

UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA
FACULTAD DE CIENCIAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL
Escuela Profesional de Periodismo



*Influencia de las 'fake news' en la producción periodística de
estudiantes de periodismo*

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para optar el grado de bachiller en Periodismo

Presentado por:

María Fernanda Abanto Oré

ASESOR:

Dr. Edwin Alarcón

LIMA – PERÚ

2019

AGRADECIMIENTO

**Agradecer a Dios, ante todo, porque sin él no
habría podido llegar hasta donde estoy. A mi
familia y mis verdaderos amigos por apoyarme en
cada paso que doy.**

DEDICATORIA

A mis padres y mi hermana que me apoyaron desde el primer día que empecé a estudiar, tuve su apoyo incondicional. También agradecer a mis tíos José, Luís y Mario, por siempre estar conmigo ayudándome en todo ante alguna necesidad.

ÍNDICE

RESUMEN	7
I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	7
1.1 Descripción del problema	7
1.2 Formulación de problema.....	9
1.2.1 Problema general	9
1.2.2 Problemas específicos	9
1.3 Objetivos de la investigación.....	9
1.3.1 Objetivo general.....	9
1.3.2 Objetivos específicos.....	9
1.4 Justificación de la investigación.....	10
1.4.1 Teórica	10
1.4.2 Metodológica	10
1.4.3 Práctica	11
1.5 Delimitación de la investigación.....	11
1.5.1. Temporal	11
1.5.2. Espacial.....	11
1.5.3. Social	11
II. MARCO TEÓRICO	12
2.1 Marco Histórico	12
2.2 Antecedentes de la investigación.....	13
2.2.1 Nacional	13

2.2.2 Internacional.....	15
2.3 Bases teóricas.....	17
2.3.1 Bases teóricas de la variable 1.....	17
2.3.1.1 Concepto.....	17
2.3.2 Bases teóricas de la variable 2.....	19
2.3.2.1 Concepto	19
2.3.2.2. Descripción.....	19
2.4 Marco conceptual	20
III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	21
3.1 Hipótesis de la investigación.....	21
3.1.1 Hipótesis general.....	21
3.1.2 Hipótesis específicas	21
3.2. Variables de investigación	21
3.2.1 Definición conceptual	21
3.2.1.1 Fake news.....	21
3.2.1.2 Producción periodística.....	22
3.2.2 Definición operacional.....	22
3.3 Tipo, nivel y diseño de la investigación.....	24
3.4 Población, muestra y muestreo	25
3.4.1 Población	25
3.4.2 Muestra.....	25
3.4.3 Muestreo.....	25

3.5 Métodos de investigación	26
3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	26
3.6.1 Técnica	26
3.6.2 Instrumento	26
3.6.3 Técnica de procesamiento de datos	26
IV. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	27
4.1 Cronograma de actividades.....	27
4.2. Presupuesto y financiamiento	28
V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	29
VI. ANEXOS	31

II. PROYECTO DE INVESTIGACIÓN – ENFOQUE CUANTITATIVO

Título: Influencia de las ‘fake news’ en la producción periodística de estudiantes de periodismo.

Autor: María Fernanda Abanto Oré

Asesor: Dr. Edwin Alarcón

Línea de investigación: Periodismo y nuevas tecnologías de la información

Fecha: Diciembre 2019

Resumen: El presente proyecto de investigación se enfocará en cómo influye las ‘fake news’ en la producción periodística de los estudiantes de periodismo. Además de, analizar y determinar, si influye gravemente y cómo afectaría en la opinión pública y su percepción en el periodismo actual.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del problema

Actualmente, en los medios de comunicación existen diferentes factores tales como la coyuntura política, noticias sensacionalistas o la falta de pruebas ante un hecho, lo cual lleva a que no se realice una adecuada redacción, generando en muchas ocasiones noticias falsas (fake news) provocando, de esa manera, una distorsión deliberada de una realidad, manipulando e intentando influir en la percepción, pensamientos e inclusive, en la ideología política o religiosa de la opinión pública.

Según Bruno Ortiz, en su artículo para diario ‘El Comercio’, después de que la popularización de Internet se dio la aparición de redes sociales y, ahora, con el mayor acceso a la telefonía

celular y a conexiones móviles contribuyen al crecimiento de las populares “fake news”. Así mismo, las redes sociales se han convertido también en el principal medio para la transmisión de noticias falsas, ‘fake news’ o noticias de la posverdad que siguen causando un efecto negativo en la sociedad.

Toda esta mala difusión de falsas noticias podría llevar a que las personas, es decir, la opinión pública, tengan una mala idea sobre el periodismo de hoy en día. Como ya se ve en muchos casos, gran parte de la población tiene una opinión, no tan buena de los periodistas, con aparentemente, falta de profesionalismo, lamentablemente tienen una percepción distinta al periodismo real.

En muchos casos, las noticias son distorsionadas, no se basan en la verdad y lamentablemente, esto podría generar morbo y un mal manejo de información para la sociedad que no desean investigar más a fondo de algún post o video (transmisión en vivo) que se publica en diferentes medios de información. Además, podría generar el desinterés por querer informarse, por la falta de confianza a lo que se difunde en diferentes medios y sólo se dejan llevar por lo que escuchan.

Es por ello que, los estudiantes de periodismo que están en pleno desarrollo para formarse como profesionales, están en la obligación de investigar e ir más allá de los hechos, buscar fuentes verídicas que respalden las noticias difundidas y de esa manera, parar la desinformación que circula en la sociedad y puede influir en sus ideas políticas, sociales y culturales.

Ante lo expuesto, es conveniente encontrar alternativas para frenar esta mala desinformación, detectar en qué tipo de noticias utilizan el recurso de las ‘fake news’, asimismo, el estudio de esta investigación estará orientado en analizar y determinar de qué manera influye las ‘fake news’ en la producción periodística de los estudiantes de periodismo. Los estudiantes universitarios como futuros profesionales están en la obligación de buscar fuentes verdaderas para poder brindar la mejor información.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema General

- ¿De qué manera influyen las ‘fake news’ en la producción periodística de estudiantes de periodismo?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿De qué manera influye el contenido engañoso en la producción de notas informativas de estudiantes de periodismo?
- ¿De qué manera influyen las falsas verdades en la producción de reportajes periodísticos que realizan los estudiantes de periodismo?
- ¿De qué manera influyen las parodias en la producción de artículos periodísticos de estudiantes de periodismo?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo General

- Analizar de qué manera influye las ‘fake news’ en la producción periodística de estudiantes de periodismo.

