el apoyo del CCFFAA a partir de una publicación o generar una percepción de que el CCFFAA está orientado o parcializado a un lado de las fuerzas políticas enfrentadas lo que en realidad no es cierto y siempre hubo una aclaración oportuna.

8. ¿Qué tipo de intereses militares existirían para la divulgación de fake news sobre el CCFFAA?

En términos militares creo que no hay un interés claro. Creo que hay orientación política debido a los puntos de vista o pareceres de cada grupo. Nosotros somos una entidad del Estado, no del gobierno ni de algún poder; como tal, sabemos cuál es nuestro rol y cuando aparece cualquier noticia que aparece fuera de este contexto debe ser aclarada de inmediato y la población identifica que no somos los promotores de ello.

9. ¿Con esta divulgación de noticias falsas, se intenta desprestigiar a la institución?

En muchas de ellas sí. Se trata de menoscabar el rol que cumple, pero en otras se trata de aprovechar la valoración dada por los peruanos sobre que las FFAA son las de mayor aceptación. Ser alguien con gran aceptación es interesante pegarme a ellas porque quizás la opinión pública se oriente a mis ideas. Por eso, muchas de las cosas que ocurren es aprovechando ese posicionamiento que tienen como institución sólida y respetable.

10. ¿Con esta propagación de fake news, se intenta que la población odie a esta institución?

No. Creo que se intenta generar desconfianza y hacer vernos como que apoyamos a una de las causas.

11. ¿La divulgación mayoritaria y reiterativa de fake news altera la OP?

Creo que en un primer momento sí, pero en un segundo momento se pierde ese impacto y se restaura la confianza en la institución que es un organismo del Estado objetivo e imparcial y lo único que busca es que el Perú avanzando.

12. ¿Las experiencias de cada persona son factores que pueden incidir en la formación de sus propias opiniones?

Por supuesto. Cada persona, más allá del conocimiento alcanzado, sus vivencias e ideología generan que tengan un comportamiento o acciones correspondientes que generan una diferencia que hacen particular a cada persona.

13. ¿Las actitudes de cada persona son factores que pueden incidir en la formación de sus propias opiniones?

Claro que sí por en base a ello, uno piensa en base a la experiencia, conocimientos y actitudes que son parte de su forma de ser y que tienen relación directa con su opinión. Muchas personas que son vehementes en su forma de ser, siempre darán opiniones severas y altisonantes que van acorde a su actitud.

14. ¿Los estereotipos que se pueden tener las mismas personas, pueden incidir en la formación de su opinión?

Sí. El tema de estereotipos es muy influyente en las personas. Por ejemplo, en términos militares, muchos nos estereotipan como personas que sabemos marchar, gritar y somos autoritarios porque eso es lo que proyecta el uniforme y la manera en la nos presentamos en los desfiles; sin embargo, no necesariamente es así: tenemos capacitación con diplomados, cursos, maestrías, posgrados que generan una comprensión diferente a la realidad del país. Esa persona que ya nos estereotipa de esa manera, no nos conoce un poco más, su opinión siempre será sesgada.

15. ¿Los prejuicios que se pueden tener las mismas personas, pueden incidir en la formación de su opinión?

Yo creo que sí porque estos tanto de clases sociales altas como bajas y los de NSE alto les genera un condicionamiento permanente y de los de la baja igual porque cree que todos los odian o les tienen una ojeriza. Por ello considero que los prejuicios generan un condicionamiento.

16. ¿Cómo se podría contrarrestar una fake news?

Creo que siempre deben ser contrarrestadas con la verdad porque las fake news cuando tiene algo de verdad ya no puedes salir a desmentirla de manera frontal. Cuando tiene algo de verdad, ya no es una fake news porque hay algo que está ahí. Cuando una fake news es toda falsa e ilógica es muy sencillo porque en el tiempo se va a revertir el impacto negativo que pueda tener. Como en el caso del VRAEM cuando los terroristas lanzaban panfletos que habían derribado dos Mirage cuando era totalmente falso. En ese momento, nos dimos cuenta que debemos realizar operaciones psicológicas antes, durante y después de las operaciones porque si no la población se la cree. Es muy difícil, pero si no se hace, es posible que el enemigo esté ganado la guerra de la información.

17. ¿Cree que un comunicado es suficiente o que otras acciones debería realizar?

El comunicado es la respuesta directa, sin embargo, también se debe desarrollar campañas como identificar si son reiterativas o no, en donde, en un primer momento se dé información sobre las funciones y responsabilidades del CCFFAA sea a través de audiovisuales o cuñas radiales. Estableciendo al público al que se quiera llegar de tal manera que la siguiente es una manera de prevención porque la gente a la cual fue dirigida la campaña dudará porque está informada y con esos datos falsos no tienen relación con la institucionalidad.

Comandante Fuerza Aérea del Perú, Carrión Palacios Carlo Fernando - jefe de la unidad de prensa, difusión e Imagen Institucional y de la Unidad de Ceremonial, Protocolo y Relaciones Públicas del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú

1. ¿Cree que los operadores psicológicos son los principales generadores de noticias falsas contra el CCFFAA?

No. En el CCFFAA es cierto que hay operadores psicológicos, pero no se encargan de generar las fake news, sino de reducir el impacto de las fake news en nuestro personal.

2. ¿Qué grupos ideológicos tendrían mayor repercusión de fake news contra el CCFFAA?

El CCFFAA no se encarga de diseminar ideologías en sí, sino lo que intenta es minimizar la posibilidad de que una ideología se instale en el total del personal de las FFAA que, en sí, como miembros de las FFAA deben ser neutrales.

3. ¿Cuáles son las características de estos grupos que generan fake news contra el CCFFAA?

Hay varias que tenemos en contra: los grupos terroristas, grupos políticos y afectan las conductas de nuestro personal.

4. ¿A qué tipo de público le interesaría generar fake news contra CCFFAA?

Justamente como indiqué, los grupos terroristas, tala ilegal, minería ilegal y los grupos como comercializadores de droga.

5. ¿Cuán manipuladas considera las fake news contra el CCFFAA?

Las fake news sobre las FFAA se dan, pero siempre es una población muy reducida, no tiene mucha diseminación, no llega a calar en toda la gente porque en sí las FFAA tienen una credibilidad por las acciones que vienen realizando en toda la vida desde su creación a favor de la población.

6. ¿Los contextos en los que se difunden las fake news son reales o creadas por los manipuladores?

Efectivamente, cuentan con un fin y este intentar desprestigiar la imagen de las FFAA y de los militares. Hay personas dentro de las FFAA que cometen algún abuso,

infracción de la norma o acto ilícito, estas deben ser tratadas de manera específica y no generalizadas.

7. ¿Recuerda alguna publicación que tuvo las FFAA con la sociedad?

Sí, hay información en RRSS sobre la intervención de las FFAA durante pandemia o durante operativos militares en el VRAEM que no tuvieron mucho alcance y pudieron ser desmentidas a través de nuestras propias redes sociales poniendo que son noticias falsas.

8. ¿Qué tipo de intereses militares existirían para la divulgación de fake news sobre el CCFFAA?

Al ser estos generadores de información o grupos delictivos, no son estos militares. No estamos hablando de una fuerza militar constituida: tendría que ser una fuerza militar extranjera que no es el caso. Respecto a estos grupos delincuenciales que vienen realizando fake news es justamente desprestigiar y ellos alcanzar mayor libertad de acción.

9. ¿Con esta divulgación de noticias falsas, se intenta desprestigiar a la institución?

Sí a esta como CC y a todas las FFAA.

10. ¿Con esta propagación de fake news, se intenta que la población odie a esta institución?

Más que odiar, no se podrá alcanzar por el buen posicionamiento que tienen estas y tienen aceptación de la población en vista de las acciones que realizan en favor de ellas y siempre estarán listas en cualquier acontecimiento que la población necesite que las FFAA estén ahí. Pero lo que sí se busca es de alguna manera desprestigiar y más que odien, darles espacio a ellos a realizar sus actividades delincuenciales.

11. ¿La divulgación mayoritaria y reiterativa de fake news altera la OP?

No llega a alterar a la opinión pública. No llega a tener ese alcance. La diseminación es siempre con las mismas personas, los mismos grupos que comentan en contra por algún motivo que tienen particularmente y con lo que pretenden minimizar la credibilidad de las FFAA.

12. ¿Las experiencias de cada persona son factores que pueden incidir en la formación de sus propias opiniones?

Sin duda. Siempre lo que uno vive y conoce o desconoce puede favorecer cierta opinión frente a una fake news y sacar su propia conclusión.

13. ¿Las actitudes de cada persona son factores que pueden incidir en la formación de sus propias opiniones?

Definitivamente, dependiendo de las actitudes, uno se da cuenta qué tan a favor se encuentran de las instituciones.

14. ¿Los estereotipos que se pueden tener las mismas personas, pueden incidir en la formación de su opinión?

Yo pienso que no porque si hablamos de estereotipos, las FFAA es una conjunción de personas, es un grupo formados militarmente que vienen de todas partes del Perú, con distintas cualidades ya sea del lugar de procedencia, color de piel o de cualquier tipo, pero logran ser formados en las escuelas correspondientes en todos los niveles como oficiales, técnicos oficiales, personal de tropa o servicio militar voluntario y sin ningún problema. Y todos, desde el engranaje más alto hasta el último alfiler de la organización, tienen un pensamiento igualitario con esta formación. Si bien es cierto, por el tipo de procedencia o familiar tenemos influencia de una u otra ideología por así decirlo, con nuestra formación militar también podemos contrarrestar y sacar una conclusión.

15. ¿Los prejuicios que se pueden tener las mismas personas, pueden incidir en la formación de su opinión?

