

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



TESIS

*Las redes sociales y la desinformación periodística durante la
pandemia Covid-19, 2020*

(Para optar el título profesional de Licenciado en Periodismo)

PRESENTADO POR:

Alexander Jhordy Marcelo Calderon

ASESOR (A):

Karina Patzi Reyes Bernuy

LIMA- PERU

2023

**INFORME DE SIMILITUD DE LA
TESIS DE ALEXANDER JHORDY MARCELO CALDERON**

INFORME	
Título de la tesis	<i>Las redes sociales y la Desinformación Periodística Durante La Pandemia Covid-19, 2020.</i>
Autor/a del trabajo de investigación (tesis)	Autor: Alexander Jhordy Marcelo Calderon DNI: 75845668
Asesor/a	Nombres y apellidos: Karina Patzi Reyes Bernuy ORCID: 0000-0002-4129-3060 D.N.I: 09287659
Grado para obtener	Título profesional de Licenciado en Periodismo
Fecha de la aplicación del software Turnitin	11 de setiembre de 2023
Índice de similitud	22 %
Máximo permitido por la EPP de la UJBM	25 %
Responsable de la aplicación del Turnitin	Mg. Prisea Vilchez Samanez



Nota: Ver informe de similitud completo

Lima, 22 de setiembre de 2023



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

DEDICATORIA

A mi madre Virginia Calderon, que siempre me apoyo sin dudar en cada paso de mi crecimiento personal y formación profesional.

También a mi compañera Lizbeth Gomez, cómplice en mis noches infinitas, alentándome a seguir sin parar con esta investigación.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a mi familia y amigos íntimos por apoyarme cuando mis energías flaqueaban, ellos quienes estuvieron ahí con una palabra de ánimo que renovaba mi sueño de terminar mi carrera profesional, no es necesario mencionarlos porque saben quiénes son.

ÍNDICE

CARATULA	I
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
ÍNDICE.....	V
INDICE DE TABLAS.....	VIII
INDICE DE FIGURAS.....	IX
RESUMEN	XI
ABSTRACT	XII
INTRODUCCIÓN	XIII
CAPITULO I.....	14
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	14
1.1 Descripción del problema	14
1.2 Formulación del Problema	15
1.2.1 Problema general.....	15
1.2.2 Problemas específicos	15
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.....	16
1.4.3 Práctica.....	16
1.5 Delimitaciones	17
1.5.1 Temporal	17
1.5.2 Espacial.....	17
1.5.3 Social	17
CAPITULO II.....	18
MARCO TEÓRICO	18
2.1 Marco histórico.....	18
2.2 Antecedentes teóricos	18
2.2.1 Nacionales.....	18
2.2.2 Internacional.....	23
2.3 Bases teóricas	27
2.3.1 Bases teóricas de las categorías: Uso de las redes sociales.....	27
2.3.2 Bases teóricas de la subcategoría: Fuente de desinformación periodística.	30

2.4 Definición de términos básicos	32
CAPITULO III.....	36
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	36
3.1 Las categorías.	36
3.1.1 Identificación de categorías.....	36
3.1.1.1 Facebook.	36
3.1.1.2 WhatsApp.....	36
3.1.1.3 Inmediatez Periodística.	36
3.1.1.4 Interactividad del usuario.	37
3.1.1.5 Ética Periodística.....	37
3.1.2 Operacionalización de las categorías.....	39
3.2 Tipo, nivel y diseño de investigación	40
3.2.1 Tipo de investigación.....	40
3.2.2 Nivel de investigación.....	41
3.2.3 Diseño de investigación.....	41
3.3 Métodos de investigación	41
3.4 Población y Muestra	41
3.4.1 Población:.....	41
3.4.2 Muestra:.....	41
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	42
3.5.1 Técnicas.....	42
3.5.1.1 Entrevista:.....	42
3.5.1.2 Análisis de datos:	42
3.5.1.3 Encuesta:	42
3.5.1 Instrumentos.	43
3.5.1.1 Guía de entrevista semiestructura.	43
3.5.1.2 Tabla de análisis de contenido.	43
3.5.1.3 Cuestionario de tipo abierto.	43
3.6 Técnicas de procesamientos de datos.....	44
CAPITULO IV	45
RESULTADOS.....	45
4.1 Resultados Descriptivos e Interpretativo.....	45
4.1.1 Resultados de las Entrevistas Semiestructuras	45
4.1.2 Resultados del cuestionario abierto.	54
Análisis de Contenidos.....	64
4.1.3 Resultados del análisis de contenidos	70
4.1.4 Triangulación de Datos.....	71
CAPITULO V	73
DISCUSIÓN.....	73

CAPITULO VI	75
CONCLUSIONES.....	75
Primera	75
Segunda.....	75
Tercera.....	75
Cuarta.....	75
RECOMENDACIONES.....	76
Primera:.....	76
Segunda:.....	76
Tercera:.....	76
Cuarta:.....	76
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	77
ANEXOS	79
Anexo 01: Líneas de investigación	79
Anexo 02: Matriz de Consistencia.....	80
Anexo 03: Instrumentos.....	82
Estructura de los instrumentos utilizados	82
Preguntas para la entrevista semiestructura.....	82
Preguntas para el cuestionario respuesta abierta.	82
Evidencias fotográficas de Contenidos.....	84
Anexo 04: Ficha de Validación del Instrumento	90
Experto #1.....	90
Experto #2.....	96
Experto #3.....	102
Anexo 05: Transcripción de Entrevistas	108
ENTREVISTA SEMIESTRUCTURA #01: Alonso Balarezo.....	108
ENTREVISTA SEMIESTRUCTURA #02: Emily Quispe.....	111
ENTREVISTA SEMIESTRUCTURA #03: Luis Ciudad.	118
ENTREVISTA SEMIESTRUCTURA #04: Monica Caceda.	122
Evidencias fotográficas de Entrevistas.	124
Anexo 06: Esquema de la tesis según enfoque Cualitativo.....	126

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: En la red social Facebook hay noticias que generan la desinformación periodística sobre la Covid-19.....	45
Tabla 2: Un usuario de WhatsApp, puede ser parte de la desinformación periodística a la hora de reenviar contenidos a sus contactos, ¿Está de acuerdo con lo afirmado anteriormente?	46
Tabla 3: ¿Cuándo el periodista tiene una noticia de último minuto, está obligado a contrastar la noticia antes de publicarla o debe omitirla por la inmediatez?	46
Tabla 4: La interactividad de los usuarios en la red social Facebook origina la desinformación periodística sobre la Covid-19.....	47
Tabla 5: Los periodistas digitales de un medio que publican una noticia falsa, ¿Deben ser destituidos de su cargo por faltar a la verdad?	48
Tabla 6: El código deontológico “El respeto a la verdad”, en la actualidad, ¿Tiene vigencia en el periodismo digital?.....	49
Tabla 7:¿Qué repercusiones considera usted que provocan las desinformaciones periodísticas sobre la Covid-19 en las redes sociales Facebook y WhatsApp?.....	50
Tabla 8: ¿Qué debe primar cuando estamos frente al cursor antes de publicar la noticia en la red social Facebook o WhatsApp?	51
Tabla 9: Un testimonio que hayas visto sobre la desinformación periodística en cuanto el Covid-19.....	52
Tabla 10: Resultados de reactivo: Considera usted que, ¿En la red social Facebook hay noticias que generan la desinformación periodística sobre la Covid-19? ¿Por qué?.....	54
Tabla 11: Resultados de reactivo: Un usuario de WhatsApp, puede ser parte de la desinformación periodística a la hora de reenviar contenidos a sus contactos, ¿Está de acuerdo con lo afirmado anteriormente?.....	55
Tabla 12: Resultados de reactivo: ¿Cuándo el periodista tiene una noticia de último minuto, está obligado a contrastar la noticia antes de publicarla o debe omitirla por la inmediatez?.....	56
Tabla 13: Resultados de reactivo: ¿La interactividad de los usuarios en la red social Facebook origina la desinformación periodística sobre la Covid-19? ¿Por qué?	57
Tabla 14: Los periodistas digitales de un medio que publican una noticia falsa, ¿Deben ser destituidos de su cargo por faltar a la verdad?	58
Tabla 15: Resultados de reactivo: El código deontológico “El respeto a la verdad”, en la actualidad, ¿Tiene vigencia en el periodismo digital?	59

Tabla 16: Resultados de reactivo: ¿Qué repercusiones considera usted que provocan las desinformaciones periodísticas sobre la Covid-19 en las redes sociales Facebook y WhatsApp? Explica con detalles.	60
Tabla 17: Resultados de reactivo: ¿Qué debe primar cuando estamos frente al cursor antes de publicar la noticia en la red social Facebook o WhatsApp?	61
Tabla 18: Resultados de reactivo: Cuéntanos un testimonio que hayas visto de fake news (Noticias falsas) en redes sociales sobre la Covid-19. Explícanos con detalles.....	62
Tabla 19: Tabla de Análisis de contenidos.....	64
Tabla 20: <i>Resultados de reactivo: Considera usted que, ¿En la red social Facebook hay noticias que generan la desinformación periodística sobre la Covid-19? ¿Por qué?</i>	70
Tabla 21: Resultados de reactivo: Un usuario de WhatsApp, puede ser parte de la desinformación periodística a la hora de reenviar contenidos a sus contactos, ¿Está de acuerdo con lo afirmado anteriormente?	71
Tabla 22: Tabla de triangulación	71

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Relación de red sociales Facebook & WhatsApp	28
Figura 2: Caso “Consumir Agua de mar”	84
Figura 3: Caso “El coronavirus tiene VIH”.....	84
Figura 4: Caso “Gobernador Puno”	85
Figura 5: Caso “Hoja de coca”	85
Figura 6: Caso “Médicos españoles”	85
Figura 7: Caso “Policía difunde falsa información”	86
Figura 8: Caso “Comparación entre vacuna vs ivermectina”.....	86
Figura 9: Caso “OMPEI”.	87
Figura 10: Caso “Video WhatsApp Eucalipto”	87
Figura 11: Caso “Vacuna WhatsApp”	88
Figura 12: Caso “Uso del Vinagre”.	88
Figura 13: Caso Freddy argumenta “Estar en el Sótano te cura de la Covid19”.....	89
Figura 14: Caso Dr. Armando - Jóvenes médicos deben ir al campo.....	89
Figura 15: Entrevista Alonso B.	124
Figura 16: Entrevista Emily Q.....	124

Figura 17: Entrevista Luis C..... 125

Figura 18: Entrevista Mónica Caceda..... 125

RESUMEN

El trabajo de investigación tiene como finalidad describir las redes sociales y la desinformación periodística durante la pandemia Covid-19, 2020.

En cuanto a la metodología su enfoque es cualitativo, de tipo descriptivo, su diseño es no experimental hermenéutico, que busca comprender los contenidos de las noticias recogidas, asimismo de la entrevista y el cuestionario con respuesta abierta. La población de estudio fue: las noticias publicadas en las redes sociales Facebook y WhatsApp con relación al Covid-19 durante marzo a diciembre del 2020. La muestra para todas las técnicas fue no probabilística; de tipo selectivo en el caso de la selección de las noticias falsas y en el caso del cuestionario fue el tipo de muestreo por conveniencia. Las técnicas usadas son: la entrevista semiestructura a expertos en el manejo de redes sociales, cuestionario tipo de respuesta abierta para recoger la opinión en relación con la problemática, y el análisis de contenidos de las noticias falsas que generaron desinformación periodística desde el inicio de la Covid-19.

Así mismo se realizó la triangulación de instrumentos, y la validación de instrumentos mediante los especialistas que dieron fe del investigado.

Los resultados encontrados en la investigación explican que ambas redes sociales Facebook y WhatsApp tienen el fin primario de interacción sin embargo también es mal uso de las redes origino desinformación periodística a través de la difusión de noticias falsas de hechos noticiosos en relación con la COVID-19. Por otro lado, publicar información falsa sin contrastar las fuentes o hechos de la noticia por la inmediatez y la falta de ética del periodista genera también la desinformación.

Palabras claves: Redes Sociales, Facebook, WhatsApp, Fake News, Desinformación Periodística, Periodismo, Inmediatez, Ética Periodística.

ABSTRACT

The purpose of the research work is to describe the social networks and journalistic misinformation during the Covid-19 pandemic, 2020.

Regarding the methodology, its approach is qualitative, descriptive, its design is non-experimental hermeneutic, which seeks to understand the contents of the news collected, as well as the interview and the questionnaire with open response. The study population was the news published in the social networks Facebook and WhatsApp in relation to Covid-19 during March to December 2020. The sample for all techniques was non-probabilistic; selective type in the case of the selection of fake news and in the case of the questionnaire was convenience sampling type. The techniques used were: semi-structured interviews with experts in the management of social networks, an open-ended questionnaire to collect opinions regarding the problem, and content analysis of the false news that generated journalistic disinformation since the beginning of Covid-19.

Likewise, the triangulation of instruments and the validation of instruments was conducted by specialists who attested to the research.