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar de qué manera influye el contenido engañoso en la producción de notas informativas de estudiantes de periodismo.
- Determinar de qué manera influyen las falsas verdades en la producción de reportajes periodísticos de estudiantes de periodismo.
- Determinar cómo es la influencia de las parodias en la producción de artículos periodísticos de estudiantes de periodismo.

1.4. Justificación de la investigación

En el presente proyecto de investigación se buscará analizar y determinar cómo influyen las ‘fake news’ en la producción periodística de estudiantes de periodismo, así mismo, verificar la validez e importancia que le otorgan a sus fuentes para la realización de sus trabajos académicos o para su propio aprendizaje.

Las redes sociales, hoy en día se han vuelto indispensables para las personas, es más rápido y sencillo comunicarse con amigos o familiares. También, gracias a esa inmediatez es más práctico, para todos los que utilizan este medio, publicar y viralizar información o noticias de último minuto, pero, así como tiene sus beneficios, también tiene sus contras. Lamentablemente, es más rápida la difusión de falsas noticias que puede influir peligrosamente en la opinión pública y manipular sus pensamientos ante nuestra coyuntura.

Es importante que se realice una buena investigación y análisis para que sirva de ayuda a otros investigadores con temas similares a dicho tema de estudio.

1.4.1. Teórica

El proyecto de investigación se justifica teóricamente, ya que se realizará un registro de análisis a las noticias que difunden los estudiantes en el medio de comunicación en el que laboran, y, además, de cuánta importancia le muestran los jóvenes en la actualidad. Reconocer qué fuentes son confiables y verídicas y cuántos estudiantes realmente acuden a ella.

1.4.2. Metodológica

Se justifica metodológicamente, ya que se realizará paso a paso la investigación, respetando cada proceso, como la elaboración de la matriz de coherencia y la construcción del marco teórico, etc. También, se utilizará la técnica e instrumento ideal, para el presente tema de investigación, el cual pasará por una prueba de validez de contenido por juicio de expertos.

1.4.3. Práctica

El proyecto de investigación se analizará cómo es la influencia de las ‘fake news’ en la producción periodística de estudiantes de periodismo, en cómo se informan y qué tipo de fuente de información utilizan para sus trabajos y cuál es más efectiva para saber de algún hecho o noticia. Este trabajo también se podrá utilizar como material de estudio para futuros estudiantes de periodismo.

1.5. Delimitación de la investigación

1.5.1. Temporal

El trabajo de campo del proyecto, tiene un horizonte temporal de 4 meses desde agosto del 2019 hasta noviembre del mismo año, en el cual estará el desarrollo teórico y el procedimental del estudio.

1.5.2. Espacial

El estudio del presente proyecto de investigación se realizará en los ambientes de la Universidad Jaime Bausate y Meza, Jesús María. Laboratorio, biblioteca y salones de la misma institución y en el domicilio del investigador.

1.5.3. Social

La unidad de análisis en el cual se realizará la investigación, son los estudiantes de periodismo de dicha universidad de 10^{mo} ciclo que ya se encuentren practicando o trabajando en diferentes medios de comunicación, los cuales aproximadamente tendrán entre 22 y 25 años de edad, nivel socioeconómico B.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Marco Histórico

- **Rojo, P. (2005)**, en su artículo “**Prensa y convergencia tecnológica**”, Dice que, algunos diarios se están convirtiendo, en puntos experimentales en materia de convergencia de medios, un medio de contenidos y servicios de información, trabajando a través de estructuras propias de compañías multimedia, que finalmente de empresas periodísticas impresas. Esto quiere decir que, en la “Era Digital”, los medios periodísticos trabajarán en áreas como la impresión de periódicos, la gestión de sitios Web y, además, la transmisión de contenido en los medios tradicionales, como radio o televisión. (recuperado de: <https://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/3782/3408>).

Los profesionales del periodismo de hoy en día, están obligados a enfrentar el fenómeno de la posverdad o ‘fake news’, donde diariamente se difunden mentiras que se convierten en ‘verdades’, y esto genera la falta de información. Tal como sucedió en la campaña electoral del actual presidente de EE.UU. Donald Trump, en el 2016, su victoria como presidente de los Estados Unidos fue gracias al tratamiento de ‘fake news’, manipulando la verdad. Según la web de “Politifact” el 70% de las declaraciones de mandatario, fueron falsas.

La comunicación política que utilizó fue de sensata y llena de emoción, donde naturalmente, prevalece la emotividad y las mentiras estratégicas hacen su juego para construir una base electoral o incluso, formar una idea política.

El periodismo actual, tiene una gran responsabilidad social y ciudadana, de enfrentar las ‘fake news’ por medio de la constatación y contraste de la información que se difunde a través de diferentes medios de comunicación, los periodistas están totalmente obligados informar noticias con contexto y con hechos ya comprobados.

Para el escritor Víctor de Currea, afirma que, “El fenómeno de ‘posverdad’ hace parte de la construcción de opinión pública, es además es un concepto político. La mentira es tan histórica como la política y la manipulación es tan histórica como el periodismo. La ‘posverdad’ es entonces, el arte de presentar una vieja mentira con una nueva palabra”.

- **Rodrigo- Alcina, M. (2019)**, en su artículo: **“Periodismo, ética y posverdad”**, sostiene que, con los años, en la historia del periodismo siempre han circulado noticias falsas “la desinformación no es algo nuevo”. Con la aparición de las redes sociales, el sistema informativo, la comunicación ha cambiado notoriamente. (recuperado de: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2019000100225&lng=es&nrm=iso)

2.2. Antecedentes de la investigación

El objetivo del presente trabajo de investigación será analizar la influencia de las populares ‘fake news’ en la producción periodística de estudiantes de periodismo. A continuación, se presentará diversas investigaciones que servirán como fuente de información, realizadas en universidades nacionales e internacionales.