Efectivamente, aquel que viene con prejuicios y con objetivos, más que nada, de hacer daño, para minimizar o tratar de influir en otras personas por algún motivo puede alterar su conducta y la de otros, lo cual se puede hacer frente simplemente siendo transparentes. Obviamente, no todos tendremos el mismo pensamiento o forma de ser: algunos son más abiertos o más cerrados porque somos seres humanos: tenemos una misma ideología, pero tenemos pensamientos diferentes, lo cual va a confluir o hacer respetadas pero los que vienen de fuera ya con algún objetivo determinado va a afectar su pensamiento, su conducta y puede intentar crear falsas noticias para desprestigiar a las instituciones.

General de Ejército, Manuel Jesús Martín Gómez De la Torre Aranibar, jefe del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas

1. ¿Cree que los operadores psicológicos sean los principales generadores de fake news del CCFFAA?

No, yo considero que las fake news que tienen que ver con el CCFFAA son generadas por diversos actores de acuerdo a sus intereses particulares, pudiendo ser operadores psicológicos o no.

2. ¿Qué grupos ideológicos tendrían mayor repercusión en la generación de fake news del CCFFAA?

Considero que los fake news sobre el CCFFAA no evidencian una ideología en particular, sino temas de particulares de grupos de interés coyunturales.

3. ¿Cuáles son las características de los grupos ideológicos que generan fake news del CCFFAA?

Si podemos dar una característica en general, la gran mayoría tienen que ver con el rol constitucional de las fuerzas armadas en el devenir nacional.

4. ¿A qué tipo de público le interesaría generar fake news del CCFFAA?

A diferentes grupos de interés coyuntural, ya sea para proyectar una imagen agresiva de las FFAA o para desorientar al personal sobre sus beneficios.

5. ¿Cuán manipuladas considera las fake news del CCFFAA?

No se evidencia una manipulación ajena a la orientación directa de los grupos de interés.

6. ¿Los contextos en los que se difunden las fake news del CCFFAA son reales o creados por los manipuladores?

Muchos de ellos son contextos relacionados con las funciones del CCFFAA, pero la información es difundida es falsa.

7. ¿Qué noticias falsas se hallaron en redes sociales?

Se hallaron noticias sobre temas de apoyo o rechazo político de las FFAA al gobierno de turno, sobre movimiento o retiro de tropas a lo largo del país y sobre beneficios de los ex combatientes defensores calificados de la patria.

8. ¿Qué tipos de interés militares existirían para la divulgación de fake news relacionados al CCFFAA?

Considero que no hay interés militar, sino solo buscan confundir a la población sobre la actuación de las FFAA.

9. ¿Con la divulgación de fake news relacionados al CCFFAA se intenta desprestigiar a esta entidad nacional?

Más que desprestigiar, se busca confundir a la población sobre el accionar de las FFAA y su respeto al marco constitucional.

10. ¿Con la propagación de fake news relacionados al CCFFAA se intenta que la población cambie de percepción sobre esta entidad?

Puede ser un efecto subsidiario, pero en realidad se busca confundir a la población.

11. ¿La divulgación mayoritaria y reiterativa de fake news relacionados al CCFFAA altera la opinión del público?

Parcialmente y de manera temporal, porque siempre hay una respuesta oficial oportuna a ello.

12. ¿Las experiencias de cada persona son factores que pueden incidir en la formación de sus propias opiniones?

Por supuesto, cada opinión se forma en base a diferentes variables y una de ellas es la experiencia.

13. ¿Las actitudes de cada persona puede ser un factor para que incida en la formación de sus propias opiniones?

Por supuesto, la actitud de cada persona normalmente responde a sus intereses; y al tener cada persona sus propios intereses, estos generan que opinen de una forma u otra.

14. ¿Los estereotipos sobre personas o instituciones que puede tener cada persona pueden incidir en la formación de sus propias opiniones respecto al CCFFAA?

Por supuesto, de acuerdo al estereotipo que pueda tener una persona de la imagen de las FFAA, es una condicionante para formar su opinión de nuestra institución; ya que, cualquier información recibida de las FFAA la contrasta o tratan de hacer encajar en el estereotipo propio que tienen.

15. ¿Los prejuicios sobre personas o instituciones que puede tener cada persona pueden incidir en la formación de sus propias opiniones respecto al CCFFAA?

Por supuesto, los prejuicios son tan influyentes en la opinión como los estereotipos.

16. ¿Con la propagación de fake news relacionados al CCFFAA se intenta que la población cambie de percepción sobre esta entidad?

No, porque más que hacer cambiar la percepción de las FFAA, se busca confundir a la población sobre el accionar de las mismas y su respeto al marco constitucional. Asimismo, cabe mencionar que los efectos de las Fake News son parciales y temporales, porque siempre hay una respuesta oficial oportuna a ellos.

17. ¿Qué noticias falsas se hallaron en redes sociales?

Se hallaron noticias sobre temas de apoyo o rechazo político de las FFAA al gobierno de turno, sobre movimiento o retiro de tropas a lo largo del país y sobre beneficios de los ex combatientes defensores calificados de la patria; siendo aclarados oportunamente.

18. ¿A qué tipo de público le interesaría generar fake news del CFFAA?

Considero que los fake news sobre el CCFFAA no evidencian su origen en un público en particular, sino de acuerdo a los temas encontrados serian grupos de interés coyunturales.

ANEXO 6: Triangulación

Las técnicas del procesamiento de los datos consistieron en tres partes según los instrumentos esbozados: la primera, la entrevista a los altos mandos del CCFFAA y su posterior transcripción de las declaraciones, finalizando con el análisis de las principales secciones o áreas presentadas por los entrevistados.

Para el caso del análisis de las *fake news* se procedió a seleccionar las piezas relacionadas al caso de estudio y se tabuló las características establecidas en el instrumento.

Finalmente, para la aplicación del cuestionario, este fue difundido digitalmente y las tabulaciones correspondientes fueron recopiladas automáticamente con el Drive respectivo.

	Sustento teórico	Entrevista	Análisis final
General de Ejército Manuel Jesús Martín Gómez De La Torre Aranibar - jefe del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas Origen de <i>fake news</i>	Operadores psicológicos, lo cual está referenciado a crear información que intentan generar determinada utilidad o alterar el pensamiento de la población de un tema de mayor relevancia que suele tener carácter político. (Crovi, 2017)	No, yo considero que las fake news que tienen que ver con el CCFFAA son generadas por diversos actores de acuerdo a sus intereses particulares, pudiendo ser operadores psicológicos o no.	Las fake news que tienen que ver con el CCFFAA son generadas por diversos actores de acuerdo a sus intereses particulares, pudiendo ser operadores psicológicos o no.
Grupos de personas	Los grupos de personas quienes reaccionan igual a las ideas de cada individuo por tener ideas afines o imitan el comportamiento de las mismas. En este sentido, dar like o compartir información	Considero que los fake news sobre el CCFFAA no evidencian una ideología en particular, sino temas de particulares de grupos de interés coyunturales. Si podemos dar una característica en general, la gran mayoría tienen que ver con el rol constitucional de las fuerzas armadas en el devenir nacional.	Los fake news sobre el CCFFAA no evidencian una ideología en particular, sino temas de particulares de grupos de interés coyunturales.

	verdadera o falsa es realizado por reforzar la aceptación a la comunidad y viceversa (Pauner, 2019)	A diferentes grupos de interés coyuntural, ya sea para proyectar una imagen agresiva de las FFAA o para desorientar al personal sobre sus beneficios.	
Noticias manipuladas	Aquellas informaciones que presentan una notoria experimentación llegando al punto de retocar imágenes fotográficas a fin de incrementar la sensación de veracidad en lo publicado (Amoros, 2018)	No se evidencia una manipulación ajena a la orientación directa de los grupos de interés.	No se evidencia una manipulación ajena a la orientación directa de los grupos de interés.
Noticias con contexto falso	Aquellos datos que incluyen una tergiversación del ambiente donde se desarrolla la información para la creación de nuevos ambientes ajenos a la realidad (Amoros, 2018).	Muchos de ellos son contextos relacionados con las funciones del CCFFAA, pero la información es difundida es falsa. Se hallaron noticias sobre temas de apoyo o rechazo político de las FFAA al gobierno de turno, sobre movimiento o retiro de tropas a lo largo del país y sobre beneficios de los ex combatientes defensores calificados de la patria; siendo aclarados oportunamente.	Se hallaron noticias sobre temas de apoyo o rechazo político de las FFAA al gobierno de turno.
Noticias fabricadas	Caracterizadas por la creación de falacias cuya finalidad es taimar y dañar la imagen de alguna institución o persona (Amoros, 2018).	Se hallaron noticias sobre temas de apoyo o rechazo político de las FFAA al gobierno de turno, sobre movimiento o retiro de tropas a lo largo del país y sobre beneficios de los ex combatientes defensores calificados de la patria.	Se hallaron noticias sobre temas de apoyo o rechazo político de las FFAA al gobierno de turno
Militares	Se intenta manipular la opinión de la ciudadanía con	Considero que no hay interés militar, sino solo buscan confundir a la población sobre la actuación de las FFAA.	Considero que no hay interés militar, sino