The results found in the research explain that both social networks Facebook and WhatsApp have the primary purpose of interaction however it is also misuse of the networks originated journalistic disinformation through the dissemination of false news of news facts in relation to COVID-19. On the other hand, publishing false information without contrasting the sources or facts of the news due to the immediacy and lack of ethics of the journalist also generates disinformation.

Keywords: Social Media, Facebook, WhatsApp, Fake News, Journalistic Misinformation, Journalism, Immediacy, Journalistic Ethics.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación: Las redes sociales y la desinformación periodística durante la pandemia Covid-19, 2020, es de tipo cualitativa, con nivel descriptivo y tiene como finalidad describir las redes sociales y la desinformación periodísticas evidenciado con las publicaciones de noticias falsas.

La investigación se clasifica en cinco capítulos:

CAPÍTULO I: Encontraremos el planteamiento y la formulación del problema de investigación. Así mismo, se presenta los objetivos generales y específicos, la justificación de la investigación, la delimitación e identificación de las variables.

CAPÍTULO II: Desarrollaremos el marco teórico, iniciando por el marco histórico, luego los antecedentes nacionales e internacionales, posterior las bases teóricas más relevantes de las variables: “Las redes sociales” y “La desinformación periodística”. Para finalizar encontraremos las definiciones de términos básicos.

CAPÍTULO III: Aborda la correspondiente metodología de la investigación, sus categorías y subcategorías luego el tipo, nivel y diseño de la investigación, así como la población y muestra. También encontraremos las técnicas e instrumentos empleados al igual que el procedimiento utilizado para la obtención de datos.

CAPÍTULO IV: Aquí se presentan los resultados que comprende de las entrevistas a los expertos, cuestionario con respuesta abierta y el análisis de contenidos de noticias relacionados a la Covid-19.

CAPÍTULO V: Presenta la discusión de los resultados, basado en la teoría de los antecedentes.

CAPÍTULO VI: Se detalla cada conclusión y recomendaciones de acuerdo con el objetivo general y objetivos específicos.

Posterior encontraremos las referencias bibliográficas que forman parte de dicha tesis. En los anexos, se presenta la línea de investigación, la matriz de consistencia, los instrumentos de recolección de datos, las fichas de validación, las transcripciones de las entrevistas semiestructuras realizadas a las periodistas: Emily Quispe, Luis Ciudad, Monica Caceda, Alonso Balarezo y para terminar el esquema de la tesis.

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción del problema

A finales del 2019 se reportó una serie de pacientes hospitalizados con el diagnóstico de insuficiencia respiratoria a causa del SARS-CoV-2 en la ciudad de Wuhan, provincia de Hubei, China, tres meses después, el director de la Organización Mundial de Salud, Tedros Adhanom Ghebreyesus lo declara pandemia al virus que paso a denominarse COVID-19.

Mientras tanto el virus se había expandido en los continentes cercanos, y todos los que tenían alguno contacto se convertían en portadores del virus, y no podíamos ser ajenos a ello, hasta que el 06 de marzo se evidencio el virus en territorio peruano, convirtiéndose en el paciente cero. “Hoy debo informar que, en horas de la madrugada, se ha confirmado el primer caso de infección por coronavirus COVID-19 en nuestro país en un paciente varón de 25 años con antecedentes de haber estado en España, Francia y República Checa”, manifestó el presidente de turno de la República del Perú. Martin Vizcarra Cornejo. Posterior a ello el día 15 del mismo mes el poder ejecutivo emite un decreto supremo N° 0044-2020-SA que declara en Estado de Emergencia por 15 días calendario, y dispone el aislamiento social obligatorio a consecuencia del brote del COVID-19, que luego se fue ampliando hasta el 2021, teniendo una escasa información registrada de todo lo relacionado al virus.

Citando en el contexto del año 2020, la mayoría de la población peruana se encontraba refugiada en sus hogares, sin poder salir al aire libre por las disposiciones del gobierno de turno, solo el personal de primer nivel tenía el permiso para realizar sus actividades. La fuente de información para la población de estos acontecimientos en los primeros días se concentró en la televisión, ya que todos esperaban las conferencias de prensa al medio día todos los días para poder seguir con los lineamientos del aislamiento y ver los impactos del virus de Covid19.

En ese momento, varios medios de comunicación tradicional como la prensa, la radio, tuvieron que innovarse y ampararse en la inmediatez de las redes sociales, porque encontrar un quiosco de periódico atendiendo era poco probable, la mayoría migro a difundir su información por Facebook, a través de transmisión en vivo y a usar el WhatsApp como medio de comunicación.

Según el INEI en el trimestre de abril-mayo-junio de 2020, el 90.7% de la población peruana usaba Internet a través de un celular y las redes sociales estaban en su apogeo, según la plataforma NapoleonCat en Julio del 2020 el 80.6% de la población peruana tenía una cuenta de Facebook, desde un menor de 13 años hasta las personas mayores de 65 años se encontraban enfocados en sus pantallas frente al ordenador o a un smartphone. Al segundo que pasaba ya se obtiene una nueva información; todo ello como producto de la globalización tecnológica con el uso del internet y las Tics (Tecnologías de la información y las comunicaciones).

La información que se comparte en las redes sociales tiene una velocidad increíble de inmediatez, y más cuando es una publicación viral de un video o imagen. La evidencia de esta desinformación por redes sociales ocurrió en plena pandemia a principios de año 2020, al publicarse un video con información que recomienda la inhalación de eucalipto y cipreses por lo menos 10 minutos y tres veces al día según el médico Alonso Vega como un remedio para el Covid-19. (La unidad de verificación de datos de La República, 04.02.201). Meses después de la difusión de esta fake news, en la provincia de Tacna, una madre por nombre Justina Condori, de 47 años, y su hija Rosmery Romero, de 24 años fallecieron asfixiadas en su vivienda inhalando eucalipto, por presumir que la información de la inhalación era una verdad para curar el virus.

1.2 Formulación del Problema

1.2.1 Problema general

¿En qué consiste las redes sociales y la desinformación periodística durante la pandemia Covid-19, 2020?

1.2.2 Problemas específicos

- a) ¿Cómo se relaciona la inmediatez y la desinformación periodística durante la pandemia Covid-19, 2020?
- b) ¿Cómo influye la interactividad del usuario y la desinformación periodística durante la pandemia Covid-19, 2020?
- c) ¿Cuál es el impacto de la falta de ética y la desinformación periodísticas durante la pandemia Covid-19, 2020?

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo general

Describir el mal uso de las redes sociales y la desinformación periodística durante la pandemia Covid-19, 2020.

1.3.2 Objetivos específicos

- a) Explicar la inmediatez y la desinformación periodística durante la pandemia Covid-19, 2020.
- b) Describir la interactividad del usuario y la desinformación periodística durante la pandemia Covid-19, 2020.
- c) Explicar la falta de ética y la desinformación periodística durante la pandemia Covid-19, 2020.

1.4 Justificación de la Investigación

1.4.1 Teórica

La investigación buscará recopilar la información de las noticias en las redes sociales y a la vez servirá como base teórica en la realización de futuros estudios sobre la red social Facebook y WhatsApp y la desinformación periodística.

1.4.2 Metodológica

El trabajo de investigación resuelve el problema al describir el mal uso de las redes sociales “Facebook y WhatsApp” y la desinformación periodística durante la pandemia Covid19, en beneficio a futuro de prevenir los fake news, que se originan compartir o difundir noticias falsas como producto de la desinformación. Todas las personas tienen el derecho al acceso a la verdad dentro de un estado derecho, en tal sentido se busca que la desinformación periodística cuente con mecanismos de control a raíz de la investigación.

1.4.3 Práctica

La investigación busca describir el mal uso de las redes sociales que originan la desinformación periodística y la intervención de las redes sociales como medio, de esta forma se ejecutará a futuro sistemas de prevención antes que sean difundidas o publicadas las noticias falsas.

1.5 Delimitaciones

El estudio busca describir las redes sociales Facebook y WhatsApp y la desinformación periodística durante la pandemia del Covid-19 entre los meses de marzo a diciembre del año 2020, y su impacto directa e indirectamente a toda la población.

1.5.1 Temporal

Durante el mes de marzo hasta diciembre del año 2020.

1.5.2 Espacial

Perú, al ser noticias digitales de casos del país mencionado.

1.5.3 Social

El grupo social son usuarios con acceso a las redes sociales Facebook & WhatsApp.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Marco histórico

Desde el inicio del Internet, en 1991 con el World Wide Web, seis años después hace su aparición SixDegrees, pionera en redes sociales que desaparece en el 2001. Para luego presentarse en el 2004 Facebook de la mano de Mark Zuckerberg, inicialmente solo usado por un grupo de universitarios de Harvard que se difundido a nivel mundial, y teniendo vigencia hasta la actualidad. Solo cinco años después en el 2009 emerge WhatsApp con Jan Koum con la idea de ser una agenda digital que se vincule a los contactos registrados en nuestros celulares, que fue absorbida por Mark Zuckerberg en el 2014.

La mayoría de la población de una comunidad en la actualidad tiene acceso a las redes sociales Facebook y WhatsApp como un medio para comunicarse, para entretenerse, como un espacio publicitario, por otro lado, también como fuente de información periodística para compartir, para consumir noticias o acontecimientos de interés común.

La red social que lidera en la actualidad es Facebook, con 2958 millones de usuarios según el último informe realizado por We Are Social, el tercer puesto lo ocupa WhatsApp con 2 millones de usuarios, sin embargo, esta es la red social favorita representado por el 15.8 % a nivel mundial, que se ha fidelizado durante la pandemia del Covid-19.

En el portal El Mundo (2018) atribuye que el WhatsApp, como un potencial peligro de la desinformación radica en el título personal de los mensajes, pues es otra persona quien los comparte, no una página de un medio de comunicación o de un grupo. Como apuntan los expertos a cargo del estudio, "la gente se siente más cómoda compartiendo cosas importantes por WhatsApp", y eso puede hacer que una noticia falsa pueda alcanzar cierto grado de credibilidad porque la comparte un contacto conocido.

2.2 Antecedentes teóricos

2.2.1 Nacionales

Honores (2016) en su trabajo de investigación, *Libertad de expresión en internet: informaciones falsas que generan polémica en las redes sociales* para obtener el grado de Licenciado en Periodismo.

Tiene como objetivo identificar los intereses de los difusores de informaciones falsas y el porqué de la creación de éstas. Su nivel de investigación es de tipo exploratorio descriptivo, el cual se limita a reconocer e identificar los problemas que presenta en cuanto a las informaciones falsas que se encuentren en internet, su diseño es no experimental.

Su investigación tuvo como fin obtener los resultados significativos y extraídos directamente de la realidad que se vive en las redes sociales *Facebook* y *Twitter*, referente al tema: Libertad de Expresión en Internet: Informaciones Falsas que generan polémica en las redes sociales. Así mismo empleó la técnica de recolección de datos, con el instrumento de la entrevista a profundidad, realizada al coordinador web del Diario El Popular, Giancarlo Ramírez. Análisis de 4 casos emblemáticos de información falsa y situaciones que crearon polémica en la vida real, y por último empleo la encuesta rápida, realizada a 50 usuarios de la web Foros Perú.

Los resultados de su análisis son: En el Perú y en la actualidad, miles de personas están conectadas a todo momento produciendo, comentando y compartiendo información en tiempo real a través de sus teléfonos Smartphone, sus tablets o cualquier dispositivo que tenga conexión a Internet. Honores, manifiesta que las redes sociales también son un instrumento necesario para uso de los jóvenes, escolares y adultos. Teniendo en cuenta esto, la población de Internet aumentará cada vez más y la probabilidad de aumento de la información de todo tipo se efectuará y aumentará sin precedentes.

Debido a esto, concluye que el usuario peruano de Internet no posee el suficiente conocimiento informático para evitar ser engañado por las informaciones falsas que publican en las redes sociales, las formas de redacción de noticias y encabezados cambian constantemente, por lo que siempre seremos sorprendidos por noticias falsas y bromas. Las redes sociales se han llenado de contenido de ocio y entretenimiento, tanto que han dejado en un segundo plano a las páginas dedicadas a la cultura informática, a tal punto que los usuarios tenemos que crear virales para informar a nuestros contactos sobre noticias potenciales de virus y usuarios peligrosos malintencionados.

Lescano (2019). En su tesis: *Influencia de las redes sociales y la prensa escrita en las elecciones presidenciales de 2016 en Perú, Análisis de la cobertura periodística del diario*

Expreso y Diario Uno sobre la manifestación del colectivo "No a Keiko" previo a la segunda vuelta electoral. Para obtener el título de Licenciado en Comunicación y Periodismo.

Dicha investigación tuvo como objetivo general determinar las características que tuvo la cobertura de la manifestación en contra de Keiko Fujimori previo a la segunda vuelta electoral en 2016 en los diarios Expreso y Diario Uno.