2.2.1. Nacional

- El autor, **Quintanilla, E. (17 de enero del 2019)** en su artículo: **“Las microsociedades y las ‘fake news’ para el sitio web de RPP Noticias”**. Recuperado de <https://rpp.pe/columnistas/eduardoquintanilla/las-microsociedades-y-las-fake-news-noticia-1175072>, sostiene que, en redes sociales se difunden noticias de manera estratégica para que pueda captar la atención de las personas, “nos muestra lo que nos gusta para que nos mantengamos más tiempo conectados”. Afirma, que las nuevas tecnologías han generado que las personas tengan una vida paralela al mundo cibernético y ligado a las nuevas tendencias, asegurando que cada quien elige lo que quiere ver, y decide en qué y en quién creer. Esto genera que cada usuario viva encerrado en su idea con personas que tengan los mismos pensamientos, opiniones y estilos de vida similar a la suya, sin informarse. Las ‘fake news’ son muy fáciles de difundir o propagar, ya que se alimentan de interacciones de los usuarios y si ven algún post o noticia que esté ligada a su interés político, social o cultural, le llamará la atención y lo difundirá de manera espontánea, sin ver o buscar otras fuentes. Esto puede generar debate o intercambios de ideas por otro grupo de personas ocasionando un conflicto. Un estudio de IPSOS arrojó que un 70% de los peruanos creen lo que quieren creer y otro 57% de encuestados, afirman que alguna vez cayeron y creyeron en una ‘fake news’.

- **Pichihua Vegas, S. (2012)** en su tesis titulada: **“Producción de noticias en las redacciones digitales de Perú.21 y Depor”**, según la investigación realizada, afirma que, el ejercicio periodístico está cambiando, ya que, el Internet tiene nuevas herramientas que son usadas diariamente y el formato digital exige mayor rapidez en la difusión de noticias. Esta situación ha puesto en peligro algunos valores esenciales del ejercicio periodístico y por los que hay que mantener, más aún cuando un medio se excusa de no tener tiempo para contrastar información. Asimismo, sostiene que el reto es informar en tiempo real sin perder credibilidad. El contexto se presenta a favor de los usuarios porque no sólo tienen la oportunidad de informarse en la red, sino también de informar a otros. Esta característica de actuar como ‘productor y consumidor’, no amenaza la labor del periodista si es que éste, sabe aprovechar Internet para construir una noticia y difundirla con su público.

Además, esto genera que algunas empresas periodísticas fusionen sus redacciones de sus diversas ediciones (impresa y digital) e incluso que se integren con otros medios (TV y/o radio). Ella afirma que su trabajo de investigación fue desarrollado porque las transformaciones por los que pasa el periodismo y sus profesionales después de la llegada de Internet afectan directamente a la sociedad.

- El autor, **Flores Silva, J. (2016)** en su tesis titulada: **“Desarrollo de posverdad a través de twitter: Fujimorismo y anti fujimorismo durante las elecciones presidenciales del Perú en el 2016”**. **Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) Lima, Perú.** (recuperado de: <https://doi.org/10.19083/tesis/625061>), sustenta que, a finales del 2016, la era de la “postverdad” ganó relevancia tras ser llamada como “palabra del año” por el diccionario de Oxford. Rápidamente fue objeto de varios estudios, no solo por su significado, sino, también, por los hechos que marcaron su nominación: el Brexit, en Reino Unido, y la victoria de Donald Trump contra Hillary Clinton, en las elecciones presidenciales de Estados Unidos en el año 2016. El término “postverdad” hace referencia a un hecho que aparentemente es discutible, y que es transformado en una respuesta negativa o positiva. Surgió en el año 1992, y, a partir de ese momento, se fue formando de contextos políticos y sociales para llegar al significado que mantiene.

El autor, afirma que, en el Perú, no existe muchos estudios que abarque temas de postverdad y sus consecuencias sociales y políticas en la opinión pública. Por ello, su investigación se enfocó en analizar cómo se ha desarrollado este fenómeno en el ámbito político durante el periodo de las Elecciones Presidenciales del Perú en el año 2016, a través de las redes sociales, en este caso, de Twitter. Este estudio le ha permitido comprender cuál ha sido el desarrollo del discurso político empleado en la manipulación de las masas; también, que los exponentes del fenómeno postverdad, no solo son aquellos que ocupan o buscan ocupar un cargo público. Asimismo, el análisis realizado, le permite deducir que la acción del fenómeno postverdad “como diría Jordi Ibáñez (2017), es también un ataque contra la libertad de las personas.”

2.2.2. Internacional

- El investigador, **Clavero, J. (2018)** en su artículo titulado: **“Posverdad y exposición selectiva a fake news. Algunos ejemplos concretos de Argentina”**, estudia el debate sobre la posverdad y el impacto de las ‘fake news’ en el ejercicio periodístico y la opinión pública. También, busca interpretar esto desde una perspectiva diferente, más allá del entorno periodístico, sociocultural. Sostiene que, la posverdad no puede ser considerada como una serie de problemas individuales, sino que debe ser pensada como un fenómeno que enfrente el debate público actual, tal como lo mostró el escándalo de Cambridge Analytica y Facebook, y la utilización de algoritmos que pueden llegar a generar un alto grado de opacidad en la información. Finalmente, el presente trabajo, revela también la multiplicación y fragmentación de las formas en que las mentiras se propagan y perpetúan en el caos de la comunicación contemporánea.
- Los autores, **Lotero-Echeverri, G.; Romero-Rodríguez, L.; Pérez-Rodríguez, M. (2018)**, en su artículo titulado: **“Fact-checking vs. Fake news: Periodismo de confirmación como recurso de la competencia mediática contra la desinformación”**, (recuperado de: <http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/370/400>), analizan la relación entre la competencia mediática y las ‘fake news’, como uno de las pruebas que plantea la desinformación en la nueva era de digital, por los riesgos en el sistema político, el tomar decisiones y también para la imagen de empresas y ciudadanos. Se presenta una revisión sobre el tema de la competencia mediática y de la desinformación, como reto del

periodismo digital.

En este artículo, también se estudia el caso de ‘colombiacheck.com’, una plataforma de una sociedad de periodistas que es pionera en Colombia en el ejercicio periodístico de revisión de hechos (fact checking), para destacar el aporte que este método plantea en la lucha contra las noticias falsas y malintencionadas, y resaltar que representa una técnica sencilla y replicable a través de la cual se refuerza la competencia mediática de los ciudadanos y de los profesionales de la comunicación.