	<p>la intención de reforzar prejuicios obtenidos sobre esta institución cuya intención es orientar las opiniones y acciones destinadas hacia determinado camino (Amoros, 2018).</p>		<p>solo buscan confundir a la población sobre la actuación de las FFAA</p>
Desprestigio	<p>La propagación de fake news responde, principalmente, a la generación de desprestigio hacia la persona o institución de la que se hace mención, por lo tanto, la reputación queda disminuida afectando a los principales actores intervinientes de los organismos (Focás y Kessler, 2017).</p>	<p>Más que desprestigiar, se busca confundir a la población sobre el accionar de las FFAA y su respeto al marco constitucional.</p> <p>Puede ser un efecto subsidiario, pero en realidad se busca confundir a la población.</p> <p>Parcialmente y de manera temporal, porque siempre hay una respuesta oficial oportuna a ello.</p> <p>Por supuesto, de acuerdo al estereotipo que pueda tener una persona de la imagen de las FFAA, es una condicionante para formar su opinión de nuestra institución; ya que, cualquier información recibida de las FFAA la contrasta o tratan de hacer encajar en el estereotipo propio que tienen.</p>	<p>Se busca confundir a la población sobre el accionar de las FFAA y su respeto al marco constitucional.</p>
Percepción	<p>El hecho de tener la razón suele ser insuficiente para las personas ya que requieren un reforzamiento que les sirva como un sustento a sus pensamientos. Las personas tienen la tendencia de procesar información con creencias mas no con hechos llegando a adecuar</p>	<p>Los prejuicios son tan influyentes en la opinión como los estereotipos.</p> <p>No, porque más que hacer cambiar la percepción de las FFAA, se busca confundir a la población sobre el accionar de las mismas y su respeto al marco constitucional. Asimismo, cabe mencionar que los efectos de las Fake News son parciales y temporales, porque siempre hay una respuesta oficial oportuna a ellos.</p> <p>Considero que los fake news sobre el CCFFAA no evidencian su origen en un público en particular, sino de</p>	<p>Más que hacer cambiar la percepción de las FFAA, se busca confundir a la población sobre el accionar de las mismas y su respeto al marco constitucional.</p>

	los hechos a los pensamientos que se tienen (Cuentas, 2020)	acuerdo a los temas encontrados serian grupos de interés coyunturales.	
--	---	--	--

	Sustento teórico	Entrevista	Análisis final
General de Brigada del Ejército del Perú, Jhon Edgar Rivera Machuca Origen de <i>fake news</i>	Operadores psicológicos, lo cual está referenciado a crear información que intentan generar determinada utilidad o alterar el pensamiento de la población de un tema de mayor relevancia que suele tener carácter político.	Por supuesto. Es evidente que la desinformación es una herramienta muy utilizada por grupos de interés para desprestigiar al CCFFAA En estos momentos y dados los acontecimientos dados últimamente, son todos los grupos relacionados a ideologías de extrema izquierda con una orientación violentista para lograr sus propósitos. Estos lograron captar difusión por parte de bastante gente y que sean, a la vez, redirigidos estos mensajes con el fin de dañar la imagen de las FF.AA.	La desinformación es una herramienta muy utilizada por grupos de interés para desprestigiar y dañar la imagen de las FF.AA.
Grupos de personas	Los grupos de personas quienes reaccionan igual a las ideas de cada individuo por tener ideas afines o imitan el comportamiento de las mismas. En este sentido, dar like o compartir información verdadera o falsa es realizado por reforzar la aceptación a la comunidad y viceversa, es decir, el grupo humano también reafirma sus posturas con lo que cada individuo publica o comparte	Básicamente, creemos que son grupos de ideologías extrema que usan mucho la violencia física y audiovisual y que tienen muchos valores antidemocráticos y que logran conseguir sus objetivos por medio de la violencia.	Son grupos de ideologías extrema que usan mucho la violencia física y audiovisual y que tienen muchos valores antidemocráticos

Noticias manipuladas	Aquellas informaciones que presentan una notoria experimentación llegando al punto de retocar imágenes fotográficas a fin de incrementar la sensación de veracidad en lo publicado.	<p>Estas son totalmente manipuladas: en muchos videos hemos visto campesinos con sus hondas y hacen parecer que son personas aparentemente inofensivas pero los hechos demuestran que parte de la población se ha organizado con hondas, con flechas y hasta con granadas caseras para hacer daño a los miembros de la policía y las FF.AA.; es decir, no pintan la realidad como es, sino que pintan la realidad a su conveniencia con la finalidad de afectar la imagen de las FF.AA. y PNP.</p> <p>Es parte de toda una campaña porque, valgan verdades, pensamos que son acciones premeditadas que apuntan a desmerecer el trabajo de las FF.AA y el desprestigio y minar la moral del personal de las FF.AA.</p>	Estas son totalmente manipuladas. Es parte de toda una campaña porque, pensamos que son acciones premeditadas que apuntan a desmerecer el trabajo de las FF.AA
Noticias con contexto falso	Aquellos datos que incluyen una tergiversación del ambiente donde se desarrolla la información para la creación de nuevos ambientes ajenos a la realidad.	<p>La mayoría son contextos reales. A partir de hechos reales existen la desinformación o una forma de tergiversar la realidad mostrando solo una parte de la historia, la que les conviene y haciendo parecer que las fuerzas del orden actúan con extrema violencia en contra de la población que está desarmada o que está yendo a hacer alguna manifestación política.</p> <p>Se ha tomado acciones inmediatas para contrarrestar esas campañas q afectan nuestra imagen. Se ha dado misiones a nuestros componentes para que hagan investigación a diario sobre fake news que pueden estar afectando a las FF.AA para contrarrestar de inmediato a estas. Actualmente también se trata de articular con todos los medios periodísticos para lograr mayor impacto en esta contra campaña contra las fake news.</p>	Datos que incluyen una tergiversación del ambiente. A partir de hechos reales existen la desinformación o una forma de tergiversar la realidad mostrando solo una parte de la historia
Noticias fabricadas	Caracterizadas por la creación de falacias cuya finalidad es taimar y dañar	Pensamos que al provocar estas fake news se busca afectación del bien jurídico que es la imagen de una institución tutelar como es las FF.AA y con esto desmotivar a los integrantes de	Se busca afectación del bien jurídico que es la imagen de una institución

	la imagen de alguna institución o persona.	las FFAA que en estos momentos se encuentran luchando contra los violentistas que afectan la propiedad privada y la propiedad del Estado. Esto es importante porque generar la desmoralización de las tropas significa que dejen de hacer su trabajo como corresponde por eso la intención del CCFFAA es mantenernos unidos y firmes en nuestro trabajo.	tutelar como es las FFAA y con esto desmotivar a los integrantes de las FFAA
Militares	Se intenta manipular la opinión de la ciudadanía con la intención de reforzar prejuicios obtenidos sobre esta institución cuya intención es orientar las opiniones y acciones destinadas hacia determinado camino.	<p>Pensamos que al provocar estas fake news se busca afectación del bien jurídico que es la imagen de una institución tutelar como es las FFAA y con esto desmotivar a los integrantes de las FFAA que en estos momentos se encuentran luchando contra los violentistas que afectan la propiedad privada y la propiedad del Estado. Esto es importante porque generar la desmoralización de las tropas significa que dejen de hacer su trabajo como corresponde por eso la intención del CCFFAA es mantenernos unidos y firmes en nuestro trabajo.</p> <p>Sí. Es básicamente lo que manifesté anteriormente porque al generar esta afectación a la imagen hace que el pueblo no tenga muy buen aprecio a las FFAA</p>	Generar la desmoralización de las tropas significa que dejen de hacer su trabajo como corresponde por eso la intención del CCFFAA es mantenernos unidos y firmes en nuestro trabajo.
Desprestigio	La propagación de fake news responde, principalmente, a la generación de desprestigio hacia la persona o institución de la que se hace mención, por lo tanto, la reputación queda disminuida afectando a los principales actores intervinientes de los organismos. A largo plazo,	<p>Como vengo manifestando, la principal afectación a la imagen acarreará muchas consecuencias negativas como la desmoralización, el hecho de que la población no acepte el trabajo que están haciendo las FFAA. Siempre pensamos que el mayor aliado que tenemos es la población porque para ello trabajamos, estamos saliendo con nuestro personal en esos momentos tan aciagos como lo veníamos haciendo hace mucho tiempo atrás desde la pandemia que apoyamos a nuestra población con personal de salud.</p> <p>De hecho que cualquier desinformación siempre altera la opinión que se tenga de algo por eso que el CC entiende que es parte de su trabajo hacer una contra campaña para contrarrestar la desinformación vigente y evidente de las fake news.</p>	El mayor aliado que tenemos es la población porque para ello trabajamos, estamos saliendo con nuestro personal. Cualquier desinformación siempre altera la opinión que se tenga de algo por eso que el CC entiende que es parte de su trabajo hacer una contra campaña.

	se produce deterioro a la imagen de la marca		
Percepción	El hecho de tener la razón suele ser insuficiente para las personas ya que requieren un reforzamiento que les sirva como un sustento a sus pensamientos. Las personas tienen la tendencia de procesar información con creencias mas no con hechos llegando a adecuar los hechos a los pensamientos que se tienen	<p>Cada uno tiene una visión a partir de su experiencia que es alimentada a través de su medio ambiente, influenciada por líderes de opinión que se esté relacionando y eso genera que su corriente u opinión esté cambiando para fines positivos o negativos.</p> <p>Cada uno tiene una visión a partir de su experiencia que es alimentada a través de su medio ambiente, influenciada por líderes de opinión que se esté relacionando y eso genera que su corriente u opinión esté cambiando para fines positivos o negativos.</p> <p>Sí y los estereotipos son algo con lo que siempre deberíamos estar luchando nosotros: para mucha gente, los militares solo saben marchar y mandar en sus cuarteles, pero, si supieran lo que hacemos para prepararnos y en nuestro trabajo diario se darían cuenta que hay muchos de gran valor en la institución que se preocupan denodadamente por el bienestar de la población y que la patria se mantengan en los cauces democráticos.</p> <p>Por supuesto. Los prejuicios nacen al calor del medio ambiente de cada persona, en sus experiencias en su formación y por la influencia de sus líderes de opinión.</p>	Cada uno tiene una visión a partir de su experiencia que es alimentada a través de su medio ambiente, influenciada por líderes de opinión que se esté relacionando y eso genera que su corriente u opinión esté cambiando para fines positivos o negativos. Las personas tienen la tendencia de procesar información con creencias mas no con hechos.