La metodología que utilizó el investigador fue de nivel descriptivo - cualitativo porque se hace una observación a un fenómeno, el cual es la cobertura de dos periódicos. Su diseño fue no experimental porque solo se estudian los fenómenos, que en este caso representa la cobertura periodística de dos diarios. Sus poblaciones del autor son: Diario Expreso un total de 13 notas que aparecieron y el Diario Uno con un total de 19 notas. La muestra tiene por cantidad de 32 notas.

La técnica empleada es el análisis de contenido, la investigación se centró en estudiar las características que han tenido la cobertura periodística de los diarios Expreso y La República acerca de las marchas contra Keiko Fujimori previo a la segunda vuelta en 2016 a través de las opiniones presentadas y las noticias, en las que se distinguen su valor positivo, negativo o neutro, su instrumento fue la matriz de contenido.

Concluyo que las características que tuvieron ambos medios sobre la protesta convocada por el colectivo "No a Keiko" fueron diferentes y responden a su línea periodística. Esto confirma lo que se ve en el análisis de ambos medios. Por un lado, está Diario Uno que está en contra del fujimorismo y que, por lo tanto, respalda las manifestaciones contra Keiko. Brinda más espacio a tratar esta información, incluye más fuentes, y el lenguaje que maneja en sus titulares como en el cuerpo de sus noticias es positivo. En el caso de Expreso se vio que, en las portadas, en ninguna de las fechas estuvo presente como parte de la portada principal. Se optó por presentar otros temas y no se incluyó mucha información sobre la protesta, solo se mencionó por la posible presencia de Pedro Pablo Kuczynski.

En la investigación de Antezana (2018) *Percepción del Periodismo Digital Aplicado en Facebook por América Noticias, en los Estudiantes de la Universidad Peruana de Arte ORVAL - Lima, 2017* para obtener el grado de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, tuvo como

objetivo principal identificar cómo perciben los estudiantes de la Universidad Peruana de Arte ORVAL, la aplicación del periodismo digital en Facebook que realiza América Noticias en el 2017. Su tipo fue descriptivo, porque demuestra el nivel de percepción que tiene la aplicación del periodismo digital que realiza en Facebook, América Noticias, entre los estudiantes de la Universidad Peruana de Arte ORVAL, teniendo como la población a 157 personas, que corresponde a todos los alumnos de la Universidad, su muestra es probabilística al azar representativa de la población porque busca generalizar los resultados. Utilizo la técnica de recolección de datos que se aplicó una encuesta dirigida a los alumnos de la Universidad Peruana de Arte ORVAL ubicada en Surquillo, Lima y también la técnica de procesamiento de datos, el software SPSS.

Obteniendo las siguientes conclusiones: las páginas en Facebook de América Noticias tienen una percepción favorable por parte de los estudiantes de la Universidad Peruana de Arte Orval, así lo confirma el 56 % de la población encuestada quienes la prefieren a otras páginas similares a la hora adecuada para cumplir dicha función debido a las notas informativas que presentan a diario y su constante actualización.

Por otro lado, el 82 % de los encuestados percibió la red social Facebook como una opción muy adecuada a la hora de informarse, debido al mejor uso de las imágenes y videos que presenta en los fanpages de los medios de comunicación. Y es que el uso de las redes sociales en general, a la hora de informarse, se ha masificado gracias al Smartphone, Ya que al ser práctico de llevar permite al usuario informarse en cualquier lugar momento, aprovechando su multimedialidad, pues en él se puede leer, oír y ver al mismo tiempo.

El 98 % de los estudiantes encuestados percibió como muy adecuada la elección de la plataforma Facebook para la emisión de un noticiario por parte de América Noticias, debido a la mayor aceptación que viene teniendo el uso del Facebook Live (Transmisiones en vivo) en esta red social, gracias a la inmediatez que presenta. Así mismo, el uso del fan page para informarse aún se mantiene como el preferido en los jóvenes (38 % de los encuestados),

El desconocimiento del programa “América Noticias Digital” por parte del 62 % de los estudiantes de la Universidad Peruana de Arte Orval demuestra la poca difusión que este formato tiene entre la población menor a 21 años. Los que sí lo hicieron, mayormente jóvenes mayores a esa edad, destacaron el estilo dinámico y atractivo del programa.

En el artículo de investigación de Ticona (2015) *Uso de las redes sociales en el Perú*. Tiene como objetivo determinar el comportamiento de los usuarios en las redes sociales, en el Perú el año 2014. Para el desarrollo del trabajo de investigación ha utilizado las páginas webs como comScore 2014, Socialbackers 2015 y el Instituto Nacional de Estadística e Informática del Perú 2015, que muestran información del tiempo que usan los usuarios en la web, haciendo una comparación con América latina y otros países importantes del continente americano, también se analiza el tiempo que permanecen los internautas en las redes sociales y cuáles son sus preferencias con estas herramientas tecnológicas. Los resultados encontrados son: De los 5,8 millones de los usuarios online según comScore 2014, más del 90% se encuentran suscritos a redes sociales de entretenimiento, diversión y ocio según fuentes de socialbackers. Se concluye que el comportamiento de los usuarios en internet tiende a la diversión y entretenimiento, y la principal red social utilizada en el Perú es el Facebook.

Sánchez (2016) en su investigación *Las redes sociales como alternativa de información ante los medios de desinformación masiva en el Perú durante el periodo 2011 – 2014* para obtener el grado de Licenciado de Ciencias de la Comunicación.

Su principal objetivo fue estudiar la manera y el tratamiento de las redes sociales para esclarecer casos emblemáticos de desinformación. Su diseño de la investigación es transaccional, su metodología empleada fue el cuantitativo, su población está definida por programas informativos dominicales, el diario Ojo y redes sociales sobre los casos *Ciro Castillo* y *Edita Guerrero*.

Por otro lado, su muestra fue dos reportajes emitidos por el programa *Cuarto Poder*, dos reportajes emitidos por *Día D*, un reportaje emitido por *Punto Final*, un reportaje emitido por *Panorama* sobre el caso *Ciro Castillo*, con una duración aproximada de 15 minutos, los reportajes abarcan el lapso que duran las investigaciones entre abril del 2011 a diciembre del 2011, aleatoriamente.

También diez portadas del diario *Ojo*, con referencia al caso *Edita Guerrero*, desde el 1 marzo al 30 de diciembre del 2014, seleccionándose unas portadas al mes. Diez publicaciones en redes sociales sobre el caso *Ciro Castillo*, desde inicio del Accidente hasta su archivamiento en el poder judicial, comprendiendo las fechas de abril a diciembre del 2011. Diez publicaciones en

redes sociales sobre el caso Edita Guerrero. Teniendo como técnica el esquema de análisis semiótico, sonoro y gráfico de contenido, esquema de análisis textual y mapas conceptuales.

Concluyó que los hallazgos encontrados en la presente investigación, durante el periodo 2011 al 2014, indican que en nuestro país existen casos emblemáticos de desinformación mediática, existiendo una mala praxis en el ejercicio profesional del periodismo. La cual infringe los derechos a la presunción de inocencia, como también al derecho de acceder a la información verídica.

Sanchez, menciona que las redes sociales se convierten es una herramienta útil frente al contenido desinformador por parte de los medios de comunicación. Con la aparición de blogueros, grupos y asociaciones en redes se puede acceder a informaciones con mayor veracidad y parcialidad, en los últimos años a este tipo de comunicación se la denomina periodismo ciudadano, que en nuestro país vienen obteniendo un número mayor de seguidores y suscriptores.

2.2.2 Internacional

En el artículo de investigación de Castillo (2017) *El problema de las falsedades en las redes sociales* tiene como objetivo principal demostrar cómo las redes sociales, gracias a su inmediatez y a la oportunidad de poder estar en todos lados a tan solo un golpe de “click”, provocan la publicación de noticias sin contrastar.

Concluyo que las redes sociales se han convertido claramente en una de las principales herramientas de trabajo de los profesionales de la comunicación. Su investigación ha tratado de reflejar el daño que puede causar la publicación de una información extraída de las redes sociales y la cual no ha sido previamente contrastada por el periodista.

Castillo, menciona: “los medios de comunicación tradicionales han perdido crédito para la mayor parte de la población, que ha sustituido la confianza que antes depositaba en esos medios por una fe, casi infinita, en la información que le llega a través de las redes sociales. Esta inclinación del ciudadano hacia la nueva manera de comunicarse y de recibir información se debe a que prescinde de los intermediarios, que eran hasta ahora los periódicos, las televisiones o radios, y lo ponen a él como dueño y también autor de su propio entorno informativo. Es

verdad que se han desarrollado con éxito, en los últimos años, proyectos de verificación de hechos, lo que en el mundo anglosajón recibe el nombre de factchecking, pero mientras ese esfuerzo no sea incorporado por las grandes compañías como Google o Facebook, la batalla contra la viralización de las mentiras o de las medias verdades no producirá efectos sociales con una mínima relevancia. Y eso es así porque la actividad de los periodistas dedicados a la verificación de hechos se circunscribe, todavía, aun consumo muy reducido, fundamentalmente de las élites, y no del gran público.

Mientras no haya una implicación masiva de lucha contra la manipulación interesada de las poblaciones, a base de presentar como ciertas informaciones falsas que tienen en su mayor parte el objetivo de dirigir a la ciudadanía hacia una dirección o unas posiciones determinada, el periodismo estará muy seriamente amenazado y, en la medida en que lo esté el periodismo, lo estará también las democracias occidentales. Es decir, el mundo libre.”

En el artículo de investigación de Baidez (2018) titulado *Fake News Evolución, ámbitos de desarrollo y su repercusión en cibermedios nacionales. Casos: El País, El Confidencial, El Diario y Maldita* que tiene como objetivo valorar el impacto de las Fake News en España y sus repercusiones en los cibermedios españoles.

Baidez menciona: “Los medios de información están viviendo una batalla tecnológica en la que todo vale para acaparar audiencia en la red: cuentas falsas, bots, bulos o Fake News, forman parte del nuevo lenguaje comunicativo digital en la que se mezcla información y comunicación, de la mano de las redes sociales, llegando incluso a retroalimentarse: la campaña de un partido político se convierte en noticia o las noticias se utilizan para hacer campaña. Los medios informativos son los responsables de filtrar, contrarrestar y verificar la información que publican, sin embargo, las propias tecnologías han modificado las rutinas de producción de estas llevándolos a publicar noticias falsas en sus portales digitales.” Su investigación se centra en el estudio de las Fake News desde los diferentes ámbitos de convergencia de la profesión periodística: empresarial, profesional, tecnológica y de contenidos con el fin de determinar pautas concretas, y aplicarlas posteriormente, mediante el método de verificación correlacional, al tratamiento de Fake News en cuatro cibermedios españoles: El País, El confidencial, Diario.es y Maldita.es.

Coreas, Mejía y Ventura (2019) en su investigación titulada *Las noticias falsas (Fake News) y su incidencia en la credibilidad del Periodismo Salvadoreño* para obtener el grado de técnico en Periodismo.

Su investigación tiene como objetivo principal, demostrar cuál es la crisis que viven los periodistas en El Salvador, ante el fenómeno de la desinformación en la población salvadoreña en los últimos años.

El método aplicado por los autores es mixto, cuantitativo y cualitativo. La investigación cuantitativa para la recolección de información que permita facilitar el análisis sobre las variables que inciden en el fenómeno de las FakeNews en el periodismo salvadoreño y, por la otra, se emplea la recolección cualitativa de información con lo cual se complementará el análisis de los datos numéricos.

Su muestra de se obtendrá la información de parte de encargados de medios de comunicación del Diario Co Latino, Canal 33 y El Faro, porque esos tres medios tienen presencia en plataformas sociales, donde se abordarán a periodistas, personajes que tienen conocimiento de la realidad de la generación masiva de noticias falsas.

Su objeto de estudios es a personas que hacen uso de redes sociales frecuentemente y esto se centraliza en jóvenes estudiantes desde bachillerato hasta universitarios, quienes son los que consumen a diario todo tipo de contenido publicado en redes sociales.

La información de entrevistas y encuestas tendrán lugar entre el 22 de octubre al 04 de noviembre del 2018, y las encuestas se realizarán en la Universidad Tecnológica de El Salvador. Las técnicas que se utilizan para la recolección de datos serán: entrevistas y encuestas.

Las conclusiones obtenidas son: Los profesionales en el área de comunicación consideran, que el motivo de difundir noticias falsas es principalmente el de desprestigiar a un personaje, pero este interés tiene más incidencia cuando se está en periodos electorales.

Conforme a sus objetivos el trabajo de investigación identifica que uno de los principales obstáculos que los periodistas enfrentan en nuestra actualidad, es que, cualquier individuo con acceso a una celular crea contenido irreal y lo firma como si fuese escrito por personajes reconocidos del medio periodístico. Finalmente manifiestan que: “La era de la desinformación

ha llegado a sobrepasar límites, ya que la sociedad prefiere informarse con el contenido que se prolifera por las redes sociales, y deja a un lado la información que medios tradicionales como periódicos, televisión y radio proporcionan.”