- **Ortíz de Guinea, Y.; Martín Sáez, J. (2019)** en su artículo titulado: “**De los bulos a las fake news. Periodismo, contenidos generados por el usuario y redes sociales**” (recuperado de: <http://creatividadysociedad.com/articulos/30/5.%20De%20los%20bulos%20a%20las%20fake%20news.%20Periodismo.%20contenidos%20generados%20por%20el%20usuario%20y%20redes%20sociales.pdf>) sostienen que, el fenómeno de viralizar o difundir, consecuencia del incremento tecnológico que se vive en la actualidad, hizo posible esa rápida expansión de las noticias, la cual permite a la opinión pública conocer lo que pasa en su entorno más cercano y saber lo que sucede a kilómetros de distancia. Pero, al mismo tiempo que ha crecido notoriamente el acceso a la información, lo convirtió también el de la desinformación. Y las noticias falsas se han convertido en ‘fake news’, consecuencia de su difusión por redes sociales. En el 2016 para el Diccionario Oxford la palabra del año fue post-truth (en español: posverdad), al siguiente año, fue nombrado como ‘fake news’. Palabras y conceptos que se complementan entre sí y que enmarcan en buena medida nuestra sociedad de la información. Un marco en el que las personas que consumen estos medios de comunicación no son solamente consumidores de información, sino que también son productores de la misma.

Por ello, este trabajo, analiza cómo la labor periodística no solo se ha convertido en su quehacer diario como consecuencia de las nuevas herramientas tecnológicas de las que dispone, sino cómo el valor indispensable periodístico de contrastar la información antes de difundirla, se ha hecho más necesario que nunca.

- En el presente artículo periodístico, los autores, **Mendonça, T.; Henrique Pereira, F.; Leal-Adghirni, Z. (2012)** en su artículo titulado: **“Formación y producción periodística en Internet: desafíos y perspectivas en el escenario brasileño”** (recuperado de: <file:///C:/Users/amaff/Downloads/Dialnet-FormacionYProduccionPeriodisticaEnInternet-5241994.pdf>), se discute el mercado de trabajo y analiza las redacciones en línea y multimedia de diferentes medios brasileños. Además, hacen una reflexión sobre las principales transformaciones que se han producido en el periodismo brasileño con aparición del Internet, lo que se traduce en un proceso de desregulación del periodismo mediante una quiebra de reglas y convenciones históricamente construidas. El autor, aborda los perfiles profesionales que emergen de este contexto y trata del modo en que este escenario influye en la formación del futuro periodista.

2.3. Bases teóricas

2.3.1. Bases teóricas de la variable 1

2.3.1.1. Concepto

Fake news

El término “Fake news” comenzó a conocerse y utilizar su término un poco más, después de la campaña electoral de las elecciones presidenciales en Estados Unidos, en el año 2016, según la FIP (Federación Internacional de Periodistas), Donald Trump utilizó el tratamiento de las fake news, para influir en el voto de los electores. Se dice que, en la comunicación política se sabe que, entre racionalidad y emoción, predomina la emoción, por ello, estratégicamente mienten para llegar a más personas. ¿Qué son las “Fake news”? Son fuentes que fabrican y producen información completa, difunden contenido engañoso o distorsionan las noticias reales. No sólo en la actualidad, sino desde siempre ha existido noticias engañosas, ya sea en los medios convencionales tales como, radio, televisión o medios escritos y, asimismo, conforme ha llegado las nuevas tecnologías, la “era del internet”, la inmediatez de la difusión de un hecho noticioso, las Fake news se han convertido en algo popular, normal y que no muchas personas saben identificar con claridad. **(Federación Internacional de Periodistas, 2018, p. 1-2).**

Se le llama “Fake news” a la difusión o divulgación de noticias engañosas, falsas y en algunos casos sensacionalistas, las cuales pueden generar gravemente desinformación en la opinión pública. El internet y las redes sociales, permiten que todas las personas que utilizan esas plataformas, no solamente sean lectores, sino también ‘productores’ de contenidos noticiosos y muchas veces falso o fabricado, que rápidamente se pueden difundir con un grupo grande de personas.

- “La consolidación de las redes sociales fácilmente usables, especialmente Twitter y Facebook, ha permitido el crecimiento de las noticias falsas (fake news) que ahora mismo son un verdadero problema a la hora de determinar la certeza o no de una información”.

López- Borrull, A.; Vives- Gràcia, J.; Isidre, J. (2018), en su artículo: **“Fake news ¿Amenaza u oportunidad para los profesionales de la información y la documentación”** (recuperado de:<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2018/nov/17.pdf>).

2.3.1.2.Descripción

“Dejan en desventaja a los medios tradicionales: la primera es su resonancia social; “no existe una información, si no es seguida, compartida, amada por la audiencia. Es necesario tener una difusión, amplificación y celebración de una noticia para que tenga credibilidad”.

Robles, S. (2018) en su artículo: **“El cuerpo seductor de las fake news en tiempos de decisiones”**. (Recuperado de:

<https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/5599/P2%20El%20cuerpo%20seductor%20de%20las%20fake%20news%20en%20tiempos%20de%20decisiones.pdf?sequence=2>).

2.3.2. Bases teóricas de la variable 2

2.3.2.1. Concepto

Producción periodística

- “El periodista es antes que otra cosa, un ordenador de informaciones y opiniones’. De este juicio de Beneyto (1957:5) se subraya no sólo la oportuna idea del Periodismo y, por ende, de la Redacción Periodística como la consecución de un orden, sino también la expresión ‘antes que otra cosa’; es decir, el carácter dominante de aquella idea.”

De Aguinaga, E. (2000), en su artículo titulado: “**Nuevo concepto de redacción periodística**”.

- **Rojo, P. (2003)** en su libro: "**Producción periodística y nuevas tecnologías**", además de analizar la profunda crisis que ha sufrido la prensa, y que solo con la conversión tecnológica en su estructura productiva está siendo capaz de afrontar la competencia de otros medios. Los modernos sistemas electrónicos para almacenar, recuperar y difundir los contenidos informativos diferentes en cada medio, son la llave para la salida de la crisis. Recalca eso sí, que los futuros periodistas deberían de estar a la altura del avance tecnológico durante su labor de cubrir, redactar y orientar a la opinión pública.

2.3.2.2. Descripción

Producción periodística

- **Manfredi, J. (2009)** en su investigación "**Producción periodística**", dice que es la materia que se refiere a los procesos de creación y elaboración de la comunicación periodística a través de medios escritos, audiovisuales y electrónicos. Es decir la teoría y práctica de la organización y gestión de la empresa informativa dentro de una sociedad. Se trata de las técnicas del trabajo, los sistemas de organización y los mecanismos de toma de decisión que hacen posible que los periódicos y la radio y televisión, salgan a tiempo, en su lucha contra el reloj contra la avalancha de información que nunca las redacciones. (Recuperado de: http://ocwus.us.es/periodismo/produccion-periodistica/Course_listing)

2.4 Marco conceptual

- Desinformación.
- Fake news.
- Falsas verdades.
- Influencia.
- Opinión pública.
- Periodismo.
- Posverdad.
- Producción periodística.
- Redes sociales.
- Sociedad.