	Sustento teórico	Entrevista	Análisis final
Coronel del Ejército del Perú, Fernando Martínez de Pinillos Quiñones Origen de <i>fake news</i>	Operadores psicológicos, lo cual está referenciado a crear información que intentan generar determinada utilidad o alterar el pensamiento de la	Cuando hablamos de operadores psicológicos estamos hablando de personas que están siendo capacitadas en un tipo de formación de un instituto; algo muy formal. Es decir, no creo que ellos sean los que generan algún tipo de fake news.	Personas que están siendo capacitadas en un tipo de formación de un instituto; algo muy formal. Es decir, no creo que ellos sean los

	<p>población de un tema de mayor relevancia que suele tener carácter político.</p>	<p>El CCFFAA tiene seguidores. Ese sería el grupo objetivo de fake news, así que yo diría que ese grupo de opinión o seguidores del CCFFAA hay varios tipos de ideologías, personales, políticas, militares; así que utilizarían la plataforma para dirigirse a ese blanco.</p>	<p>que generan algún tipo de fake news. El CCFFAA tiene seguidores. Ese sería el grupo objetivo de fake news, así que yo diría que ese grupo de opinión o seguidores del CCFFAA hay varios tipos de ideologías, personales, políticas, militares; así que utilizarían la plataforma para dirigirse a ese blanco</p>
<p>Grupos de personas</p>	<p>Los grupos de personas quienes reaccionan igual a las ideas de cada individuo por tener ideas afines o imitan el comportamiento de las mismas. En este sentido, dar like o compartir información verdadera o falsa es realizado por reforzar la aceptación a la comunidad y viceversa, es decir, el grupo humano también reafirma sus posturas con lo que cada individuo publica o comparte</p>	<p>Bueno, la característica en común de ellos es desinformar y utilizan cualquier tipo de medio para hacerlo por algún interés. Esas son las características. Normalmente a aquellos que no están a favor de la formalidad. El CCFFAA y otras instituciones formales siempre se basan en sus propias normas. Cuando se aplica las normas a mucha personas no están de acuerdo y están buscando otros intereses que no son el común, sino personales. Es por eso que no están de acuerdo con estas instituciones.</p>	<p>La característica en común de ellos es desinformar y utilizan cualquier tipo de medio para hacerlo por algún interés. Cuando se aplica las normas a mucha personas no están de acuerdo y están buscando otros intereses que no son el común, sino personales.</p>

Noticias manipuladas	Aquellas informaciones que presentan una notoria experimentación llegando al punto de retocar imágenes fotográficas a fin de incrementar la sensación de veracidad en lo publicado.	Sé de algunas pero son manipuladas de tal manera que pueden confundir a los seguidores. Sí los confunde y es evidente que son manipuladas por eso es que inmediatamente se toma acción y se aclara las noticias.	Sé de algunas pero son manipuladas de tal manera que pueden confundir a los seguidores. Sí los confunde y es evidente que son manipuladas por eso es que inmediatamente se toma acción y se aclara las noticias.
Noticias con contexto falso	Aquellos datos que incluyen una tergiversación del ambiente donde se desarrolla la información para la creación de nuevos ambientes ajenos a la realidad.	Al ser noticias falsas, de hecho son noticias manipuladas. El CCFFAA es una actividad que está dentro del contexto del Estado y desde ya utilizamos todo tipo de normas y de ahí nace nuestros deberes para cumplir con la institución	Al ser noticias falsas, de hecho son noticias manipuladas. El CCFFAA es una actividad que está dentro del contexto del Estado.
Noticias fabricadas	Caracterizadas por la creación de falacias cuya finalidad es taimar y dañar la imagen de alguna institución o persona.	Inmediatamente se aclara el hecho a todos los seguidores aclarando que es una noticia falsa.	Creación de falacias cuya finalidad es taimar y dañar la imagen de alguna institución o persona.
Militares	Se intenta manipular la opinión de la ciudadanía con la intención de reforzar prejuicios obtenidos sobre esta institución cuya intención es orientar las opiniones y acciones	Bueno, intereses militares puede ser de desprestigio, verlo como una unidad débil ante otros grupos de interés en contra. Pero intereses militares debería ser otro militar que quiere ir en contra de nosotros. Por ejemplo, terroristas ya que ellos dicen ser militares, pero no son militares porque son una fuerza terrorista que se integra por delincuentes que usan el miedo. Cito a ellos porque desconozco una fuerza militar que	Intereses militares puede ser de desprestigio, verlo como una unidad débil ante otros grupos de interés en contra. Pero intereses militares

	destinadas hacia determinado camino.	esté en contra de nosotros pero sí cito al terrorismo porque es una fuerza que utiliza medios no autorizados para imponer su ideología en base al terror. El único interés de ellos sería imponer su propio pensamiento.	debería ser otro militar que quiere ir en contra de nosotros
Desprestigio	La propagación de fake news responde, principalmente, a la generación de desprestigio hacia la persona o institución de la que se hace mención, por lo tanto, la reputación queda disminuida afectando a los principales actores intervinientes de los organismos. A largo plazo, se produce deterioro a la imagen de la marca	<p>De hecho porque el interés de una fake news es desinformar al público que sigue y si va en contra de la institución, de hecho es para desprestigiar. ¿Con qué fin? De hecho puede ser muchos: personales, colectivos o que estén en contra de la institución.</p> <p>No sé la realidad si odiar, desprestigiar. Lo cierto no es una actividad que vaya a favor. Un fake news intenta desprestigiar y desinformar así que tendríamos que saber más allá del contexto, pero de hecho los militares sabemos lo que hacemos y nuestras obligaciones respetando toda esa norma.</p>	El interés de una fake news es desinformar al público que sigue y si va en contra de la institución, de hecho es para desprestigiar.
Percepción	El hecho de tener la razón suele ser insuficiente para las personas ya que requieren un reforzamiento que les sirva como un sustento a sus pensamientos. Las personas tienen la tendencia de procesar información con creencias mas no con hechos llegando a adecuar los hechos a los pensamientos que se tienen	<p>Yo he visto las redes sociales que se vienen manejando y los seguidores, y muchos son los que aclaran las fake news porque el que la publica también tiene un seguidor de esa información, pero los mismos seguidores la aclaran y se ve que no se tiene que hacer nada solamente observar a aquellos seguidores que saben cómo son los hechos informan la verdad de los mismos.</p> <p>Claro. Cada persona tiene una experiencia basada en su carrera o sus actividades. De hecho, una persona vinculada a este entorno militar o conocedor de estos hechos tiene mucha injerencia en este hecho.</p>	Las redes sociales que se vienen manejando y los seguidores, y muchos son los que aclaran las fake news porque el que la publica también tiene un seguidor de esa información, pero los mismos seguidores la aclaran. Cada persona tiene una experiencia basada en su carrera o

		<p>Claro. Por ejemplo, si yo tengo mal día y me hacen una pregunta de una persona, tengo que controlar ese momento para concentrarme en lo diré. Por eso es importante, guardar esa calma y llevar una actitud buena. Si yo de frente ya estoy cuestionando, cuál sería mi pensamiento. Si mi actitud va a ser negativa, mis respuestas serán en contra de esa opinión.</p> <p>Ese es un tema científico, de estudio psicológico. Si la persona del norte, sur, centro tienen su propia perspectiva o costumbre, de hecho que cada uno tiene su hábitat y se ha creado una cultura ideológica, familiar. Cada estereotipo o cada cultura tiene su forma de ver según su experiencia vivida.</p> <p>Un prejuicio es una anticipación a una opinión y no teniendo los elementos completos para dar una opinión asertiva con respecto a algo. Un prejuicio puede ser correcto cuando se avanza en la búsqueda de información y corrobora lo que uno venía pensando aunque también puede ser falso. El prejuicio es una idea que uno puede tener y tirarse al término de una investigación. El prejuicio solo lo tomo como una idea, mas no como resultado. Prejuizar es adelantarme a un hecho que no se cumple.</p>	<p>sus actividades. Un prejuicio es una anticipación a una opinión y no teniendo los elementos completos para dar una opinión asertiva con respecto a algo.</p>
--	--	---	---

	Sustento teórico	Entrevista	Análisis final
Coronel del Ejército del Perú, Iván Raúl Loayza Abregú	Operadores psicológicos, lo cual está referenciado a crear información que intentan generar determinada utilidad o	No. Yo considero que son distintos tipos de operadores, no necesariamente en una campaña orquestada, sino buscando algunos intereses porque muchas de las fake news tienen que ver con reconocimientos de derechos que va orientado, con un	Son distintos tipos de operadores, no necesariamente en una campaña orquestada,

Origen de <i>fake news</i>	alterar el pensamiento de la población de un tema de mayor relevancia que suele tener carácter político.	público especial que no tiene ninguna intencionalidad clara, diferente más allá de posicionar sus derechos.	sino buscando algunos intereses porque muchas de las fake news tienen que ver con reconocimientos de derechos
Grupos de personas	Los grupos de personas quienes reaccionan igual a las ideas de cada individuo por tener ideas afines o imitan el comportamiento de las mismas. En este sentido, dar like o compartir información verdadera o falsa es realizado por reforzar la aceptación a la comunidad y viceversa, es decir, el grupo humano también reafirma sus posturas con lo que cada individuo publica o comparte	<p>Al igual que la respuesta anterior, no sería grupos con una ideología sostenible ni estructurada, sino grupos de interés de acuerdo al propósito particular que necesitan. En la parte del VRAEM, la parte de la organización terrorista saca algunos comunicados post operaciones minimizando las acciones de las FFAA. Ellos sí son un grupo ideológico directamente opositores a nosotros. Los otros comunicados que tienen que ver con el desprestigio de las FFAA y PNP están orientados al tráfico ilícito de drogas porque somos los principales actores y tratamos de minimizar este tipo de ilícito mediante la coerción sí somos sujetos a fake news mediante una campaña orquestada que trataría de buscar libertad de acción para continuar con el ilícito.</p> <p>Creo que son diversas. En el caso del VRAEM son comunes, pero, en términos generales en el país, son diferentes públicos debido al interés particular que pueden tener como el reconocimiento de derechos que han estado en una zona de combate de guerras anteriores y que al no alcanzar ese incentivo muestran su incomodidad.</p> <p>Yo creo que son ese público que busca algo del CCFFAA y al no obtenerlo busca desprestigiar su imagen, pero más allá del VRAEM que sí hay un público confrontado con el</p>	No sería grupos con una ideología sostenible ni estructurada, sino grupos de interés de acuerdo al propósito particular que necesitan. Son ese público que busca algo del CCFFAA y al no obtenerlo busca desprestigiar su imagen.