Benavidez y Chávez (2017) en su investigación que lleva por nombre *Análisis del uso de la Red Social Facebook, como medio alternativo para el ejercicio del periodismo en las páginas Futbol Nica, Revista Beisbolera Y NicaFutb Femenino*.

Tiene como objetivo principal, el análisis del uso de la Red Social Facebook como medio alternativo para el ejercicio del periodismo deportivo, por los creadores de las páginas: Futbol Nica, Revista Beisbolera Y Nica Futb femenino, durante el segundo semestre del 2017.

Su diseño metodológico aplicado, es descriptivo ya que analiza e interpreta los efectos de tal problemática. Por otro lado, los instrumentos que utilizó fue la entrevista para determinar las experiencias de los propietarios de las páginas de Facebook, orientadas a ejercer el periodismo deportivo y también la elaboración de encuestas.

Su población general son 466 estudiantes en total de la carrera Comunicación, su muestra fue segmentada a los estudiantes de 5to año, en un total de 63 estudiantes, a los cuales están destinadas las encuestas estructuradas, también se entrevistaron a los 3 creadores de las páginas de Facebook, la muestra fue clasificada por conveniencia.

Concluyó con respecto al objetivo, un 95% de los estudiantes de V año de Comunicación para el desarrollo afirman tener una presencia mayúscula en la red social Facebook, en comparación con las demás redes existentes, reconociendo que esta plataforma virtual tiene un sin número de beneficios en cuanto a la práctica de la profesión periodística.

Por otro lado, se lograron determinar que Facebook, es la plataforma virtual más predominante en el Salvador, y que a través de sus grandes beneficios estimula a los jóvenes a utilizarla, las experiencias positivas hablan por ella, reconociendo que esta plataforma hoy día engloba a los medios tradicionales de forma digital, resultando ser una vía de comunicación efectiva.

Finalmente destacan que a pesar de que esta red interactiva, es fundamental para agilizar la labor periodística, los estudiantes de comunicación utilizan sus beneficios para establecer

mayormente comunicación con amistades y publicar productos personales, en este sentido lo que tiene que ver con el ejercicio periodístico quedó reflejado en un bajo 3%, indicando que aún no se conoce a cabalidad los beneficios relevantes de esta herramienta alternativa

En el artículo de investigación de Rodríguez y Calbetó (2017) denominado *Noticias falsas en las Redes Sociales e Internet*. La investigación ofrece un trasfondo de cómo las noticias falsas en las redes sociales e internet se han vuelto una verdadera problemática sistémica y fehaciente a nivel mundial.

Los autores mencionan que: “El acceso al internet es universal, con total accesibilidad desde cualquier lugar del mundo... El internet como medio de comunicación, entretenimiento e información nos abre la puerta a un menú basto de información. Sin embargo, no todo lo que nos ofrece la red es bueno porque muchas veces no sabemos de antemano quién o cuál entidad está tras lo que leemos ni sus intenciones.” En su investigación estudio los aspectos legales que protegen al cibernautas, así mismo desarrollan cómo la Web 2.0 se ha convertido la red en una batalla campal de manipulación de información y creación de contenido y cómo las plataformas como las redes sociales, foros y blogs se han transformado en lugares predilectos de grupos extremistas, terroristas e incluso del Estado para manipular la opinión pública, amedrentar y sembrar el terror a través de la propagación de noticias falsas y la adulteración de información”

2.3 Bases teóricas

2.3.1 Bases teóricas de las categorías: Uso de las redes sociales.

La metáfora de red fue utilizada por primera vez con enfoque científico por el matemático Leonard Euler, en 1736, considerado uno de los grandes genios de su tiempo que dio inicio para desarrollar la Teoría de los Grafos, al tratar de encontrar una ruta ideal para cruzar los puentes Konisberg en una sola ocasión. Un grafo es una estructura que se traza como un conjunto puntos unido por líneas, el objeto de estudio de la teoría es examinar su interacción entre sí mismo y comprender el motivo de esa relación.

Barnes (1945), define de forma científica que una red social es un conjunto de puntos, algunos de los cuales están unidos por líneas. Los puntos son personas o grupos, y las líneas indican que los individuos interactúan mutuamente, que también tiene como referencia en la teoría ya mencionada anteriormente.

Graficando la teoría mencionada, cada nodo es un usuario de la red social Facebook, WhatsApp y las líneas de unión son la interactividad entre estas mismas a partir de un motivo de conversación o comunicación.

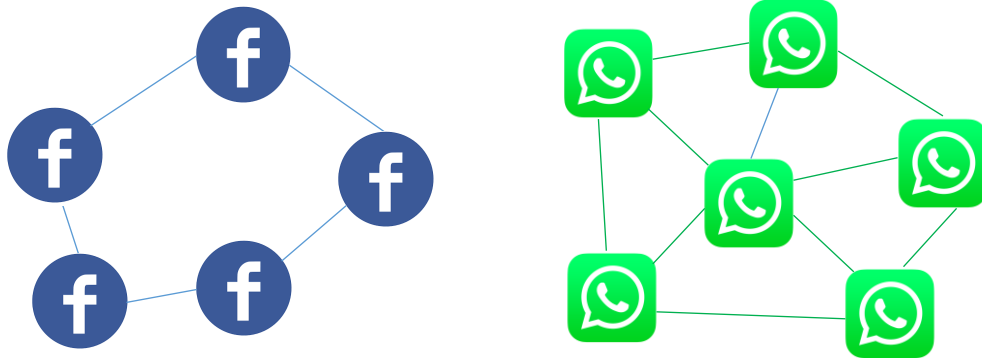


Figura 1: Relación de red sociales Facebook & WhatsApp

Llevando a la aplicación en nuestra categoría el uso de redes sociales en nuestra actualidad la Teoría de Grafos sigue vigente, ya que todo los usuarios por lo general son personas comunes y en menor proporción colectivos y esa interacción entre los usuarios de Facebook y WhatsApp puede ser de diferentes tipos, por citar un ejemplo de mayor referencia el lazo afectivo entre sí mismas, otro tipo puede ser por temas laborales, por admiración, por temas de afinidad, por tema académico, entre otros motivos.

La segunda teoría fundamental de esta categoría es del Intercambio Social, de los científicos John Thibaut y Harold Kelley (1956), que afirman en su obra *"The Social Psychology of Groups"* que una relación entre dos o más personas debe tener como resultado algún tipo de beneficio recibido por las partes involucradas, o de lo contrario la relación desaparecería.

Boyd y Ellison (2007), definen una red social como un servicio que permite a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y ver y recorrer su lista de las conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema.

Aplicando la teoría del Intercambio Social tiene vigencia hoy en día ya que los usuarios que usan las redes sociales generan interactividad por un beneficio propio, y a la vez permite que esa relación entre usuario y plataforma no desaparezca de lo contrario se fidelice a través de los

contenidos que pueda encontrar dentro de ella, por citar un ejemplo, Facebook nos pide que respondamos a la hora de publicar a su pregunta ¿Qué estás pensando? Y en muchos casos las personas influencer de estas redes realizan publicación donde sortean productos o servicios a cambio de ello piden que le den “Me gusta” y que compartan su contenido a fin de que incrementen sus seguidores para posicionarse como líderes generando interacción dentro de su perfil.

En el caso de WhatsApp, muchas de las organizaciones realizan un grupo de chat con el fin de que la comunicación sea más ágil entre todos los miembros, e inclusive empresas emprendedoras crean estos grupos para poder ofrecer las mejores ofertas a los miembros generando esa interacción entre los usuarios.

La tercera teoría relaciona es la Interdependencia, sociólogo estadounidense Peter M. Blau, que fue presentado en su libro *"Exchange and Power in Social Life"*, publicado en 1964 que es una extensión de la teoría anterior, enfocado en que las relaciones sociales se basan en la interdependencia entre los individuos. Blau enfatiza que las personas están interconectadas en sus relaciones sociales y que las acciones de un individuo pueden afectar y ser afectadas por las acciones de otros individuos en la relación. Esto significa que las decisiones y acciones de una persona pueden tener consecuencias para el resto de los miembros de la red social en la que está involucrado.

Aplicando la teoría, los usuarios redes sociales de Facebook y WhatsApp pueden influenciar a la hora de tomar una decisión, que puede afectar a todos los miembros de la comunidad digital, por citar un ejemplo si un usuario publica un contenido de interés público acerca un corte de servicio del agua en su distrito, todos los contactos de esta persona se van a ver influenciados para guardar en tachos el agua y otro grupo de personas tal vez solo omitan el mensaje, pero en efecto genera un impacto en los demás.

Un ejemplo más cercano de la teoría es cuando recibimos el mensaje un miembro del grupo de WhatsApp, que ya abonaron el salario del mes, este mensaje causa que los demás miembros revisen sus aplicativos financieros para poder comprobar y revisar cuanto les abonaron del mes.

Para López y López, C. (2009, p. 15) manifiesta que “Las redes son una estructura sistémica y dinámica que involucra a un conjunto de personas u objetos, organizados para un determinado objetivo...”

Empleando la misma teoría, algunas personas pueden tener más poder de influenciar dentro de la comunidad social, lo que puede influir en cómo se lleva a cabo el intercambio social y la toma de decisiones. En Facebook, existe un grupo de usuarios que crean perfiles con el fin de ejercer control en otras personas que compartan su ideología, que busquen influir en la toma de decisión de sus miembros con el fin de mantener la relación. En WhatsApp, en su mayoría tenemos un grupo denominado “Familia” donde los miembros son de nuestro núcleo familiar que tiene como objetivo compartimos información de interés mutuo y estar comunicados.

En esta última pandemia del Covid-19, estuvieron más presente las redes sociales Facebook y WhatsApp como un medio de comunicación que difundía información relacionado al Covid-19, desde las publicaciones del Ministerio de Salud con recomendaciones y sobre el accionar del estado para contrarrestar los impactos del virus, hasta los mensajes de WhatsApp o llamadas que realizábamos a nuestros familiares o amistades ya que no podíamos visitarlos por el riesgo del contagio.

2.3.2 Bases teóricas de la subcategoría: Fuente de desinformación periodística.

El origen del término desinformación se sitúa en los inicios del siglo XX y su apogeo llega con la Guerra Fría. Sin embargo, como apunta Romero, “existen indicios claros de que actividades desinformativas se pueden documentar en textos extremadamente antiguos, lo que nos puede estar hablando de una práctica tan antigua como la propia organización social” (Romero, 2013).

Según Shultz y Godson define a la desinformación como la “*comunicación que intencionalmente contiene información falsa, incompleta o engañosa (...) transmitida con el fin de engañar, dar información incorrecta o inducir al error*” (1984: 38). Para Benesch y Schmandt sostienen que la desinformación puede ser descrita como “información falsa” (1982: 11) por otro lado para el escritor español Galdón define la desinformación como la “ausencia de verdadera información o de información verdadera” (2001: 48)

Wardle (2018), que denomina “desorden de información” a la desinformación, explica que ésta se produce a cuando nos referimos a noticias que no están verificadas, cuando compartimos información falsa para hacer daño, así como a la mala información que se construye para dañar de forma consciente a través de la información.

Sin embargo, la desinformación también es un fenómeno ligado a la información y los medios de comunicaciones, tal como define García, (2009) Una tercera cualidad de la desinformación es que está íntimamente unida a la información y, más concretamente, a los medios de comunicación, al intento por parte del emisor de valerse de ellos y de manipularlos para cumplir sus objetivos.

La revista PuroMarketing (2018) hace una transcripción de un artículo de la revista AdWeek (2018) en la que se detallan capacidades humanas que son necesarias para no asistir a informaciones erróneas por el hecho de confiar por completo en la tecnología. En primer lugar, encontramos la verdad, algo que no se puede traducir a una fórmula matemática, por lo que la participación del periodista como filtrador de fuentes e informaciones se hace indispensable.

Una de las teorías científicas relacionada al proceso de la desinformación es la Framing (Encuadre) del politólogo estadounidense Robert Entman en 1993 argumentando que los medios de comunicación no solo informan sobre eventos, sino que también seleccionan y destacan ciertos aspectos de esos eventos para influir en cómo el público los percibe.

El encuadre se define como un proceso en el que se seleccionan algunos aspectos de la realidad, a los que les otorgará un mayor énfasis o importancia, de manera que se define el problema, se diagnostican sus causas, se sugieren juicios morales y se proponen soluciones y conductas apropiadas a seguir (Entman, 1993).

En la práctica esta teoría, es evidencia con frecuencia, ya que los medios de comunicación de mayor influencia desarrollan un tema de interés que convierte que los demás medios pequeños también difundan esa comunicación para no perder espectadores, y ejemplificado ello fue el cubrimiento periodístico de la Covid 19, difundiendo el impacto del virus en la población dejando de lado otros temas que también se desarrollan en la sociedad.