CAPÍTULO III

Metodología de la investigación

3.1. Hipótesis de la investigación

3.1.1. Hipótesis general

- Las ‘fake news’ influyen en la producción periodística de estudiantes de periodismo.

3.1.2. Hipótesis específica

- El contenido engañoso influye en la producción de notas informativas de estudiantes de periodismo.
- Las falsas verdades influyen en la producción de reportajes periodísticos de estudiantes de periodismo.
- Las parodias influyen en la producción de artículos periodísticos de estudiantes de periodismo.

3.2. Variables de investigación

3.2.1. Definición conceptual

3.2.1.1. Fake news

En su artículo publicado el 2 de julio del 2019, para el portal web “Levanta la cabeza”, Pablo de la Varga sostiene que, las 'fake news' son noticias falsas, es decir, información manipulada para que parezca real, la cual tiene por intención desinformar. El fin es manipular a las masas y difundir noticias falsas sobre temas relevantes y de interés público, por diferentes portales de noticias, ya sea, prensa, radio, televisión y redes sociales. Por definición, es un concepto que se centra en la creación de una mentira y la posterior difusión para lograr un engaño a los usuarios con el fin de influir en su ideas políticas o sociales. (Recuperado de: https://compromiso.atresmedia.com/levanta-la-cabeza/actualidad/quesignificaterminofakenewsespanol_201903295c9e03b80cf2fb2ce3661bdf.html)

3.2.1.2. Producción periodística

Entendemos por esta expresión como el conjunto de técnicas de trabajo, rutinas productivas, mecanismos de toma de decisiones, sistemas de organización y controles de calidad que permiten la construcción de un producto periodístico, ya sea, un periódico, una revista, un programa de radio, un programa de televisión o una página web, si hablamos de medios electrónicos, dirigidos a una audiencia determinada (lectores, oyentes, espectadores o internautas). (Recuperado de: <https://www.doccity.com/es/produccion-periodistica-13/2948596/>).

3.2.2. Definición Operacional

Matriz de operacionalización de variables N° 01

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala
		Difamación noticiosa	Vx: 2	Likert
		Afirmaciones falsas	Vx: 3	
	Falsas verdades	Malinterpretación noticiosa	Vx: 4	
		Falsedad trasmutada	Vx: 5	
		Repetición de la mentira	Vx: 6	

	Parodias	Imágenes trucadas	Vx: 7	
		Videos arreglados	Vx: 8	
		Audios editados	Vx: 9	
Producción periodística	Producción de notas informativas	Redacciones periodísticas	Vy: 1	
		Audios editados	Vx: 9	
		Columnas de opinión	Vy: 2	
		Crónicas periodísticas	Vy: 3	
	Producción de reportajes periodísticos	Análisis periodístico	Vy: 4	
		Entrevistas periodísticas	Vy: 5	
Fuentes de información		Vy: 6		
	Artículos políticos	Vy: 7		

	Producción de artículos periodísticos	Artículos de salud pública	Vy: 8	
		Artículos sensacionalistas	Vy: 9	

3.3. Tipo, nivel y diseño de la investigación

Tipo de investigación

(<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>) pagina. 92

El proyecto de investigación, es de tipo descriptivo, tal como lo señala Hernández, Fernández y Baptista, en su libro “Metodología de la investigación” (sexta edición), “con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas”.

Nivel de investigación

El presente proyecto de investigación es de enfoque cuantitativo y es el tipo de investigación aplicada, porque se basará en analizar qué tipo de influencia tiene las ‘fake news’ en la producción periodística actual, posteriormente, identificar qué tipo de alternativa se podrá plantear ante esta problemática abordada en este trabajo de investigación.

Diseño de investigación

(http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lcp/texson_a_gg/capitulo4.pdf)

El presente proyecto de investigación es no experimental ya que se realizará sin manipular las variables. Como señala Kerlinger (1979, p. 116). "La investigación no experimental o ex post-facto es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones". De hecho, no hay condiciones o estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural, en su realidad.

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población

La unidad de análisis con la cual se llevará a cabo el estudio, son los estudiantes en la carrera de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza.

3.3.2. Muestra

La universidad Jaime Bausate y Meza cuenta con un total de 120 alumnos en 10^{mo} ciclo. El estudio para el proyecto de investigación piloto se realizó en 14 jóvenes de 10^{mo} ciclo de la carrera de Periodismo, del periodo 2019-II.

3.3.3. Muestreo

La muestra para el presente trabajo de investigación fue elegida por un muestreo 'No probabilístico' ya que, fue dirigida por la conveniencia de estudio del investigador.

3.4. Métodos de investigación

El presente proyecto de investigación utilizará el método hipotético - inductivo porque a partir de un hecho particular se generará una teoría general. Para ello, se recolectará datos mediante el instrumento aplicado. La observación y recolección de datos reafirmará la investigación.

3.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Técnica

Para el proyecto de investigación de enfoque cuantitativo, se realizó una encuesta que pasará a ser aplicada a la unidad de análisis.

3.6.2. Instrumento

Para llevar a cabo el estudio de este proyecto de investigación se realizó un cuestionario de 18 preguntas, con 5 alternativas en escala de Likert: Muy probable, probablemente, indiferente, poco probable y nada probable. Dicho cuestionario, fue sometido a un juicio de expertos en el cual se obtuvo un total de 50 puntos, lo que quiere decir, “Válido, aplicar”, posterior a ello, se realizó una prueba piloto, basándose en los indicadores de la matriz de operacionalización.

3.6.3. Técnicas de procesamiento de datos

Para el procesamiento de datos del presente trabajo de investigación se utilizó el programa Microsoft Excel 2019 y posteriormente, se utilizará el programa SPSS 25 (Statistical Package for the Social Sciences).

CAPÍTULO IV

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

4.1. Cronograma de actividades.

ACTIVIDADES	MESES				
	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
Elaboración del proyecto					
Aprobación del proyecto					
Recolección de datos					
Procesamiento de análisis de datos					
Análisis y discusión de resultados					
Culminar informe Final					
Presentación de la Tesis					

Sustentación de Tesis					
-----------------------	--	--	--	--	--

4.2. Presupuesto y financiamiento

PARTIDA/ ACTIVIDAD	CANTIDAD	INVERSIÓN EN SOLES (S/.)
Material de Escritorio	5	50
Impresión y correcciones	3	60
Anillados o espiralados	3	20
Transporte o movilidad	1	30
Fotocopias	5	60
Especialista	1	1 500
Trabajo de campo, encuesta	1	50
Asesores	2	1000 c/u
Empastado	2	60
TOTAL		3830

V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Clavero, Juan Alberto (2018) en su artículo titulado: “Posverdad y exposición selectiva a fake news. Algunos ejemplos concretos de Argentina”. (Recuperado de: <http://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/view/1857/2068>).