		Estado, pero los otros públicos diversos y no sostenibles en el tiempo sino aparecen y son hechos muy puntuales.	
Noticias manipuladas	Aquellas informaciones que presentan una notoria experimentación llegando al punto de retocar imágenes fotográficas a fin de incrementar la sensación de veracidad en lo publicado.	Creo que el impacto inicial, a veces, es alto, pero hay una reacción coherente y oportuna que permitió rápidamente aclarar la situación y se perdió el efecto inmediatamente.	
Noticias con contexto falso	Aquellos datos que incluyen una tergiversación del ambiente donde se desarrolla la información para la creación de nuevos ambientes ajenos a la realidad.	<p>Muchas veces son creadas pero en base de un 50% a las funciones creadas por el CCFFAA, sin embargo, el resto están formulados sin conocer las funciones de la institución porque, en realidad, el CC conduce las acciones de las instituciones militares y las instituciones armadas son las que realizan la labor administrativa y preparan a la fuerza militar. Muchas veces hay una confusión y cuando identificamos eso, vemos que no es alguien que tenga una intencionalidad, que no está preparado, no hubo investigación previa, sino que simplemente lanzan para ver el desprestigio que puede causar a la institución.</p> <p>Dentro de las redes encontramos en el último periodo en temas donde el CCFFAA expresaba algún apoyo a alguna tienda política o algún poder del Estado y muchas de ellas fueron reiterativas. Ciertamente el comando conjunto tiene claro sus funciones la cuales están respaldadas en la constitución que menciona que las FFAA no son deliberantes y deben ser subordinadas al orden constitucional que no es otra</p>	<p>Muchas veces son creadas pero en base de un 50% a las funciones creadas por el CCFFAA.</p> <p>Muchas veces hay una confusión y cuando identificamos eso, vemos que no es alguien que tenga una intencionalidad. Ciertamente el comando conjunto tiene claro sus funciones la cuales están respaldadas en la constitución que menciona que las</p>

		cosa que el respeto a toda institución y a todos los poderes que se hallan en ella.	FFAA no son deliberantes.
Noticias fabricadas	Caracterizadas por la creación de falacias cuya finalidad es taimar y dañar la imagen de alguna institución o persona.	Por ello, la mayor cantidad que hemos tenido han estado orientadas a esa situación como que hay grupos que buscan en cierta forma lograr el apoyo del CCFFAA a partir de una publicación o generar una percepción de que el CCFFAA está orientado o parcializado a un lado de las fuerzas políticas enfrentadas lo que en realidad no es cierto y siempre hubo una aclaración oportuna.	La mayor cantidad que hemos tenido han estado orientadas a esa situación como que hay grupos que buscan en cierta forma lograr el apoyo del CCFFAA a partir de una publicación o generar una percepción.
Militares	Se intenta manipular la opinión de la ciudadanía con la intención de reforzar prejuicios obtenidos sobre esta institución cuya intención es orientar las opiniones y acciones destinadas hacia determinado camino.	En términos militares creo que no hay un interés claro. Creo que hay orientación política debido a los puntos de vista o pareceres de cada grupo. Nosotros somos una entidad del Estado, no del gobierno ni de algún poder; como tal, sabemos cuál es nuestro rol y cuando aparece cualquier noticia que aparece fuera de este contexto debe ser aclarada de inmediato y la población identifica que no somos los promotores de ello.	No hay un interés claro. Hay orientación política debido a los puntos de vista o pareceres de cada grupo.
Desprestigio	La propagación de fake news responde, principalmente, a la generación de desprestigio hacia la persona o institución de la que se hace mención, por lo tanto, la reputación queda	En muchas de ellas sí. Se trata de menoscabar el rol que cumple, pero en otras se trata de aprovechar la valoración dada por los peruanos sobre que las FFAA son las de mayor aceptación. Ser alguien con gran aceptación es interesante pegarme a ellas porque quizás la opinión pública se oriente a mis ideas. Por eso, muchas de las cosas que ocurren es	Se trata de menoscabar el rol que cumple, pero en otras se trata de aprovechar la valoración dada por los peruanos sobre que las

	<p>disminuida afectando a los principales actores intervinientes de los organismos. A largo plazo, se produce deterioro a la imagen de la marca</p>	<p>aprovechando ese posicionamiento que tienen como institución sólida y respetable.</p> <p>Sí. El tema de estereotipos es muy influyentes en las personas. Por ejemplo, en términos militares, muchos nos estereotipan como personas que sabemos marchar, gritar y somos autoritarios porque eso es lo que proyecta el uniforme y la manera en la nos presentamos en los desfiles; sin embargo, no necesariamente es así: tenemos capacitación con diplomados, cursos, maestrías, posgrados que generan una comprensión diferente a la realidad del país. Esa persona que ya nos estereotipa de esa manera, no nos conoce un poco más, su opinión siempre será sesgada.</p> <p>Yo creo que sí porque estos tanto de clases sociales altas como bajas y los de NSE alto les genera un condicionamiento permanente y de los de la baja igual porque cree que todos los odian o les tienen una ojeriza. Por ello considero que los prejuicios generan un condicionamiento.</p>	<p>FFAA son las de mayor aceptación.</p>
Percepción	<p>El hecho de tener la razón suele ser insuficiente para las personas ya que requieren un reforzamiento que les sirva como un sustento a sus pensamientos. Las personas tienen la tendencia de procesar información con creencias mas no con hechos llegando a adecuar los hechos a los pensamientos que se tienen</p>	<p>No. Creo que se intenta generar desconfianza y hacer vernos como que apoyamos a una de las causas</p> <p>Creo que en un primer momento sí, pero en un segundo momento se pierde ese impacto y se restaura la confianza en la institución que es un organismo del Estado objetivo e imparcial y lo único que busca es que el Perú avanzando.</p> <p>Por supuesto. Cada persona, más allá del conocimiento alcanzado, sus vivencias e ideología generan que tengan un comportamiento o acciones correspondientes que generan una diferencia que hacen particular a cada persona.</p>	<p>Creo que se intenta generar desconfianza y hacer vernos como que apoyamos a una de las causas. Cada persona, más allá del conocimiento alcanzado, sus vivencias e ideología generan que tengan un comportamiento o acciones</p>

		<p>Claro que sí por en base a ello, uno piensa en base a la experiencia, conocimientos y actitudes que son parte de su forma de ser y que tienen relación directa con su opinión. Muchas personas que son vehementes en su forma de ser, siempre darán opiniones severas y altisonantes que van acorde a su actitud.</p> <p>Creo que siempre deben ser contrarrestadas con la verdad porque las fake news cuando tiene algo de verdad ya no puedes salir a desmentirla de manera frontal. Cuando tiene algo de verdad, ya no es una fake news porque hay algo que está ahí. Cuando una fake news es toda falsa e ilógica es muy sencillo porque en el tiempo se va a revertir el impacto negativo que pueda tener. Como en el caso del VRAEM cuando los terroristas lanzaban panfletos que habían derribado dos Mirage cuando era totalmente falso. En ese momento, nos dimos cuenta que debemos realizar operaciones psicológicas antes, durante y después de las operaciones porque sino la población se la cree. Es muy difícil pero si no se hace, es posible que el enemigo esté ganado la guerra de la información.</p> <p>El comunicado es la respuesta directa, sin embargo, también se debe desarrollar campañas como identificar si son reiterativas o no, en donde, en un primer momento se dé información sobre las funciones y responsabilidades del CCFFAA sea a través de audiovisuales o cuñas radiales. Estableciendo al público al que se quiera llegar de tal manera que la siguiente es una manera de prevención porque la gente a la cual fue dirigida la campaña dudará porque está informada y con esos datos falsos no tienen relación con la institucionalidad.</p>	<p>correspondientes que generan una diferencia que hacen particular a cada persona.</p> <p>Cuando una fake news es toda falsa e ilógica es muy sencillo porque en el tiempo se va a revertir el impacto negativo que pueda tener.</p>
--	--	--	---