La tercera teoría con relación a la categoría es del Sesgo de Confirmación, su autor principal es el psicólogo cognitivo estadounidense Raymond Nickerson, que, en la década de 1990, Nickerson formuló esta teoría, que se refiere a la tendencia cognitiva de las personas a buscar, interpretar y recordar información de manera que confirme o refuerce sus creencias, actitudes y opiniones preexistentes.

En el contexto de la desinformación, el sesgo de confirmación puede desempeñar un papel importante cuando las personas se encuentran con información que se alinea con sus creencias preexistentes, es más probable que la acepten sin cuestionarla, incluso si la información es falsa o engañosa, esto puede llevar a la propagación de información errónea y a una mayor polarización en la sociedad.

Aplicando la teoría, al escuchar o leer información, las personas pueden interpretar los hechos de manera sesgada, dando mayor peso a la información que apoya sus creencias y minimizando o descartando la información que contradice sus puntos de vista.

2.4 Definición de términos básicos

ANTIÉTICO: Se refiere a comportamientos, acciones o prácticas que violan principios éticos o morales. En el contexto del periodismo y las redes sociales, se considera antiético difundir información falsa, engañosa o manipulada. Bivins, T. H. (2013). *Journalism ethics at the crossroads: Democracy and the news*. Routledge.

CHAT: Es una forma de comunicación en línea en la que los usuarios pueden intercambiar mensajes de texto en tiempo real. El chat puede ser tanto privado, entre dos personas, como grupal, en salas de chat donde múltiples usuarios pueden participar en la conversación. Herring, S. C. (2002). *Computer-mediated discourse analysis: An approach to researching online behavior*. Springer.

CIUDADANO: Se refiere a una persona que es miembro de una comunidad, ciudad o país y tiene derechos y responsabilidades civiles. Un ciudadano puede participar en la toma de decisiones políticas, ejercer sus derechos y contribuir al bienestar de la comunidad. Isin, E. F., & Nielsen, G. M. (2008). *Acts of citizenship*. Zed Books.

COVID-19: Es una abreviatura de "coronavirus disease 2019" (enfermedad del coronavirus 2019), que se refiere a una enfermedad respiratoria causada por el virus SARS-CoV-2. La enfermedad se caracteriza por síntomas como fiebre, tos, dificultad para respirar y puede tener complicaciones graves. Sohrabi, C., Alsafi, Z., O'Neill.

COMMUNITY MANAGER: Es el profesional encargado de gestionar y administrar la presencia en línea de una marca, empresa o comunidad en redes sociales. El community manager se encarga de interactuar con los seguidores, crear contenido, monitorear la reputación en línea y promover la participación y el compromiso de la comunidad. Wolfram, D., & Brunner-Sperdin, A. (2013). *Community management: A definition, theoretical framework, and research agenda*. *Journal of Service Management Research*, 1(2), 14-29.

FACEBOOK: Es una plataforma de redes sociales fundada por Mark Zuckerberg que permite a los usuarios crear perfiles, conectarse con otras personas, compartir contenido y participar en actividades sociales en línea. Kirkpatrick, D. (2010). *The Facebook effect: The inside story of the company that is connecting the world*. Simon and Schuster.

FACEBOOK LIVE: Es una función de transmisión en vivo de Facebook que permite a los usuarios transmitir videos en tiempo real a través de la plataforma. Permite la interacción en tiempo real con los espectadores y ha sido utilizado ampliamente para transmitir eventos, noticias y contenido personal. Ruggiero, T. E. (2017). *Social media: How Facebook changed the game*. *Journal of Advertising Research*, 57(4), 359-361.

FAKE NEWS: Se refiere a noticias falsas o desinformación que se difunde en línea, a menudo a través de plataformas de redes sociales o sitios web no confiables. Las fake news pueden tener el objetivo de engañar, manipular la opinión pública o generar sensacionalismo sin fundamento. Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). *Social media and fake news in the 2016 election*. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.

FUENTES: Se refiere a las fuentes de información utilizadas en el periodismo y otros contextos. Las fuentes pueden ser personas, documentos, investigaciones u otros medios de obtención de información verificable y confiable. Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *Los elementos del periodismo: Qué noticias son noticias, cómo se produce y cómo se difunden*. Random House.

HASHTAG: Es una etiqueta precedida por el símbolo de numeral (#) que se utiliza en redes sociales para categorizar y agrupar contenido relacionado. Los hashtags permiten a los usuarios encontrar contenido temáticamente relevante y participar en conversaciones sobre un tema específico. Burgess, J., & Green, J. (2009). *YouTube: Online video and participatory culture*. Polity Press.

INFLUENCER: Es una persona que tiene influencia en las redes sociales y que puede afectar las opiniones, decisiones de compra y comportamientos de sus seguidores. Los influencers suelen tener una audiencia considerable y se asocian con marcas o productos para promocionarlos. Duffett, R. G. (2017). *Influencer marketing: Perspectives, approaches, and research directions*. *European Journal of Marketing*, 51(3), 384-391.

INTERACTIVIDAD: Se refiere a la capacidad de los usuarios de interactuar, participar y responder activamente en una plataforma o entorno digital. La interactividad puede incluir acciones como comentar, compartir, dar "me gusta" o participar en encuestas y debates. Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.

OBJETIVIDAD: Es un principio fundamental del periodismo que se refiere a la imparcialidad y la presentación imparcial de los hechos y eventos sin influencia personal o sesgo. La objetividad busca proporcionar información precisa y equilibrada a los lectores o espectadores. Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *Los elementos del periodismo: Qué noticias son noticias, cómo se produce y cómo se difunden*. Random House.

OPTIMIZACIÓN DE MOTORES DE BÚSQUEDA (SEO): Se refiere a las técnicas y estrategias utilizadas para mejorar la visibilidad y el posicionamiento de un sitio web en los resultados de búsqueda orgánica de los motores de búsqueda, como Google. El SEO involucra la optimización del contenido, la estructura del sitio web y otros factores para aumentar la visibilidad y el tráfico orgánico. Sullivan, D. (2012). *Search engine optimization: An hour a day*. John Wiley & Sons.

PERIODISTA: Es un profesional que investiga, recopila, analiza y presenta información y noticias para su difusión a través de medios de comunicación. Los periodistas suelen seguir

principios éticos y normas profesionales en su trabajo. Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The elements of journalism: What newspeople should know, and the public should expect*. Three Rivers Press.

PUBLICACIÓN: Se refiere al acto de hacer disponible y compartir información, contenido o material con un público más amplio. En el contexto de las redes sociales, una publicación puede incluir texto, imágenes, videos u otros elementos multimedia. Lupton, D. (2014). *Self-tracking cultures: Towards a sociology of personal informatics*. In Proceedings of the 26th Australian Computer-Human Interaction Conference on Designing Futures: The Future of Design (pp. 434-443).

TRENDING TOPIC: Se refiere a un tema o palabra clave que está siendo ampliamente discutido y mencionado en las redes sociales en un momento específico. Los trending topics suelen indicar los temas más populares y de actualidad en un determinado contexto. Burgess, J., & Bruns, A. (2015). *Twitter hashtags from ad hoc to calculated publics*. In *Hashtag Publics* (pp. 13-28). Peter Lang.

VIRAL: Se refiere a contenido, generalmente en forma de texto, imágenes, videos o memes, que se propaga rápida y ampliamente a través de las redes sociales y otros canales en línea. El contenido viral suele generar un gran interés y participación por parte de los usuarios. Berger, J., & Milkman, K. L. (2012). *What makes online content viral?* *Journal of marketing research*, 49(2), 192-205.

WHATSAPP: Es una aplicación de mensajería instantánea propiedad de Facebook que permite a los usuarios enviar mensajes de texto, hacer llamadas y compartir archivos multimedia a través de Internet. Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Las categorías.

3.1.1 Identificación de categorías.

3.1.1.1 Facebook.

Al inicio del siglo XXI con el auge de la globalización, la tecnología avanzó con una velocidad que sobre pasó las fronteras con el uso de las tecnologías de Información y Comunicación (Tics) se logró realizar una comunicación a través de una aplicativo que más tarde denominaron redes sociales, entonces la aparición de Facebook como fundador Mark Zuckerber, el 4 de febrero de 2004 nació "thefacebook.com", una web que tenía como objetivo ser un directorio digital para los estudiantes de la universidad de Harvard y luego se expandió a otras universidades estadounidenses y de ahí a otras nacionales. Puelles, (2014) argumenta que la red social Facebook comienzan a funcionar como comunidades de usuarios en línea.

Facebook, es dueña de WhatsApp e Instagram y a nivel mundial es la red social que hasta la actualidad lidera sobre las demás con cerca de 2.271 millones de usuarios activos (Mejía, 2019).

3.1.1.2 WhatsApp.

Es una red social de mensajería, la cual permite el envío y recibimiento de forma de manera gratis. La terminología o el nombre WhatsApp proviene de la frase coloquial inglesa “what’s up” que el equivalente en nuestro idioma sería “¿qué pasa?”, además de “app”, es decir la abreviatura en inglés para “aplicaciones”. Esta aplicación de chat o mensajería es para teléfonos de última generación, también denominados teléfonos inteligentes o Smartphone.

Para Gutiérrez (2015) argumenta que el vertiginoso crecimiento de WhatsApp (del 55 % en sólo un año) se debe al aumento de los teléfonos inteligentes entre la población mundial... la integración de la tecnología móvil en la vida cotidiana, especialmente en la Generación Millennials, es total.

3.1.1.3 Inmediatez Periodística.

La inmediatez periodística implica la urgencia de los medios de comunicación para presentar información tan pronto como ocurren los eventos, utilizando la tecnología disponible para garantizar que las noticias lleguen a la audiencia lo más rápido posible. Esto puede afectar la

forma en que se producen, seleccionan y presentan las noticias, así como la manera en que el público las consume y percibe.

En el capítulo “Internet y los Medios de Comunicación” de su artículo Castells (1999) manifiesta como: *“La sala de redacción del Chicago Tribune, ...integrada en Internet en la que los periodistas procesan información en tiempo real y de ahí sale hacia el Chicago Tribune, Los Angeles Times, otros periódicos en Estados Unidos, una serie de cadenas de radio y varias estaciones de televisión. ¿Qué tiene de original esto? Esa información llega en tiempo real y se continúa procesando en tiempo real; es decir, es un medio de comunicación masivo, continuo e interactivo al que pueden acceder distintos usuarios planteando preguntas, criticando, debatiendo”*

Lo que antes era algo imposible de producir, procesar y difundir hoy es algo habitual en los medios de comunicación con la intervención del actor principal, el internet. Este enfoque busca ofrecer noticias frescas y actualizadas a la audiencia en el menor tiempo posible, respondiendo a la demanda de información constante y actualizada de parte de la ciudadanía.

3.1.1.4 Interactividad del usuario.

El usuario de Internet es un sujeto que ha pasado de recibir información a crearla y publicarla sin necesidad de ser profesional. Esta reconversión ha hecho que un público que consumía noticias de forma masiva, lo haga de una forma más selectiva y contando con una dosis de autonomía que le permite valorar, difundir o interactuar con la propia información.

La posibilidad de interactuar y emitir, por parte de los tradicionales consumidores pasivos de información, ha llevado a algunos autores a declarar en bancarrota el concepto de masa, sustituyéndolo por el de un usuario autónomo capaz de generar información y difundirla públicamente a través de la web. *“En la actualidad son muchas las voces que declaran los conceptos de “masa” y de “culturas de masas” teóricamente agotados, (...) sobre todo tras el advenimiento de medios interactivos como Internet”*. (Carrera, 2008, p.128).

3.1.1.5 Ética Periodística.

La ética trata de la conducta del ser humano en una determinada práctica y en la sociedad, estudia el uso de la libertad, la intención del hombre a sus fines en función del bien y del mal. Cabe mencionar que la libertad humana está relacionada con la responsabilidad que tienen los

ciudadanos para actuar o no actuar según su criterio o su voluntad siempre que esté dentro de lo que establece la ley.

Maidana (2005), lo define como: *La ética comprende el conjunto sistemático de los principios sobre el comportamiento moral; por su parte, la moral constituye el entramado de normas y reglas de acción que regulan las relaciones de los individuos en una sociedad, aceptadas libremente, sujetas a variación y transformación histórica. La ética no debe ser un instrumento de control, censuras, prohibiciones o sanciones, sino que pertenece al reino de la libertad, de la autonomía, y de la autenticidad. Es un acto libre porque compromete las elecciones y decisiones.* (pag.59)

En la actividad profesional el hombre trabaja con voluntad en las labores que realizan a diario y en aquella que tiene vocación, el profesional trabaja para la comunidad, más que para sí mismo. La lealtad y la responsabilidad como principal aptitud en el profesionalismo son de suma importancia porque definen lo que los profesionales deben saber y tienen que hacer para efectuar un trabajo de calidad. Por lo tanto, Cortina, considera: “El profesional debe vivir su actividad como vocación, en el sentido de que debe contar con las aptitudes requeridas para proporcionar ese bien y debe ser consciente de la valía del servicio que presta, anteponiéndolo a su interés egoísta” (Cortina, 2000, pág. 8).