De Aguinaga, E. (2000 – P. 5), en su artículo titulado: “Nuevo concepto de redacción periodística”. (Recuperado de: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/3573/1/CD-00133%20EXAMEN%20COMPLETO.pdf>).

Definición de Producción periodística. (Recuperado de: <https://www.docsity.com/es/produccion-periodistica-13/2948596/>).

De la Varga, P. (2019) en su artículo: “¿Qué significa el término fake news en español?” (Recuperado de: https://compromiso.atresmedia.com/levanta-la-cabeza/actualidad/que-significa-termino-fake-news-espanol_201903295c9e03b80cf2fb2ce3661bdf.html).

Federación Internacional de Periodistas (2018) en su artículo: “¿Qué son las fake news? Guía para combatir la desinformación en la era de posverdad”. (Recuperado de: https://www.ifj.org/fileadmin/user_upload/Fake_News_-_FIP_AmLat.pdf).

López, Vives – Gracia e Isidre, (2018), en su artículo: “Fake news ¿Amenaza u oportunidad para los profesionales de la información y la documentación”. (Recuperado de: <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2018/nov/17.pdf>).

Lotero, G. Romero, L. Perez, A. (2018) en su artículo titulado: “Fact-checking’ vs. ‘Fake news’: periodismo de confirmación como recurso de la competencia mediática contra la desinformación”. (Recuperado de: <file:///C:/Users/amaff/Downloads/Dialnet-FactcheckingVsFakeNews-6459848.pdf>).

Manfredi, J. (2009) en su investigación "**Producción periodística**". (Recuperado de: http://ocwus.us.es/periodismo/produccion-periodistica/Course_listing)

Mendonça, T. Henrique Pereira, F. Leal-Adghirni, Z. (2012) en su artículo titulado: “Formación y producción periodística en Internet: desafíos y perspectivas en el escenario brasileño”. (Recuperado de: <file:///C:/Users/amaff/Downloads/Dialnet->

[FormacionYProduccionPeriodisticaEnInternet-5241994.pdf](#))

Ortíz de Guinea, Y. Martín Sáez, J. (2019) en su artículo titulado: “De los bulos a las fake news. Periodismo, contenidos generados por el usuario y redes sociales”. (Recuperado de: <http://creatividadysociedad.com/articulos/30/5.%20De%20los%20bulos%20a%20las%20fake%20news.%20Periodismo,%20contenidos%20generados%20por%20el%20usuario%20y%20redes%20sociales.pdf>).

Pichihua Vegas, Sofía (2012) en su tesis titulada: “Producción de noticias en las redacciones digitales de Perú.21 y Depor”. (Recuperado de: file:///C:/Users/amaff/Downloads/PICHIHUA_VEGAS_SOFIA_PERU.21_DEPOR.pdf).

Quintanilla del Pozo, Eduardo (2019) en su artículo titulado: “Las microsociedades y las fake news”. (Recuperado de: http://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/ulima/7795/Quintanilla_Eduardo_microsociedades.pdf?sequence=1&isAllowed=y).

Robles, S. (2018) en su artículo: “El cuerpo seductor de las fake news en tiempos de decisiones”. (Recuperado de: <https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/5599/P2%20El%20cuerpo%20seductor%20de%20las%20fake%20news%20en%20tiempos%20de%20decisiones.pdf?sequence=2>)

Rodrigo- Alcina, M. (2019), en su artículo: “Periodismo, ética y posverdad” (recuperado de: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2019000100225&lng=es&nrm=iso).

Rojo, P. (2005), en su artículo “Prensa y convergencia tecnológica” (recuperado de: <https://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/3782/3408>).

VI. ANEXOS

- 1. Matriz de consistencia**
- 2. Matriz de operacionalización de variables**
- 3. Instrumento de investigación**
- 4. Prueba de confiabilidad del instrumento**

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: INFLUENCIA DE LAS ‘FAKE NEWS’ EN LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA DE ESTUDIANTES DE PERIODISMO.

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
<p>GENERAL: ¿De qué manera influyen las fake news en la producción periodística de estudiantes de periodismo?</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿De qué manera influye el contenido engañoso en la producción de notas informativas de estudiantes de periodismo? - ¿De qué manera influye las falsas verdades en la producción de reportajes periodísticos que realizan los estudiantes de periodismo? - ¿De qué manera influye las parodias en la producción de artículos periodísticos de estudiantes de periodismo? 	<p>GENERAL: Analizar de qué manera influye los fake news en la producción periodística de estudiantes de periodismo.</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar de qué manera influye el contenido engañoso en la producción de notas informativas de estudiantes de periodismo. - Determinar de qué manera influye las falsas verdades en la producción de reportajes periodísticos de estudiantes de periodismo. - Determinar cómo es la influencia de las parodias en la producción de artículos periodísticos de estudiantes de periodismo. 	<p>GENERAL: Las fakenews influyen en la producción periodística de estudiantes de periodismo.</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El contenido engañoso influye en la producción de notas informativas de estudiantes de periodismo. - Las falsas verdades influyen en la producción de reportajes periodísticos de estudiantes de periodismo. - Las parodias influyen en la producción de artículos periodísticos de estudiantes de periodismo. 	<p>VI: fake news.</p> <p>VD: Producción periodística.</p> <p>UA: Estudiantes de periodismo.</p>	<p>VI: fake news</p> <p>X.1: Contenido engañoso.</p> <p>X.2: Falsas verdades.</p> <p>X.3: Parodias.</p> <p>VD: Producción periodística.</p> <p>Y.1: Producción de notas informativas.</p> <p>Y.2: Producción de reportajes periodísticos.</p> <p>Y.3: Producción de artículos periodísticos.</p>	<p>VI: fake news</p> <p>X.1.1: Recurso de “Keywords”.</p> <p>X.1.2: Difamación noticiosa.</p> <p>X.1.3: Afirmaciones falsas.</p> <p>X.2.1: Malinterpretación noticiosa</p> <p>X.2.2: Falsedad trasmutadas.</p> <p>X.2.3: Repetición de la mentira.</p> <p>X.3.1: Imágenes trucadas.</p> <p>X.3.2: Videos arreglados.</p> <p>X.3.3: Audios editados.</p> <p>VD: Producción periodística</p> <p>Y.1.1: Redacciones periodísticas.</p> <p>Y.1.2: Columnas de opinión.</p> <p>Y.1.3: Crónica periodística.</p>	<p>A) MÉTODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</p> <p>MÉTODO: Inductivo No probabilístico.</p> <p>ENFOQUE: Cuantitativo</p> <p>NIVEL: Descriptiva</p> <p>B) POBLACIÓN Y MUESTRA</p> <p>POBLACIÓN: Universidad Jaime Bausate y Meza</p> <p>MUESTRA: Estudiantes de 10^{mo}.</p> <p>TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS:</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p> <p>C) ANALISIS DE DATOS: SPSS</p>