	Sustento teórico	Entrevista	Análisis final
Comandante de la Fuerza Aérea del Perú, Carlo Fernando Carrión Palacios Origen de <i>fake news</i>	Operadores psicológicos, lo cual está referenciado a crear información que intentan generar determinada utilidad o alterar el pensamiento de la población de un tema de mayor relevancia que suele tener carácter político.	No. En el CCFFAA es cierto que hay operadores psicológicos pero no se encargan de generar las fake news, sino de reducir el impacto de las fake news en nuestro personal.	En el CCFFAA es cierto que hay operadores psicológicos pero no se encargan de generar las fake news, sino de reducir el impacto de las fake news en nuestro personal
Grupos de personas	Los grupos de personas quienes reaccionan igual a las ideas de cada individuo por tener ideas afines o imitan el comportamiento de las mismas. En este sentido, dar like o compartir información verdadera o falsa es realizado por reforzar la aceptación a la comunidad y viceversa, es decir, el grupo humano también reafirma sus posturas con lo que cada individuo publica o comparte	El CCFFAA no se encarga de diseminar ideologías en sí, sino lo que intenta es minimizar la posibilidad de que una ideología se instaló en el total del personal de las FFAA que, en sí, como miembros de las FFAA deben ser neutrales. Hay varias que tenemos en contra: los grupos terroristas, grupos políticos y afectan las conductas de nuestro personal. Justamente como indiqué, los grupos terroristas, tala ilegal, minería ilegal y los grupos como comercializadores de droga	Hay varias que tenemos en contra: los grupos terroristas, grupos políticos y afectan las conductas de nuestro personal.
Noticias manipuladas	Aquellas informaciones que presentan una notoria experimentación llegando al punto de retocar	Las fake news sobre las FFAA se dan pero siempre es una población muy reducida, no tiene mucha diseminación, no llega a calar en toda la gente porque en sí las FFAA tienen una	Las fake news sobre las FFAA se dan pero siempre es una población muy

	imágenes fotográficas a fin de incrementar la sensación de veracidad en lo publicado.	credibilidad por las acciones que vienen realizando en toda la vida desde su creación a favor de la población.	reducida, no tiene mucha diseminación, no llega a calar en toda la gente.
Noticias con contexto falso	Aquellos datos que incluyen una tergiversación del ambiente donde se desarrolla la información para la creación de nuevos ambientes ajenos a la realidad.	Efectivamente, cuentan con un fin y este intentar desprestigiar la imagen de las FFAA y de los militares. Hay personas dentro de las FFAA que cometen algún abuso, infracción de la norma o acto ilícito, estas deben ser tratadas de manera específica y no generalizadas. Sí, hay información en RRSS sobre la intervención de las FFAA durante pandemia o durante operativos militares en el VRAEM que no tuvieron mucho alcance y pudieron ser desmentidas a través de nuestras propias redes sociales poniendo que son noticias falsas.	Cuentan con un fin y este intentar desprestigiar la imagen de las FFAA y de los militares. Hay personas dentro de las FFAA que cometen algún abuso, infracción de la norma o acto ilícito.
Noticias fabricadas	Caracterizadas por la creación de falacias cuya finalidad es taimar y dañar la imagen de alguna institución o persona.	Sí, hay información en redes sociales sobre la intervención de las FFAA durante pandemia o durante operativos militares en el VRAEM que no tuvieron mucho alcance y pudieron ser desmentidas a través de nuestras propias redes sociales poniendo que son noticias falsas.	Sí, hay información en redes sociales sobre la intervención de las FFAA durante pandemia o durante operativos militares en el VRAEM que no tuvieron mucho alcance.
Militares	Se intenta manipular la opinión de la ciudadanía con la intención de reforzar prejuicios obtenidos sobre esta institución cuya intención es orientar las	Al ser estos generadores de información o grupos delictivos, no son estos militares. No estamos hablando de una fuerza militar constituida: tendría que ser una fuerza militar extranjera que no es el caso. Respecto a estos grupos	Al ser estos generadores de información o grupos delictivos, no son estos militares. No estamos

	opiniones y acciones destinadas hacia determinado camino.	delincuenciales que vienen realizando fake news es justamente desprestigiar y ellos alcanzar mayor libertad de acción..	hablando de una fuerza militar constituida: tendría que ser una fuerza militar extranjera.
Desprestigio	La propagación de fake news responde, principalmente, a la generación de desprestigio hacia la persona o institución de la que se hace mención, por lo tanto, la reputación queda disminuida afectando a los principales actores intervinientes de los organismos. A largo plazo, se produce deterioro a la imagen de la marca	<p>Más que odiar, no se podrá alcanzar por el buen posicionamiento que tienen estas y tienen aceptación de la población en vista de las acciones que realizan en favor de ellas y siempre estarán listas en cualquier acontecimiento que la población necesite que las FFAA estén ahí. Pero lo que sí se busca es de alguna manera desprestigiar y más que odien, darles espacio a ellos a realizar sus actividades delictivas.</p> <p>No llega a alterar a la opinión pública. No llega a tener ese alcance. La diseminación es siempre con las mismas personas, los mismos grupos que comentan en contra por algún motivo que tienen particularmente y con lo que pretenden minimizar la credibilidad de las FFAA.</p>	Más que odiar, no se podrá alcanzar por el buen posicionamiento que tienen estas y tienen aceptación de la población. No llega a alterar a la opinión pública. No llega a tener ese alcance.
Percepción	El hecho de tener la razón suele ser insuficiente para las personas ya que requieren un reforzamiento que les sirva como un sustento a sus pensamientos. Las personas tienen la tendencia de procesar información con creencias más que con hechos llegando a adecuar los hechos a los pensamientos que se tienen	<p>Sin duda. Siempre lo que uno vive y conoce o desconoce puede favorecer cierta opinión frente a una fake news y sacar su propia conclusión.</p> <p>Yo pienso que no porque si hablamos de estereotipos, las FFAA es una conjunción de personas, es un grupo formado militarmente que vienen de todas partes del Perú, con distintas cualidades ya sea del lugar de procedencia, color de piel o de cualquier tipo, pero logran ser formados en las escuelas correspondientes en todos los niveles como oficiales, técnicos oficiales, personal de tropa o servicio militar voluntario y sin ningún problema. Y todos, desde el engranaje más alto hasta el último alfiler de la organización, tienen un pensamiento</p>	Siempre lo que uno vive y conoce o desconoce puede favorecer cierta opinión frente a una fake news y sacar su propia conclusión. Desde el engranaje más alto hasta el último alfiler de la organización, tienen un

		<p>igualitario con esta formación. Si bien es cierto, por el tipo de procedencia o familiar tenemos influencia de una u otra ideología por así decirlo, con nuestra formación militar también podemos contrarrestar y sacar una conclusión.</p> <p>Efectivamente, aquel que viene con prejuicios y con objetivos, más que nada, de hacer daño, para minimizar o tratar de influir en otras personas por algún motivo puede alterar su conducta y la de otros, lo cual se puede hacer frente simplemente siendo transparentes. Obviamente, no todos tendremos el mismo pensamiento o forma de ser: algunos son más abiertos o más cerrados porque somos seres humanos: tenemos una misma ideología pero tenemos pensamientos diferentes, lo cual va a confluir o hacer respetadas pero los que vienen de fuera ya con algún objetivo determinado va a afectar su pensamiento, su conducta y puede intentar crear falsas noticias para desprestigiar a las instituciones</p>	<p>pensamiento igualitario con esta formación.</p>
--	--	--	--

ANEXO 7: Imágenes de fake news sobre el CCFFAA



¡Falso! Nuestros militares siguen el ejemplo de don Miguel Grau Seminario: "No reconozco más caudillo que la Constitución"

Artículo 169: "Las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional no son deliberantes. Están subordinadas al poder constitucional"

[#AlertaFakeNewsPerú](#)



7:00 a. m. · 31 ene. 2023



<https://larazon.pe/ministerio-de-defensa-desmiente-de-jaime-chincha/>



Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú ✓

13 jul. · 🌐

#FALSO | El Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú, desmiente el contenido de este panfleto. Los comunicados oficiales de esta institución se realizan a través de las redes sociales y página web oficiales.



COMUNICADO OFICIAL A NIVEL NACIONAL

ADIÓS A LA CORRUPCIÓN Y A LA DELINCUENCIA EN EL PERÚ

Se comunica a todo el pueblo peruano que, por Decreto Militar de Urgencia N° 168-MJ-CCFAP-2018, emitido por el Comado Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú (CCFAP), se ha establecido recaudar 2'400,000 firmas a nivel nacional, para que Las Fuerzas Armadas del Perú obtengan las facultades que, por Ley N° 20639-01, les otorga la Constitución Política del Perú para, en circunstancias estrictamente excepcionales, como que actualmente viene atravesando nuestro país, puedan tomar posesión del Gobierno, disolver el Congreso, Reestructurar el Poder Judicial, patrullar las calles durante las 24 horas todos los días, con el fin de acabar con toda la lacra corrupta y delictiva que tanto daño hace a nuestra sociedad.

NO FRAUDEMOS AL PERÚ Y VAYAMOS A FIRMAR.

La recolección de firmas se hará a nivel nacional, portando DNI, en el horario de 8:00am a 7:00pm, en las siguientes instituciones: **RENIEC, ONPE, JNE, SUNAT, Municipalidades, Gobiernos Regionales, Banco de la Nación, Comisarias y Cuerpo General de Bomberos.**

<https://larepublica.pe/sociedad/2019/09/29/psicosocial-ministerio-de-defensa-desmiente-comunicado-que-circula-en-redes-sociales-sobre-toma-de-gobierno-y-cierre-del-congreso>



Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú ✓



10 de jun. de 2021 · 🌐

#FALSO | El Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú desmiente el contenido de este panfleto. Los comunicados oficiales de esta institución se realizan a través de las redes sociales y página web oficiales.



👍 1,065

224 comentarios • 247 veces compartido

https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid036wNWYReRysSU9zTU5uWs2yNkw1Td3b1Dh1bdncq2efBvzr2CWosPayxdvSeYg1jXl&id=226416704082866&mibextid=Nif5oz



¡No contribuyas con la difusión de información falsa!