El profesional del periodismo debe poseer actitudes y poner toda su pasión para aproximarse a la realidad y contarla con la mayor calidad posible. Consideró que la esencia del comunicador se refleja en tres características la ética, la vocación, y la formación profesional. Los periodistas tienen el compromiso de contribuir en la ciudadanía, es decir, tener una clara vocación de servicio público mediante el trabajo diario con ética y credibilidad. A su vez toma en cuenta los problemas de la ciudadanía para edificar una sociedad justa, sostenible; ya que la sostenibilidad es un imperativo ético y moral.

Pero, sobre todo, el comunicador social debe propiciar una adecuada libertad responsable, es decir la libertad debe ir acompañada de responsabilidad, del mismo modo el respeto a la verdad, que se considera como principio ético y para alcanzar la verdad, todo profesional tiene el deber de contrastar las fuentes, corregir públicamente los errores en la información, a su vez, facilitar la oportunidad de réplica de los implicados o lectores. Por lo tanto “El primer compromiso ético del periodista es el respeto a la verdad” (Blázquez, 2000, pág. 151).

La experiencia ética en el campo de la profesión se relaciona, fundamentalmente, con tres ideas: la idea del deber, la idea del bien y la idea del sentido. Desarrollar una profesión es, de entrada, adquirir unos deberes y llevarlos a cabo mediante la intervención en un determinado ámbito de la sociedad. En segundo lugar, es intentar hacer un bien a un destinatario y, asimismo, a un conjunto social y, en tercer lugar, es construir prácticamente un sentido con la propia actividad, con la propia vida (Ruiz, MODULO DE ETICA PROFESIONAL, 2010, pág. 12).

3.1.2 Operacionalización de las categorías

La categoría: Las redes sociales dimensionado en: Facebook y WhatsApp.

Tabla 1: Operacionalización de la variable: Las redes sociales.

VARIABLES	INDICADORES/SUB-CATEGORÍAS	ITEMS/CRITERIOS
1. Facebook	Comunidad Virtual	<p>Considera usted que, ¿En la red social Facebook hay noticias que generan la desinformación periodística sobre la Covid-19?</p> <p>¿Qué repercusiones considera usted que provocan las desinformaciones periodísticas sobre la Covid-19 en las redes sociales Facebook y WhatsApp?</p> <p>¿Qué debe primar cuando estamos en el cursor antes de publicar la noticia en la red social Facebook?</p>
2. WhatsApp	Mensajería Instantánea	<p>Un usuario de WhatsApp, puede ser parte de la desinformación periodística a la hora de reenviar contenidos a sus contactos, ¿Está de acuerdo con lo afirmado anteriormente?</p>

Fuente: Elaboración propia

La categoría: La desinformación periodística ha sido dimensionada en: Inmediatez, Interactividad del usuario y Ética Periodística

Tabla 2: Operacionalización de la variable: La desinformación periodística

VARIABLES	INDICADORES/ SUB- CATEGORÍAS	ITEMS/CRITERIOS
1. Inmediatez Periodística	Validación de información	¿Cuándo el periodista tiene una noticia de último minuto, está obligado a contrastar la noticia antes de publicarla o debe omitirse por la inmediatez? Cuéntanos un testimonio que hayas visto en el medio que trabajas sobre la desinformación periodística en cuanto al Covid-19.
2. Interactividad del usuario	Conectividad Digital	¿La interactividad de los usuarios en la red social Facebook origina la desinformación periodística sobre la Covid-19?
3. Ética Periodística	Deontología Periodística	Los periodistas digitales de un medio que publican una noticia falsa, ¿Deben ser destituidos de su cargo por faltar a la verdad? El código deontológico “El respeto a la verdad”, en la actualidad, ¿Tiene vigencia en el periodismo digital?

Fuente: Elaboración propia

3.2 Tipo, nivel y diseño de investigación

3.2.1 Tipo de investigación

Es tipo de Descriptivo, según Bernal (2006) afirma que este tipo de investigación se muestran, narran, reseña o identifica hechos, situaciones, rasgos, características de un objeto de estudio o diseñan productos, modelos prototipos, guías. La investigación se guía por las preguntas de investigación que se formula el investigador; se soporta en técnicas como la encuesta, entrevista, observación y revisión documental. En tal sentido en esta investigación vamos a mostrar todos hechos noticiosos relacionados al Covid-19, empleando entrevistas a expertos y revisando las noticias demostraremos el mal uso de las redes sociales.

3.2.2 Nivel de investigación

El nivel de la investigación es Descriptivo - Interpretativo

Noguera (2003) menciona que consiste en conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes mediante objetos, procesos y personas. Pero la investigación descriptiva no se limita en la recolección de datos, la meta de los investigadores competentes es la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Por lo tanto, en la investigación demostraremos la relación del mal uso de las redes sociales Facebook - WhatsApp y la desinformación periodística durante la Covid-19.

3.2.3 Diseño de investigación

Diseño No experimental

Kerlinger y Lee (2002) nos dicen que la investigación no experimental es la búsqueda empírica y sistemática en la que el científico no posee control directo de las variables independientes, debido a que sus manifestaciones ya han ocurrido o a que son inherentemente no manipulables.

3.3 Métodos de investigación

Método inductivo: Gomez (2012) p. 14. El método inductivo, es un procedimiento que va de lo individual a lo general, además de ser un procedimiento de sistematización que, a partir de resultados particulares, intenta encontrar posibles relaciones generales que la fundamenten. De manera específica, “es el razonamiento que partiendo de casos particulares se eleva a conocimientos generales; o, también, razonamiento mediante el cual pasamos del conocimiento de un determinado grado de generalización a un nuevo conocimiento de mayor grado de generalización que el anterior.

3.4 Población y Muestra

3.4.1 Población:

Para el desarrollo del análisis de los contenidos, la población es las noticias digitales difundidas en las redes sociales Facebook y WhatsApp en referencia a la pandemia Covid-19 desde marzo hasta diciembre del 2020.

Para la encuesta y entrevista, la población es todos los usuarios de Facebook y WhatsApp.

3.3.2 Muestra:

La muestra es no probabilística para todas las técnicas desarrolladas.

Selectivo: En el análisis de contenidos se consideró 16 noticias falsas difundidas en las redes sociales Facebook y WhatsApp, que contenían los siguientes campos: titular de publicación, fecha de publicación, medio, género periodístico, mensaje de la información, actores, estadística de la publicación, red social, afirmación, verdad y recurso periodístico empleado.

Por conveniencia: se considera a 10 usuarios de Facebook y WhatsApp. que representará a toda la población. Según Gomez (2006) argumenta “Se trabaja con sujetos llamados “típicos” en la creencia que ellos podrían ser representativos del universo o población de estudio.

Por conveniencia de expertos: se consideró a 4 expertos en redes sociales para el desarrollo de la entrevista. Según Príncipe (2018) menciona que: “La selección de sujetos expertos, idóneos en el tema que se investiga”.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.5.1 Técnicas

3.5.1.1 Entrevista:

Con el objetivo de recopilar la información detallada en vista de que la persona que informa comparte oralmente con el investigador aquello concerniente a un tema específico o evento acaecido en su vida, como lo dicen Fontana y Frey (2005).

En tal sentido se usará esta técnica para entrevistar a los expertos en redes sociales, y así mismo será según la modalidad, una entrevista semiestructurada, que permite añadir información sobre lo que existe y se utilizará el instrumento de la guía de entrevista semiestructurada.

3.5.1.2 Análisis de datos:

El proceso principal de esta técnica es recopilar datos no estructurados, pero darle una estructura, según Patton (2002), su propósito central del análisis de datos cualitativos es darle estructura a los datos, que implica organizar las unidades, las categorías, temas y los patrones. Grinnell (1997). Desarrollaremos la descomposición de las noticias falsas según su titular de publicación, fecha de publicación, medio, estadística de la publicación, red social entre otros.

3.5.1.3 Encuesta:

Para León y Montero el cuestionario es la “...forma de preguntar a los sujetos por los datos que nos interesan que tienen todas las preguntas fijadas y la mayoría tienen respuestas previamente establecidas para que las personas elijan la que deseen...” mientras indican que cuando se usa

un cuestionario para describir grandes grupos de personas, al procedimiento se le denomina encuesta (Abarca et al., 2013, p. 128). En tal sentido vamos a realizar encuestas a la muestra de los usuarios digitales.

3.5.1 Instrumentos.

Los instrumentos que se emplearán en la investigación son la guía de entrevista semiestructura que será usada en la entrevista a los expertos. Por otro lado, desarrollaremos una tabla de contenido que permitirá realizar la descomposición de las noticias falsas en relación con el Covid-19 y para finalizar realizaremos un cuestionario de tipo abierto que va a permitir recoger las impresiones de los usuarios de Facebook y Whatsapp.

3.5.1.1 Guía de entrevista semiestructura.

Permite realizar preguntas abiertas, previamente se va a elaborar un guía de preguntas para emplearlo, así mismo va a requerir de atención y escucha para encauzar la conversación.

La entrevista no estructurada puede proveer una mayor amplitud de recursos con respecto a los otros tipos de entrevista de naturaleza cualitativa. Según Del Rincón (1995), El esquema de preguntas y secuencia no está prefijada, las preguntas pueden ser de carácter abierto y el entrevistado tiene que construir la respuesta; son flexibles y permiten mayor adaptación a las necesidades de la investigación y a las características de los sujetos, aunque requiere de más preparación por parte de la persona entrevistadora, la información es más difícil de analizar y requiere de más tiempo. Ver Anexo 03 – Instrumentos

3.5.1.2 Tabla de análisis de contenido.

Andréu (2018) p. 2. El análisis de contenido se basa en la lectura textual o visual como instrumento de recogida de información, lectura que a diferencia de la lectura común debe realizarse siguiendo el método científico, es decir, debe ser, sistemática, objetiva, replicable, y valida. Ver Anexo 03 - Instrumentos

3.5.1.3 Cuestionario de tipo abierto.

Para Abarca et al. (2013, pp.129-130) tradicionalmente se distinguen tres tipos de cuestionarios en función del tipo de preguntas que se incluyan: Cuestionarios cerrados, abiertas y mixtas. En tal sentido para la investigación se considera cuestionarios abiertos, estos incluyen un conjunto

de preguntas cuyas respuestas no cuentan con previa codificación. Las personas pueden brindar su opinión o conocimiento respecto a la pregunta que se les hace. Ver Anexo 03 - Instrumentos

3.6 Técnicas de procesamientos de datos

El proceso ha sido de carácter interpretativo y descriptivo cada instrumento empleado en la investigación. Así mismo se realizó la triangulación de datos.

CAPITULO IV

RESULTADOS

4.1 Resultados Descriptivos e Interpretativo

Los resultados que se presentan a continuación están ordenados por subcategorías, en los diferentes instrumentos: Guía de entrevista semiestructurado, análisis de contenidos, cuestionario de tipo abierto.

4.1.1 Resultados de las Entrevistas Semiestructuras

Tabla 1: En la red social Facebook hay noticias que generan la desinformación periodística sobre la Covid-19.

Alonso Balarezo.	Emily Quispe.	Luis Ciudad.	Monica Caceda.	Resultado
Bueno, sí que hay bastante desinformación, ya que esta pandemia ha causado no solamente miedo, sino con inseguridad y a la vez ha distorsionado la información.	La desinformación hay, porque hay publicaciones de páginas de dudosa procedencia que tiene intereses propios, particulares, que lo que buscan es simplemente generar caos, desconcierto, que la gente tenga dudas, que incluso hay campañas contra las vacunaciones. Hay campañas contra el uso de ciertos medicamentos. Hay campañas a favor de la automedicación. Entonces la desinformación está	De hecho, que al inicio Facebook, más allá del tema de pandemia, era más una red social, ahora se ha vuelto más una red informativa. Entonces, en ese afán de querer informar y como bien se dice la red es inmediatez, pueden tener estas equivocaciones. Pero en temas generales sí hay desinformación en las redes sociales sobre todo en Facebook.	No solamente es Facebook, si no todas las redes sociales donde se difunden noticias falsas, y va a depender de los mismos usuarios comprobar la veracidad. Esto es por las facilidades que tiene internet y estas plataformas para difundir noticias falsas.	Todos ellos afirman que hay bastante desinformación, debido que existen noticias falsas que se difunden en las redes sociales y que va a depender de los mismos usuarios comprobar la veracidad. Esto sucede porque las facilidades que tiene el internet y las plataformas para su difusión.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los entrevistados coinciden que hay bastante desinformación periodística en la red social Facebook, con relación a la Covid-19, existen noticias falsas que se difunden en las redes sociales. Así mismo va a depender de los mismos usuarios comprobar la veracidad, ya que este fenómeno sucede porque las facilidades que tiene el internet y las plataformas para su difusión.

Tabla 2: Un usuario de WhatsApp, puede ser parte de la desinformación periodística a la hora de reenviar contenidos a sus contactos, ¿Está de acuerdo con lo afirmado anteriormente?