					<p>Y.1.1: Análisis periodístico. Y.2.2: Entrevistas periodísticas. Y.2.3: Fuentes de información.</p> <p>Y.3.1: Artículos políticos. Y.3.2: Artículo de salud pública. Y.3.3: Artículos sensacionalistas.</p>	
--	--	--	--	--	---	--



MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

“INFLUENCIA DE LAS ‘FAKE NEWS’ EN LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA DE ESTUDIANTES DE PERIODISMO”.

Alumna: Abanto Oré María Fernanda – 10^{mo} “B”

Docente: Dr. Edwin Alarcón

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	CUESTIONARIO	ALTERNATIVA				
FAKE NEWS	Contenido engañoso	Recurso de “key words”	¿Cree usted que el uso de “Key words” influye en la producción periodística?					
		Difamación noticiosa	¿Considera usted que la difamación noticiosa como parte del contenido engañoso incide en la producción periodística?					
		Afirmaciones falsas	En su opinión ¿las afirmaciones falsas influyen en el análisis de la producción periodística?					
	Falsas verdades	Malinterpretación noticiosa	En su percepción ¿la malinterpretación noticiosa repercute en el ejercicio periodístico?					
		Falsedad trasmutada	¿Considera usted que la falsedad trasmutada tiene directa relación con la producción periodística?					
		Repetición de la mentira	¿Cree usted que la repetición de la mentira constituye recursos que influye en la producción periodística?					
	Parodias	Imágenes trucadas	¿Cree usted que las imágenes trucadas como parodias informativas influyen en la producción periodística?					
		Videos arreglados	¿Considera usted que los videos arreglados inciden en la producción periodística?					
		Audios editados	¿Considera usted que, los audios editados influye en la producción periodística?					
PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA	Producción de notas informativas	Redacciones periodísticas	En su opinión ¿las redacciones periodísticas dependen ocasionalmente del recurso de las fake news?					
		Columnas de opinión	¿Cree usted que las columnas de opinión están relacionadas con el uso de fake news?					
		Crónicas periodísticas	Según su percepción ¿la producción de crónicas periodísticas depende directamente de las fake news?					

	Producción de reportajes periodísticos	Análisis periodístico	¿Piensa usted que el análisis periodístico resulta muchas veces influenciados por las fake news?					
		Entrevistas periodísticas	¿Considera usted que la producción de entrevistas periodísticas tiene relación con las fake news?					
		Fuente de información	¿Cree usted que la fuente de información a la que se recurre como parte de la producción periodística es muchas veces influenciada por las fake news?					
	Producción de artículos periodísticos	Artículos políticos	¿Según su opinión, considera usted que la producción de artículos periodísticos es ocasionalmente influenciada por las fake news?					
		Artículos de salud pública	En su percepción ¿los artículos de salud pública tienen relación con el recurso de las fake news?					
		Artículos sensacionalistas	¿Cree usted que los artículos sensacionalistas son totalmente influenciados y tiene relación con las fake news?					



UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA
Instituto de Investigación

CUESTIONARIO

“INFLUENCIA DE LAS ‘FAKE NEWS’ EN LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA DE ESTUDIANTES DE PERIODISMO”

Instrucciones:

El presente cuestionario, forma parte de un trabajo de investigación en el cual se busca analizar y determinar la influencia de las fake news en la producción periodística de los estudiantes de periodismo. La información recopilada es estrictamente confidencial y sus resultados serán observados únicamente con fines académicos.

La encuesta es anónima y se requiere la veracidad en sus respuestas. Para tal efecto usted podrá marcar la alternativa correspondiente con un “X” o con un aspa, Considerando la siguiente escala:

1. Muy probable.	2. Probablemente	3. Indiferente.	4. Poco probable	5. Nada probable.
-------------------------	-------------------------	------------------------	-------------------------	--------------------------

I. DATOS GENERALES

1. Edad: ____.

2. Sexo:

- a. Femenino
- b. masculino.

3. Nivel de estudios:

- a. primaria
- b. secundaria
- c. superior

4. lugar de nacimiento: _____.

5. ¿Dónde realizas tus prácticas pre profesionales?

_____.

N°	INFLUENCIA DE LOS FAKE NEWS	1	2	3	4	5
1	¿Cree usted que el uso de “Key words” influye en la producción periodística?					
2	¿Considera usted que la difamación noticiosa como parte del contenido engañoso incide en la producción periodística?					
3	En su opinión ¿las afirmaciones falsas influyen en el análisis de la producción periodística?					
4	En su percepción ¿la malinterpretación noticiosa repercute en el ejercicio periodístico?					
5	¿Considera usted que la falsedad trasmutada tiene directa relación con la producción periodística?					

6	¿Cree usted que la repetición de la mentira constituye recursos que influye en la producción periodística?					
7	¿Cree usted que las imágenes trucadas como parodias informativas influyen en la producción periodística?					
8	¿Considera usted que los videos arreglados inciden en la producción periodística?					
9	¿Considera usted que, los audios editados influye en la producción periodística?					
VD	PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA DE ESTUDIANTES DE PERIODISMO	1	2	3	4	5
1	En su opinión ¿las redacciones periodísticas dependen ocasionalmente del recurso de las fake news?					
2	¿Cree usted que las columnas de opinión están relacionadas con el uso de fake news?					
3	Según su percepción ¿la producción de crónicas periodísticas depende directamente de las fake news?					
4	¿Piensa usted que el análisis periodístico resulta muchas veces influenciados por las fake news?					
5	¿Considera usted que la producción de entrevistas periodísticas tiene relación con las fake news?					
6	¿Cree usted que la fuente de información a la que se recurre como parte de la producción periodística es muchas veces influenciada por las fake news?					
7	¿Según su opinión, considera usted que la producción de artículos periodísticos es ocasionalmente influenciada por las fake news?					
8	En su percepción ¿los artículos de salud pública tienen relación con el recurso de las fake news?					
9	¿Cree usted que los artículos sensacionalistas son totalmente influenciados y tiene relación con las fake news?					