[#PerúEstáEnNuestrasManos](#)



Una vez más pedimos a la población a siempre acudir a fuentes oficiales y no dejarse sorprender por información anónima que circula de ... [Ver más](#)



<https://larepublica.pe/verificador/2021/04/06/no-el-gobierno-no-ha-ordenado-inamovilidad-para-las-ff-aa-y-pnp-durante-las-elecciones>



<https://larepublica.pe/verificador/2022/04/27/no-excomandos-de-chavin-de-huantar-no-llevaron-una-foto-de-vladimiro-montesinos-a-ceremonia>



Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú

...

8 de jun. de 2021 · 🌐

#FALSO | El Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú desmiente el contenido de esta página de Facebook. Los comunicados oficiales de esta institución se realizan a través de las redes sociales y página web oficiales.

UNA PAGINA EN FACEBOOK, DENOMINADA "KEIKO NO VA", QUE TIENE 4,2 MIL MIEMBROS, COMPARTIÓ UN ARTÍCULO DE "REDPERÚ RTV" CON EL TÍTULO: **!!!URGENTE, DENUNCIA!!!**, DONDE HACE ALUSIÓN AL JEFE DEL COMANDO CONJUNTO DE LAS FFAA.

Raul Collazos
10 h · 🌐

REDPERÚ RTV
2 · [#Sepnonsorredf](#) ·

!!!URGENTE, DENUNCIA!!!

Estimados compañeros, les pido que hagamos público por todos los medios posibles, el fraude que se ha orquestado por Keiko Fujimori, en contra del profesor Pedro Castillo secretario general de la OEA, Luis Almagro, ya tiene redactado un comunicado reconociendo el triunfo de Keiko Fujimori, apenas den los resultados dándola como ganadora para ello, se ha coordinado desde hace varias semanas un plan para militarizar que podría ser el jefe del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas, para que luego de emitido el comunicado por la OEA, militarizar inmediatamente el país y tomar control del material electoral, para evitar cualquier reclamo de recuento de votos y así también cualquier protesta popular en las calles. La información me la dio un alto funcionario de la OEA. Él sabe perfectamente que sucede en la OEA, porque tiene un alto cargo en la OEA y es miembro de dicho organismo. Utilicen por favor todos los momentos todas las redes sociales para transmitir esta información por favor omitir el punto de que la información me la dio el secretario de Prensa de la OEA, para protegerlo y mantenerlo. La información ya la hice llegar por distinta vía al profesor Pedro Castillo y supongo que ellos están evaluando qué responder. Pero nosotros debemos picar adelante y denunciar para abortar ese plan.

!!! DIFUNDIR URGENTE POR FAVOR !!!
ESTEMOS MUY ALERTAS HASTA QUEMAR EL ÚLTIMO RECURSO.

👍👍👍

6 comentarios · 35 veces compartido

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir

https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid031z3HpSaVHMLAoYWY8F4r3YjkA7WQrwU5wjHfDkxGmS3TqoRZV1ANMxq7j723Zy7xl&id=226416704082866&mibextid=Nif5oz



Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú ✓



23 de ago. de 2021 · 🌐

🚩 **#FALSO** | El Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú niega que se haya ordenado el repliegue de su personal en el **#VRAEM**, como se viene propalando. En ese sentido, las Fuerzas Armadas ratifican su compromiso de seguir luchando contra el terrorismo y el narcotráfico en esta zona del país.



🚩 **#FALSO** | El Comando Conjunto niega que se haya ordenado el repliegue de su personal en el VRAEM, como se viene propalando. En ese sentido, las Fuerzas Armadas ratifican su compromiso de seguir luchando contra el terrorismo y el narcotráfico en esta zona del país.

👍 🤔 ❤️ 939

135 comentarios • 147 veces compartido

https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid02cCVrELmQ7gkkgGJVy7azSLSjN634Mw8NEAXCbUMXwMXqdYPBvjNvhyVhAmWK5MJF1&id=226416704082866&mibextid=Nif5oz



VERIFICADOR

22 NOV 2021 | 17:25 h

No, el jefe del Comando Conjunto no ha visitado Palacio para presentar su lealtad a Pedro Castillo

La información compartida fue publicada en el 2019 durante el gobierno de Martín Vizcarra. Además, el Comando Conjunto ha desmentido la información.



No, el jefe del Comando Conjunto no ha visitado Palacio para presentar su lealtad a Pedro Castillo. Fuente: Captura LR, Facebook.

<https://larepublica.pe/verificador/2021/11/22/no-el-jefe-del-comando-conjunto-no-ha-visitado-palacio-para-presentar-su-lealtad-a-pedro-castillo>



Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú ✓



21 ene. · 🌐

✗ No se deje sorprender, es **#FALSO** que lleguen militares a la **Universidad Nacional de Ingeniería...**
Ver más



👍👎👏 250

47 veces compartido

👍 Me gusta

➦ Compartir

https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid02a1hro3X4HBc8RvwxhHZTuAr3K27s5UvhpTQkoBLB7krzKzJB7TWGQJox2nWsL2XF1&id=100064415600777&mibextid=Nif5oz



COMANDO CONJUNTO DE LAS FUERZAS ARMADAS DEL PERÚ - CCFAP

COMUNICADO OFICIAL A NIVEL NACIONAL

ADIÓS A LA CORRUPCIÓN Y A LA DELINCUENCIA EN EL PERÚ

Se comunica a todo el pueblo peruano que, por Decreto Militar de Urgencia N° 168-MJ-CCFAP-2018, emitido por el Comado Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú (CCFAP), se ha establecido recaudar 240000 firmas a nivel nacional, para que Las Fuerzas Armadas del Perú obtengan las facultades que, por Ley N° 30639, les otorga la Constitución Política del Perú para, en circunstancias estrictamente excepcionales, que actualmente viene atravesando nuestro país, y para tomar posesión del Poder Ejecutivo, resolver el Congreso, Reestructurar el Poder Judicial, combatir las corrupciones durante las 24 horas todos los días con el fin de acabar con toda la lacra corrupta y delictiva que tanto daño hace a nuestra sociedad.

NO FRAUDEMOS AL PERÚ Y VAYAMOS A FIRMAR.

La recolección de firmas se hará a nivel nacional, portando DNI, en el horario de 8:00am a 7:00pm, en las siguientes instituciones: RENIEC, ONPE, JNE, SUNAT, Municipalidades, Gobiernos Regionales, Banco de la Nación, Comisarias y Cuerpo General de Bomberos.

https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid0jRYCxSDuYZ3ZwqXg6KpEpzHq7v97Z5K5Mjz8jQEpw9ZvWkSo3HTTw8S7jcXDKSNA1&id=226416704082866&mibextid=Nif5oz



Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú



11 ene · 🌐

La República: "No existe evidencia de una rebelión de militares en el VRAEM, como afirma imagen viral". 👉

<https://larepublica.pe/verificador/2023/01/11/no-existe-evidencia-de-una-rebelion-de-militares-en-el-vraem-como-afirma-imagen-viral/>

Ejército del Perú Marina de Guerra del Perú



https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid025DLUoEr8sJSpqbY8uyEjGM3HpD9YkWPuddFG4H7Lt6APDNHoPcvN6aNv3nSY57vpl&id=226416704082866&mibextid=Nif5oz



Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú

10 ene · 🌐

#FALSO | Esta información que viene circulando en redes sociales es completamente falsa. Pedimos a la población no dejarse sorprender por rumores y siempre acudir a nuestras redes oficiales.

Ejército del Perú Marina de Guerra del Perú



https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid024arrwYmQnt39cqcgpv66nbq8Lp vUwpp46TZHQPkmAaMtS12jyUs41fg81BfaqSl&id=100064415600777&mibextid=Nif5oz



Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas del Perú

...

15 dic 2022 · 🌐

#PerúEnPaz No dejarse sorprender por noticias falsas en redes sociales

Ejército del Perú Marina de Guerra del Perú

Fuerza Aérea del Perú Policía Nacional del Perú

IPYS Agencia de Noticias Andina

Comunicado

Los oficiales subalternos, técnicos, suboficiales y tropa en general acantonados en el VRAEM y fronteras no acataran cualquier acto contrario a la vida humana nos declaramos en rebeldía frente a la usurpadora Dina Arcelia Baluarte Zegarra. Asimismo, estamos contra este sistema explotador, establecido por la constitución Política del Perú de 1993.

El glorioso ejército peruano **NO ACATAREMOS EL ESTADO DE EMERGENCIA** consideramos vulneración de los derechos fundamentales de la población peruana y queda declarado la guerra a los Generales y coroneles que se arrojan frente a los políticos, fiscales y Narcotraficantes bajo el pretexto de proteger a los personales. Hacemos un llamado a nuestros hermanos de la Marina del Perú **DEPONER LAS ARMAS** caso contrario por la vida de los campesinos se procederá al desarme militarmente con tácticas de guerra.

Lamentablemente la guerra a veces es inevitable. Pero a nadie le gusta la idea de tener que dejar a su familia, por eso de nuestros abuelos se han levantado en armas para defender a su patria. Es por eso que valientes soldados que las amenazas que nuestro país ha sufrido, ellos nos ayudaron nuestra libertad. En tal sentido el pueblo peruano al cual Dios llama a la defensa de sus derechos fundamentales principalmente Educación y trabajo para el pueblo peruano que desde los años 80 llamados políticos negocian a costa de sangre y fuego para proteger sus intereses.

"LA INTEGRIDAD TERRITORIAL NO SE VULNERA, SIEMPRE UN PASO ADELANTE"

"EL VERDADERO SOLDADO NO LUCHA PORQUE ODIÁ LO QUE HAY DELANTE SINO PORQUE AMA QUÉ HAY DETRÁS DE ÉL."