Alonso Balarezo.	Emily Quispe.	Luis Ciudad.	Monica Caceda.	Resultado
Bueno, hay que tener bastante cuidado, Yo, en el aspecto personal, estoy dentro de un grupo de colegio relacionistas públicos. Entonces puedes creer que hasta ese punto el reenvío de mensajes genera desinformación en todos los demás. Deben tener bastante cuidado, comparar la información oficial con lo que simplemente dicen o reenvían irresponsablemente vía WhatsApp.	Sí, claro. Me han llegado muchas veces mensajes masivos en los que me dicen consume esto, consume lo otro que te vas a curar. Y muchas veces son personas que tienen buenas intenciones, a las que le llegó otro ir y te dicen el amigo de un amigo lo consumió y no saben qué amigo, de qué amigo fue.	Sí, sí, lo he vivido en carne propia. A veces me llega a mí, a mi propio chat, informaciones o psicosociales, aún más en tiempos de pandemia, También hay personas que lamentablemente se dejan guiar por el tío, el primo a la familia o el amigo le dijo el WhatsApp como medio también, que a pesar de que es más una red para interactuar, para conversar. Se ha vuelto también una especie de red de desinformación.	Generalmente los usuarios al tener un Smartphone que es el dispositivo móvil que le facilita acceso a la información por la rapidez no confirman la veracidad de la noticia y los comparten con sus contactos.	Los entrevistados coinciden en que los propios usuarios de WhatsApp pueden generar la desinformación periodística al compartir información o noticias falsas. Debemos tener cuidado es mejor compararlo con la información oficial. Algunas veces esto sucede porque las personas tienen la intención de compartir con sus seres más cercanos, pero no saben que esta errada. Esta red que inicial era para interactuar ahora también sea un medio de la desinformación.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los entrevistados confirman que los propios usuarios de WhatsApp pueden generar la desinformación periodística al compartir información o noticias falsas. Debemos tener cuidado es mejor compararlo con la información oficial. Algunas veces esto sucede porque las personas tienen la intención de compartir con sus seres más cercanos, pero no saben que esta errada. Esta red que inicial era para interactuar ahora también sea un medio de la desinformación.

Tabla 3: ¿Cuándo el periodista tiene una noticia de último minuto, está obligado a contrastar la noticia antes de publicarla o debe omitirla por la inmediatez?

Alonso Balarezo.	Emily Quispe.	Luis Ciudad.	Monica Caceda.	Resultado
Bueno, en primer lugar, el periodista pierde credibilidad, pues al perder	Toda noticia tiene que ser verificada. No puedes publicar nada porque	De hecho, que desde las aulas siempre nos inculcan, nos dicen	La labor de todo periodista ya sea que trabaje en medios	Los entrevistados coinciden que toda

credibilidad ya la gente no le va a seguir, los mismos seguidores que antes ha tenido la gente ya no le va a creer todo lo que dice, no todo lo que él pueda publicar, hablar, opinar, comentar ya no va a tener la misma credibilidad que de repente.	alguien te lo dijo. Incluso si otros medios lo publicasen, tú no lo puedes publicar hasta no verificar. Puede salir en un medio privado, en una radio privada y nosotros tenemos que basarnos en las fuentes, si es que alguien renuncia, si es que va a haber un toque de queda. Nosotros no podemos publicar nada hasta que no haya sido verificado.	pues, nosotros somos el cuarto poder, el periodismo es un cuarto poder hablando de forma social. Entonces tenemos una muy grande responsabilidad para con toda nuestra ciudadanía en general. Y de hecho que la situación a la acción de verificar una información antes de difundirla debe ser ley para un periodista o para un comunicador.	tradicionales o digitales, siempre es corroborar la información. Si no lo corrobora no lo pública.	información se debe corroborar caso contrario no debe ser publicada. Así mismo la información tiene que basarse en fuentes, por ello es importante la verificación ya que es una ley para un periodista o comunicador.
--	--	---	--	--

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los entrevistados manifiestan en mayoría que toda información se debe corroborar caso contrario no debe ser publicada en ninguna red social o medio tradicional, así mismo el periodista tiene una gran responsabilidad con la ciudadanía en general y la información que tiene a su alcance debe basarse en fuentes, por ello es importante la verificación ya que es una ley para todo periodista o comunicador.

Tabla 4: La interactividad de los usuarios en la red social Facebook origina la desinformación periodística sobre la Covid-19.

Alonso Balarezo.	Emily Quispe.	Luis Ciudad.	Monica Caceda.	Resultado
Bueno. Si, en todos estos meses de confinamiento se ha visto que la gente distorsiona la información con respecto a esta enfermedad. Y en los últimos meses, pues se debería de que había efectos secundarios de la vacuna, anterior a eso que había remedios caseros que te	Ellos comentan a cada información, va a traer comentario, pero desinformación. Sin lugar a duda, si la información que tú estás dando es completa y es precisa, no va a haber. Entonces, si quieres empezar a compartir algo, es mejor leerlo. Y si no, siempre creo que lo mismo que hace el usuario por desinforma, hay un usuario que informa.	La interacción. De hecho, que el usuario de las redes sociales de variopinto, las redes sociales, no discrimina evidentemente. Entonces, el hecho de interactuar sí te puede llevar a desinformación... La interacción en la red también generar desinformación, lo cual no debería ser así. Pues no, pero lamentablemente no hay todavía un control o un filtro para para poder	No, la interactividad es una característica esencial de la comunicación digital que ayuda, más bien el error de la desinformación no es por el uso de la plataforma, porque la plataforma existe para un determinado fin, va a depender del uso adecuado de los usuarios.	Solo tres entrevistados coinciden que la interactividad de los usuarios distorsiona la información con respecto a la enfermedad, y esto sucede porque en las redes sociales tiene diferentes usuarios- Así mismo encontramos una postura que manifiesta que la interactividad una característica

curaban el Covid-19.	discernir sobre qué es lo real y que es lo irreal.	esencial de la comunicación digital, y el error de la desinformación es por el mal uso que se da en la plataforma.
----------------------	--	--

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Solo tres entrevistados coinciden que la interactividad de los usuarios distorsiona la información con respecto a la enfermedad de la Covid-19, y esto sucede porque las redes sociales no discriminan y tiene diferentes usuarios. Por otro lado, se afirma que, así como hay usuarios que desinforma también de lo contrario, uno que verifica la información podrá romper la cadena. Así mismo encontramos una postura que manifiesta que la interactividad una característica esencial de la comunicación digital, y el error de la desinformación es por el mal uso que se da en la plataforma.

Tabla 5: Los periodistas digitales de un medio que publican una noticia falsa, ¿Deben ser destituidos de su cargo por faltar a la verdad?

Alonso Balarezo.	Emily Quispe.	Luis Ciudad.	Monica Caceda.	Resultado
Bueno, que yo creo que esta acción varía, ya que hay periodistas que quizás han confiado en una fuente que no es necesariamente confiable o quizás por querer ganar a los demás medios, publican los primero que ven, creyendo ellos de que, pues es información, es verídica. Cuando de repente, en el transcurso de los minutos, de las horas se ve que esa información es falsa. Entonces acá hay dos puntos.	Una noticia falsa, pues si alguien publica una noticia falsa sin verificar que daña una entidad, que daña a una persona, supongo que de acuerdo con las políticas que tenga la empresa va a ser sancionada y lo más seguro es que sea retirada o suspendida o castigada. Pero hoy el medio va a tener que emitir un comunicado. El periodista va a tener que retractarse. Va a tener que informar algo. Pero si lo más seguro es que sea sancionado.	Mira, ya ha habido casos, en la televisión, en la prensa, donde ha habido errores, y el periodista tiene una salida de apelar la rectificación en cuanto a la información. Y la otra también que he visto es que sale el medio como tal, con un comunicado indicando que se van a tomar las medidas correctivas, Y por ahí el periodista o comunicador pasa a segundo plano, es decir, ya no forma parte de esta casa periodística. Yo considero que, si el periodista se equivocó por su	Todos los medios tienen sus propios procedimientos o sus propias normas que le dan a conocer los periodistas y obviamente ellos deben tener en cuenta de eso, de las consecuencias que podrían ser objetos si no cumplen con esas normas, además el hecho de mentir es propio de una persona, ósea eso no tiene por qué estar regular, si es ético o no, es una decisión propia de cualquier profesional no solamente de un periodista.	Los entrevistados llegan al consenso que el periodista debe tener una acción disciplinaria. Así mismo hay dos opciones cuando se publica una noticia falsa, uno de ellos es la rectificación y otro es que el mismo medio sale a pedir las disculpas a la opinión pública lamentando lo sucedido con el compromiso que no va a repetirse, pero internamente tendrá una amonestación.

error, que brinde
las disculpas del
caso.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los entrevistados llegan al consenso que los periodistas digitales deben tener una acción disciplinaria. Así mismo hay dos opciones cuando se publica una noticia falsa, uno de ellos es la rectificación y otro es que el mismo medio sale a pedir las disculpas a la opinión pública lamentando lo sucedido con el compromiso que no va a repetirse, pero internamente tendrá una amonestación. Por otro lado, esta situación se da también cuando el periodista ha confiado en una fuente que no es necesariamente confiable o por querer publicar primero a diferencia del medio de la competencia.

Tabla 6: El código deontológico “El respeto a la verdad”, en la actualidad, ¿Tiene vigencia en el periodismo digital?

Alonso Balarezo.	Emily Quispe.	Luis Ciudad.	Monica Caceda.	Resultado
Bueno, lamentablemente, No, no hay diligencia ahorita de ese respeto a la verdad. Pues ¿Por qué? Porque hay mucha gente que, teniendo un celular en la mano o una computadora en la mano, comparten, difunden información incorrecta, innecesaria. Entonces. Eso, lamentablemente, es distorsionado por gente que cree que estas personas son periodistas cuando realmente no lo son.	Sí, claro. Nosotros debemos tener cuidado cómo redactamos la nota. No podemos, juzgar, emitir una opinión, sino que generamos opinión a través de la información clara, precisa. No, no buscamos calificar algo como negro o blanco. Siempre damos la información para que la gente pueda emitir un juicio a través de la información, de la noticia que ellos están viendo. Nosotros, como medio de comunicación, no emitimos un juicio. Informamos a la persona, hizo eso, tal entidad hizo esto, tal empresa hizo esto y será la justicia quien tomará la decisión, no nosotros.	El código ético, incluso deontológico, de un periodista o de un comunicador por más que este en cualquier medio que sea, e incluso la digital debe primar. ¿De qué se esté aplicando o no se está aplicando? Me parece que no, sobre todo en los medios digitales.	Siempre la verdad va a ser un requisito fundamental para el periodista, no importa el medio no importa el tiempo siempre va estar vigente.	Los ponentes argumentan los siguiente: Que la verdad es un requisito fundamental para el periodista y no importa el tiempo debe ser estar vigente. Por otro lado, se afirma que en la actualidad el código deontológico no se está cumpliendo a toda cabalidad en el periodismo digital porque existe información incorrecta.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Los ponentes argumentan lo siguiente:

Que la verdad es un requisito fundamental para el periodista y no importa el tiempo debe ser estar vigente. Por otro lado, se afirma que en la actualidad el código deontológico no se está cumpliendo a toda cabalidad en el periodismo digital porque existe información incorrecta.

Tabla 7: ¿Qué repercusiones considera usted que provocan las desinformaciones periodísticas sobre la Covid-19 en las redes sociales Facebook y WhatsApp?

Alonso Balarezo.	Emily Quispe.	Luis Ciudad.	Monica Caceda.	Resultado
Bueno, Considero que las repercusiones ya las hemos pagado con muertes desde los primeros meses, decían que de que esto no, no es mortal, de que sólo nos han inyectado miedo, el contagio no están rápido como como se creía. Pero lamentablemente todo eso, lo que en algún momento se decía, era totalmente mentira. Y lo hemos pagado con muertes.	La muerte, la muerte. Porque si tú le dijiste a una persona que probablemente confía mucho en ti hoy y ¿Sabes qué? Te puedes sanar consumiendo azitromicina a Hibermentina y esa persona es alérgica a uno de ellos dos. Se puede morir si tú le dices consume dióxido de cloro, creo que era uno. Entonces, con relación a la pandemia, la desinformación puede generar muerte con relación, porque es una enfermedad que está matando miles de personas a nivel mundial y por eso es por lo que es responsabilidad del periodismo tener cuidado con lo que dice, cómo lo dice y evitar que la gente, pues en esta situación que preocupa a todos.	Trae consecuencias muy graves, yo creo que la desinformación como tal, acarrea y trae consecuencias muy negativas para todas las personas, para todos los usuarios que usan las redes sociales, verifiquen siempre los portales y canales oficiales antes de difundir, porque es el peligro que tú lo difundas, ahí entra a tallar lo negativo.	Cuando uno divulga noticias lo más lamentable que desinformas y lo segundo es causas alarma y no estás pensando en el bien común de las personas si no en tus propios intereses.	Para los entrevistados consideran que la desinformación trae consecuencias graves, que se han pagado con la muerte de varios compatriotas, por hacer caso a las noticias falsas, la desinformación de la verdad hace que pierdan un derecho fundamental, que es derecho a vivir. Así mismo también se genera la alarma a toda la ciudadanía, siendo egoístas porque no se piensa en el bien común, así mismo hacen una exhortación a verificar todas las noticias ya que es un peligro lo que se difunde.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Los entrevistados consideran que la desinformación trae consecuencias graves, que se han pagado con la muerte de varios compatriotas, por hacer caso a las noticias falsas ejemplos como el uso de plantas medicinales o remedios caseros omitiendo a las fuentes

especializados. La desinformación de la verdad hace que pierdan un derecho fundamental, que es derecho a vivir. Así mismo también se genera la alarma a toda la ciudadanía, siendo egoístas porque no se piensa en el bien común, así mismo hacen una exhortación a verificar todas las noticias ya que es un peligro lo que se difunde.