Muchas gracias.

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. DATOS GENERALES

- 1.1.- Apellido y nombres del experto: SERRATO SANCHEZ, SEGUNDO
 1.2.- Cargo e institución donde labora: UIBM
 1.3.- Grado académico: Doctor registro colegio profesional 1605
 1.4.- Nombre de instrumento y motivo de evaluación: CUESTIONARIO
 1.5.- Autor de instrumento: Abanto Ore María Fernanda
 1.6.- Instrucciones: Luego de analizar el instrumento y cotejar la investigación con la matriz de consistencia de la presente, le solicitamos que, en base a su criterio y experiencia profesional, valide dicho instrumento para su aplicación.

Nota: Para cada criterio considere la escala de 1 a 5 donde:

1.-Muy poco	2.-Poco	3.-Regular	4.-Aceptable	5.-Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

INDICADORES	CRITERIOS	PUNTUACIÓN				
		1	2	3	4	5
1.- Claridad	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado.					5
2.- Objetividad	El instrumento evidencia recojo de datos observables.					5
3.- Actualidad	El instrumento se adecua a los criterios científicos y tecnológicos.					5
4.-Organización	El instrumento tiene una organización lógica.					5
5.- Suficiente	Son suficientes en cantidad y calidad los elementos que conforman el instrumento.					5
6.- Intencionalidad	Es adecuado para el Tratamiento periodístico en las noticias sobre la influencia de las fake news.					5
7.- Consistencia	Se basa en aspectos teóricos científicos de las ciencias de la comunicación y del periodismo.					5
8.- Coherencia	Existe coherencia y relación de los ítems, indicadores, las dimensiones y las variables.					5
9.- Metodología	La estrategia responde al propósito de la problemática de la investigación.					5
10.- Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.					5
	Total parcial					50
	Total					50

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Válido

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:.....

Puntuación

11-20	No válido, reformular
21-30	No válido, modificar
31-40	Válido, mejorar
41-50	Válido, aplicar

Firma del Experto

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. DATOS GENERALES

- 1.1.- Apellido y nombres del experto: Lariviare Rojas Gisele Cecilia
 1.2.- Cargo e institución donde labora: Docente, UTBM
 1.3.- Grado académico: Maestría registro colegio profesional
 1.4.- Nombre de instrumento y motivo de evaluación: Cuestionario
 1.5.- Autor de instrumento: Abanto Oré María Fernanda
 1.6.- Instrucciones: Luego de analizar el instrumento y cotejar la investigación con la matriz de consistencia de la presente, le solicitamos que, en base a su criterio y experiencia profesional, valide dicho instrumento para su aplicación.

Nota: Para cada criterio considere la escala de 1 a 5 donde:

1.-Muy poco	2.-Poco	3.-Regular	4.-Aceptable	5.-Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

INDICADORES	CRITERIOS	PUNTUACIÓN				
		1	2	3	4	5
1.- Claridad	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado.					✓
2.- Objetividad	El instrumento evidencia recojo de datos observables.					✓
3.- Actualidad	El instrumento se adecua a los criterios científicos y tecnológicos.					✓
4.- Organización	El instrumento tiene una organización lógica.					✓
5.- Suficiente	Son suficientes en cantidad y calidad los elementos que conforman el instrumento.					✓
6.- Intencionalidad	Es adecuado para el Tratamiento periodístico en las noticias sobre la influencia de las fake news.					✓
7.- Consistencia	Se basa en aspectos teóricos científicos de las ciencias de la comunicación y del periodismo.					✓
8.- Coherencia	Existe coherencia y relación de los ítems, indicadores, las dimensiones y las variables.					✓
9.- Metodología	La estrategia responde al propósito de la problemática de la investigación.					✓
10.- Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.					✓
	Total parcial					50
	Total					50

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Instrumento valido para su uso.

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 50

Puntuación

11-20	No válido, reformular
21-30	No válido, modificar
31-40	Válido, mejorar
41-50	Válido, aplicar

Gisele Lariviare Rojas
 Firma del Experto

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. DATOS GENERALES

- 1.1.- Apellido y nombres del experto: LEVANO FRANCIA LUZ
 1.2.- Cargo e institución donde labora: DOCENTE - UNIV. JAIME GANSATE Y MEZA
 1.3.- Grado académico: MAGISTER registro colegio profesional
 1.4.- Nombre de instrumento y motivo de evaluación: CUESTIONARIO
 1.5.- Autor de instrumento: Abanto Ore María Fernanda
 1.6.- Instrucciones: Luego de analizar el instrumento y cotejar la investigación con la matriz de consistencia de la presente, le solicitamos que, en base a su criterio y experiencia profesional, valide dicho instrumento para su aplicación.

Nota: Para cada criterio considere la escala de 1 a 5 donde:

1.-Muy poco	2.-Poco	3.-Regular	4.-Aceptable	5.-Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

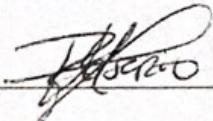
INDICADORES	CRITERIOS	PUNTUACIÓN				
		1	2	3	4	5
1.- Claridad	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado.					✓
2.- Objetividad	El instrumento evidencia recojo de datos observables.					✓
3.- Actualidad	El instrumento se adecua a los criterios científicos y tecnológicos.					✓
4.-Organización	El instrumento tiene una organización lógica.					✓
5.- Suficiente	Son suficientes en cantidad y calidad los elementos que conforman el instrumento.					✓
6.- Intencionalidad	Es adecuado para el Tratamiento periodístico en las noticias sobre la influencia de las fake news.					✓
7.- Consistencia	Se basa en aspectos teóricos científicos de las ciencias de la comunicación y del periodismo.					✓
8.- Coherencia	Existe coherencia y relación de los ítems, indicadores, las dimensiones y las variables.					✓
9.- Metodología	La estrategia responde al propósito de la problemática de la investigación.					✓
10.- Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.					✓
	Total parcial					50
	Total					50

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: INSTRUMENTO APTO PARA SU APLICACIÓN

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:.....

Puntuación

11-20	No válido, reformular
21-30	No válido, modificar
31-40	Válido, mejorar
41-50	Válido, aplicar


Firma del Experto