EN MI PATRIA Y POR ELLA VENCER O MORIR

CON PROFUNDA VOCACIÓN DE SERVICIO

Y DEBERES SAGRADOS QUE CUMPLIR.

https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid069RwZGf2oiJ3abBKxe6GfQd8Bt2x8dZiWSRQfnkoekmFsYfSq6VnhE8UJZ4xNGE1&id=94604237016&mibextid=Nif5oz



Ministerio de Defensa del Perú ✓



9 ene · 🌐

🔊 ¡Atención!

X ¡FALSO! Este video ha sido claramente editado para simular que se realizaron disparos por parte de las fuerzas del orden desde un helicóptero, lo cual es absolutamente falso.

#AlertaFakeNewsPerú



#AlertaFakeNewsPerú



<https://www.facebook.com/photo/?fbid=547854434048059&set=a.252027116964127>



Ministerio de Defensa del Perú ✓

7 ene · 🌐

✗ Es falso que existan bases militares de los Estados Unidos en territorio peruano.

🚩 Desde el Mindef continuamos alertando a la ciudadanía y pedimos que nos ayuden a evidenciar noticias falsas.

[#AlertaFakeNewsPerú](#)



Vladimir Cerrón ✓

@VLADIMIR_CERRON

No sé por qué tanto escándalo con el ingreso de Evo Morales [@evoespueblo](#), cuando en el Perú tendríamos entre 12-14 bases militares norteamericanas, camufladas bajo la pantalla de "colaboración".

7:23 p. m. · 7 ene. 2023

#AlertaFakeNewsPerú



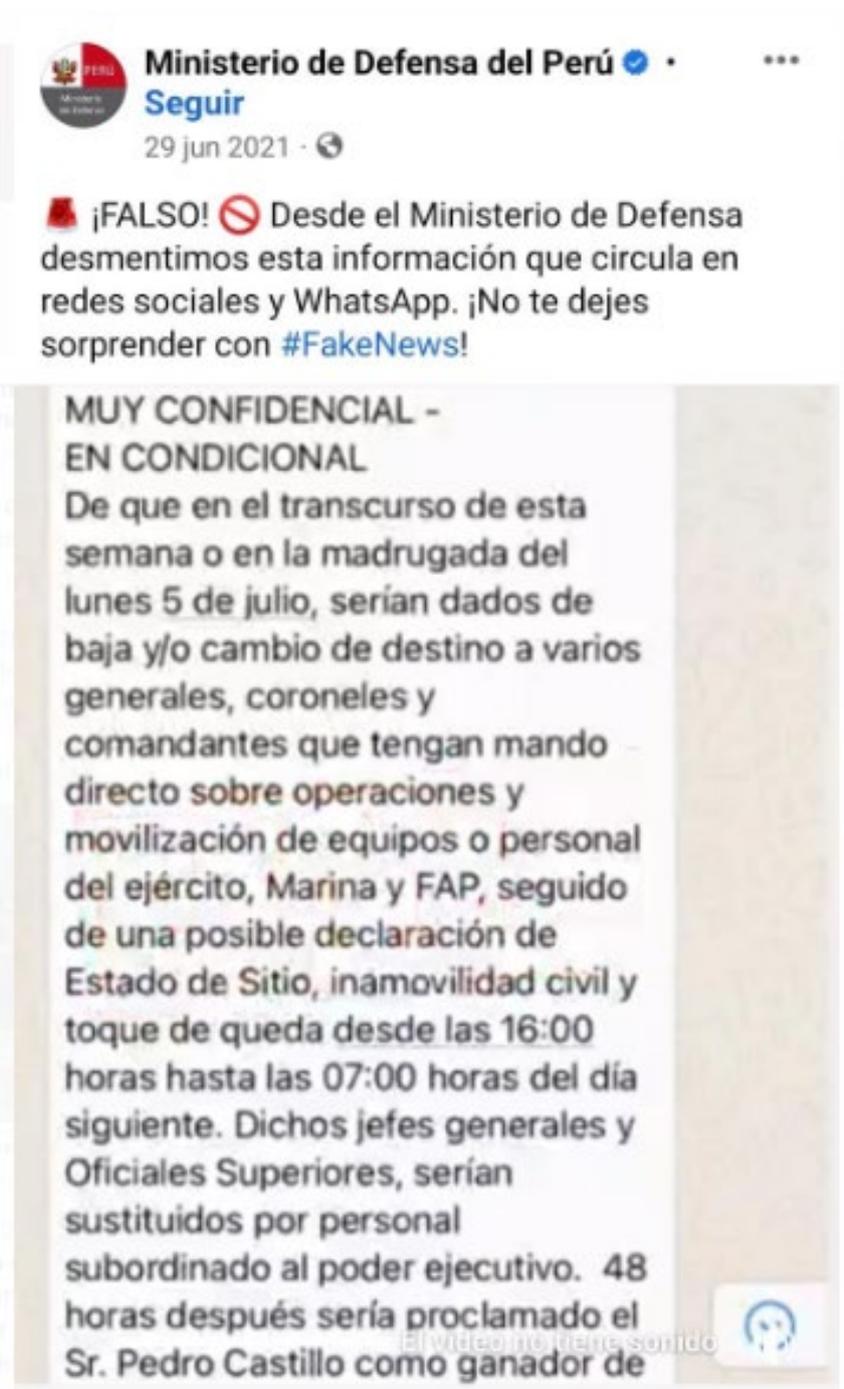
PERÚ Ministerio de Defensa



Gobierno del Perú



BICENTENARIO
DEL PERÚ
1821 - 2021



Ministerio de Defensa del Perú • **Seguir**
29 jun 2021 · 🌐

🚫 ¡FALSO! 🚫 Desde el Ministerio de Defensa desmentimos esta información que circula en redes sociales y WhatsApp. ¡No te dejes sorprender con #FakeNews!

MUY CONFIDENCIAL - EN CONDICIONAL
De que en el transcurso de esta semana o en la madrugada del lunes 5 de julio, serían dados de baja y/o cambio de destino a varios generales, coroneles y comandantes que tengan mando **directo sobre operaciones** y **movilización de equipos o personal del ejército, Marina y FAP**, seguido de una posible **declaración de Estado de Sitio, inamovilidad civil** y **toque de queda desde las 16:00 horas hasta las 07:00 horas del día siguiente**. Dichos jefes generales y **Oficiales Superiores**, serían **sustituidos por personal subordinado al poder ejecutivo**. **48 horas después sería proclamado el Sr. Pedro Castillo como ganador de**

El video no tiene sonido

<https://www.facebook.com/watch/?v=348253000122756>



Ministerio de Defensa del Perú

27 ene ·

¡FALSO!

Este video corresponde al relevo rutinario de personal militar en Puno. No se está movilizandoo efectivos del Ejército hacia la frontera.

Pedimos a la ciudadanía verificar la información a través de nuestras cuentas oficiales.

[#AlertaFakeNewsPerú](#)



#ALERTAFAKENEWSPERÚ



PERÚ Ministerio de Defensa



Gobierno del Perú



BICENTENARIO
DEL PERÚ
1821 - 2021

<https://www.facebook.com/photo?fbid=560326522800850&set=a.252027116964127>

10 BASES MILITARES DE ESTADO UNIDOS

Tropas estadounidenses con presupuestos de 267 millones de soles del Estado peruano y controlan sitios estratégicos energéticos.

**INGERENCIA
EXTRANJERA**

1. Palmapam
2. Tamari
3. P...
4. Pucallpa de El Callao
5. Ancón
6. Pucalpa
7. Equitos
8. Teniente Clavero
9. Santa Clotilde
10. El Estrecho

El CONGRESO de la República autorizó el ingreso de tropas militares de Estados Unidos a varias regiones del Perú

El pretexto la lucha contra el "narco-terrorismo" todo se hace con la autorización y apoyo diplomático, militar e ideológico de Estados Unidos.

#AlertaFakeNewsPerú



Ministerio de Defensa del Perú

Seguir

20 ene ·

El documento mostrado por la congresista Silvana Robles solo autoriza el ingreso del Buque Escuela español "Juan Sebastián de Elcano" que hará escala en Perú en abril. Es un procedimiento de rutina.

Reiteramos: no existen bases norteamericanas en el país.

#AlertaFakeNewsPerú



Silvana Robles @SilvanaRoblesT · 34h
Botarte y sus aliados de la ultraderecha denuncian como intervencionismo la solidaridad de gobiernos hermanos con el pueblo peruano. Pero autorizan, sumisos, bases norteamericanas y el ingreso de tropas y armas extranjeras. ¿Eso es soberanía? (2/2)

#ALERTAFAKENEWSPERÚ



Ministerio de Defensa del Perú  ·

Seguir

30 dic 2022 · 

El **Ministerio de Defensa del Perú** alerta que se ha iniciado una campaña de desinformación a través de redes sociales con el fin de alterar la paz social. Este caso de agresión no ocurrió en Quillabamba, sino en Guatemala el año 2015.

Esta cuenta oficial pondrá en evidencia cada noticia falsa: [#AlertaFakeNewsPerú](#) y pedimos a los medios de comunicación y ciudadanos en general que nos ayuden a desvirtuar estas mentiras.



Fuente Noticias

Hace 2 horas · 

● en estos momentos la realidad que viven nuestros hermanos de Quillabamba Cusco lo que jamás publicarán la prensa limeña, que está gobernado por el estado .



Guatemala: Detienen a soldados por brutal golpiza a menores

Tras hacerse público un video de la agresión, el Ejército denunció a los soldados por malos procedimientos



Guatemala: Detienen a soldados por brutal golpiza a menores

<https://www.facebook.com/photo?fbid=540764994757003&set=a.252027116964127>