Tabla 8: ¿Qué debe primar cuando estamos frente al cursor antes de publicar la noticia en la red social Facebook o WhatsApp?

Alonso Balarezo.	Emily Quispe.	Luis Ciudad.	Monica Caceda.	Resultado
Debería de primar la certeza. A la cual tú estás recurriendo a la fuente que tú estás recurriendo. Si esa fuente es confiable a nivel nacional. Y lo comparas con fuentes de otros lugares y ves que la información es la misma. Entonces, ya que tienes un respaldo de que tú también puedes sacar esa información, porque no sólo uno o dos o tres medios se van a equivocar al mismo tiempo.	Yo creo que primero es releer tus notas, antes de publicar siempre releo escribí bien la oración que he publicado, tiene sentido. La imagen que estoy poniendo va de acorde que voy a casar. ¿Qué va?, ¿Qué efecto va a tener? ¿Mi nota es correcta? y ¿Tiene los motivos correctos? Porque una vez publicada, ya la huella digital quedó de por vida. Entonces lo correcto es que el periodista, antes de darle click, diga por si acaso, por si acaso voy a leer de nuevo lo que acabo de escribir. Entonces, antes de dar click, creo que lo primero es releerlo, releer y darte cuenta si lo que tú estás tratando de comunicar es correcto y si no, mejor no publicarlo hasta que lo hagas bien.	En primer lugar, un periodista digital en cualquier medio tiene que saber qué es noticia. Tampoco puedes publicar cualquier cosa. No todo es noticia. Ojo, tienen que saber qué es noticia, saber qué repercusión va a causar, tienes que verlo como si fueras un usuario más. Tienes que saber y en lo que realmente va a sumar a la ciudad de la ciudadanía, claro.	Toda noticia y más en lo digital deben primar la investigación antes de publicar.	Según los entrevistados lo que debe primar es: La certeza de la información que se va a publicar, ya que tiene ser respaldada por fuentes verídicas. La publicación tiene que cumplir con las características de una noticia, lo que va a sumar a la ciudadanía. Por otro lado, también está la investigación de la información y también que siempre dar una última releída al texto, porque una vez difundida ya es una huella digital.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los entrevistados lo que debe primar es:

La certeza de la información que se va a publicar, ya que tiene ser respaldada por fuentes verídicas. La publicación tiene que cumplir con las características de una noticia, lo que va a sumar a la ciudadanía. Por otro lado, también está la investigación de la información y también que siempre dar una última releída al texto, porque una vez difundida ya es una huella digital.

Tabla 9: Un testimonio que hayas visto sobre la desinformación periodística en cuanto el Covid-19.

Alonso Balarezo.	Emily Quispe.	Luis Ciudad.	Monica Caceda.	Resultado
<p>Sí, claro. Un congresista se había enfermado. Es una experiencia bastante cercana que me pasó. A mí en algún momento me observaron que, como yo sé que este congresista estaba infectado con el Covid-19 y pues yo a la información que le saqué fue muy rápida. Fue al instante de lo que había pasado o no dije tal congresista. He diagnosticado con Covid-19. Esto fue en los primeros meses y si no más recuerdo fue en el mes de abril, aproximadamente la enfermedad recién tenía un par de meses en territorio peruano.</p>	<p>En estos tiempos lo que nos ha tocado vivir es bastante difícil ver información acerca del consumo de medicinas, de medicamentos y yo creo que es un ejemplo que podría haber. Hemos entrevistado al doctor, al doctor Fernando Carbone, médicos que se han enfermado, que decía: "Yo he estado mal, he visto familiares, cómo se han enfermado y yo he guardado cuarentena sin poder ver a mis nietos, sin poder ver a mi familia. Pero, he guardado la cuarentena de vida, he ido al hospital, he estado allí..." Cada declaración que yo he escuchado de cada médico se me ha quedado grabado. Y yo digo sí, hay que tener limpieza, hay que lavar la fruta, las verduras. Hay que</p>	<p>Sí, bueno, recordando el caso que te comentaba del seudocientífico peruano que estaba allá en China. Recuerdo que en nuestro medio también lo íbamos a sacar, no lo sacamos, pero lo vamos a publicar como nota web, TV Perú si lo entrevisto. Pero no sé, por obra y gracia del destino no lo sacamos. Sinceramente, te soy súper sincero. Tampoco nosotros nos dimos el tiempo para saber si realmente este médico era médico también y ambos tienen miedo e íbamos simplemente a rebotar esta información, lo cual iba a ser sumamente responsable. Y es ahí donde nos dimos cuenta. Oye, mira qué pasaba. Y si rebotamos esta información también nos vamos a quedar mal</p>	<p>Hay muchas noticias, pero creo que la más recordada es cuando Peru21 publicó sobre la Covid-19, que las personas no cumplían con las normas de distanciamiento y puso una foto supuestamente del metropolitano si no que era del transporte público de Colombia y ahí te puedes dar cuenta que no hubo un filtro, que no se preocupan por la veracidad, luego el medio tuvo que disculparse, tuvo que salir también la propia directora para asumir el error. Y esto es un llamado a la reflexión que debemos tener mucho cuidado porque se ponen en juego la credibilidad del medio y del periodista.</p>	<p>Todos los entrevistados tiene un testimonio diferente que han observadores de la desinformación uno de los casos fue del seudocientífico peruano que estaba en China, buscando la vacuna, pero en realidad era un actor, otra información falsa fue la portada del diario Peru21 donde publicaba la imagen del Metropolitano con afluencia sin respetar los protocolos de distanciamiento, pero en realidad era un transporte público de otro país.</p> <p>Así mismo su testimonio de uno de ellos que realizo lo correcto en publicar una información de un congresista peruano contagiado con la Covid-19, que se amparó en las fuentes para dar</p>

tener cuidado cuando hablas con una persona está bien. Si tú sabes que esa persona está bien, entonces perfecto. Ahora no recuerdo bien, pero a un entrevistador dijo distanciado sí, pero simplemente distanciado físicamente, pero el corazón, el cariño por el otro, el cuidado por el otro se refleja en el fondo en protegerlo, en cuidarlo y evitar que se enferme, evitando que se muera y evitar que su madre, esa persona muera y evitar que su hijo muera.

fe lo que publico en primicia para su medio.

En otra instancia las declaraciones de los demás concientizan a los periodistas que ellos buscan inculcar la misma enseñanza a los demás en cuidarse, cumplir con las medidas para prevenir la Covid-19.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Todos los entrevistados tiene un testimonio diferente que han observadores de la desinformación uno de los casos fue del seudocientífico peruano que estaba en China, buscando la vacuna, pero en realidad era un actor, otra información falsa fue la portada del diario Peru21 donde publicaba la imagen del Metropolitano con afluencia sin respetar los protocolos de distanciamiento, pero en realidad era un transporte público de otro país.

Así mismo su testimonio de uno de ellos que realizo lo correcto en publicar una información de un congresista peruano contagiado con la Covid-19, que se amparó en las fuentes para dar fe lo que publico en primicia para su medio.

En otra instancia las declaraciones de los demás concientizan a los periodistas que ellos buscan inculcar la misma enseñanza a los demás en cuidarse, cumplir con las medidas para prevenir la Covid-19.

4.1.2 Resultados del cuestionario abierto.

Tabla 10: Resultados de reactivo: Considera usted que, ¿En la red social Facebook hay noticias que generan la desinformación periodística sobre la Covid-19? ¿Por qué?

Reactivo	Encuestado 01	Encuestado 02	Encuestado 03	Encuestado 04	Encuestado 05	Encuestado 06	Encuestado 07	Encuestado 08	Encuestado 09	Encuestado 10	RESULTADOS
Considera usted que, ¿En la red social Facebook hay noticias que generan la desinformación periodística sobre la Covid-19? ¿Por qué?	Sí, porque muchas veces encontramos información que no es corroborada.	Sí. La gente comparte información sin verificar que esta sea confirmada, la hace viral y desinforma a una mayor cantidad de usuarios de esta red social.	Porque mucha de la información no es correctamente contrastada, razón por la cual prevalecen los títulos llamativos sobre la información verídica.	En ocasiones sí, porque brindan otra información totalmente diferente a la que nos muestra otras redes sociales e inclusive otros diarios.	Sí, porque hay varias páginas que controlan cualquier tipo de persona no especializada y puede hacerse pasar por un medio seguro y la gente lo va a creer.	Sí, en muchas páginas web y, sobre todo, en las redes sociales se ha visto una clara desinformación del patógeno. Las personas han sido influenciadas por datos falsos y teorías conspirativas.	Si porque lamentablemente existen las fake news	Sí. En las redes sociales hay muchos “medios” que se dedican a difundir fake news para crear asombro y captar la atención de los lectores.	¡Sí muchas! Las personas por la simple necesidad de hacerse notar o generar morbo, comparten información falsa, la cual no ha sido previamente corroborada	Si, por que hay mucho fake news hoy en día. Me atrevería a decir que no es exactamente información periodística dado que su contenido carece de fuentes fiables o la interpretación adecuada.	Los encuestados confirman, que si hay información que no es corroborada, y esta a su vez es compartida. En relación con la nuevo patógeno hay más cantidad de noticias provocando que las personas sean influenciadas por los datos falsos, así mismo se contempla que estas publicaciones carecen de fuentes fiables.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los encuestados manifiestan confirman, que en la red social Facebook hay información que no es corroborada, y esta al ser compartida genera la desinformación periodística. En relación con el nuevo patógeno hay más cantidad de noticias provocando que las personas sean influenciadas por los datos falsos, así mismo se contempla que estas publicaciones carecen de fuentes fiables.

Tabla 11: Resultados de reactivo: Un usuario de WhatsApp, puede ser parte de la desinformación periodística a la hora de reenviar contenidos a sus contactos, ¿Está de acuerdo con lo afirmado anteriormente?

Reactivo	Encuesta do 01	Encuesta do 02	Encuesta do 03	Encuestado 04	Encuestado 05	Encuestado 06	Encuestado 07	Encuestado 08	Encuestado 09	Encuestado 10	RESULTADOS
Un usuario de WhatsApp, puede ser parte de la desinformación periodística a la hora de reenviar contenidos a sus contactos, ¿Está de acuerdo con lo afirmado anteriormente?	Sí, porque al reenviar una noticia falsa estas desinformando.	Sí. Los videos o contenidos en WhatsApp se viralizan rápido por ser una de las redes sociales más usadas.	No, porque mucha de la información compartida en WhatsApp no es periodística, es creada para desinformar.	Claro que sí, porque el solo hecho de reenviar una desinformación, ya que esa misma persona no se pone a evaluar o leer detalladamente la información que va a compartir, no sabe si es realmente verídica o no.	Claro. Usualmente a mis familiares le envían videos o imágenes con información falsa de un supuesto doctor que afirma varias cosas que no son ciertas y eso crea desinformación a mi familia, por ejemplo.	Obvio, principalmente en las redes sociales hay una clara filtración de mensajes falsos que solo originan pánico en la sociedad.	Por supuesto al reenviar causa alarma y desesperación sin contrastar fuentes	Sí. Sobre todo, en las denominadas “cadenas” que se estuvieron difundiendo a través de el COVID 19, todo esto es debido a la falta de información de las personas al consultar fuentes no verídicas.	Claro que sí, porque está divulgando la información y esta va llegando a más personas que creen lo que están leyendo	Sí, porque terminan compartiendo dicha información falsa a sus contactos, con la idea de que hacen un bien a los demás.	Se confirma por los encuestados que un usuario de WhatsApp puede generar la desinformación al reenviar la noticia falsa, así mismo los videos y contenidos en este medio se viraliza con rapidez, estos mensajes falsos originan el pánico en la sociedad, causando la desesperación total.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se confirma por los encuestados que un usuario de WhatsApp puede generar la desinformación al reenviar la noticia falsa, así mismo los videos y contenidos en este medio se viraliza con rapidez, estos mensajes falsos originan el pánico en la sociedad, causando la desesperación total.

Tabla 12: Resultados de reactivo: ¿Cuándo el periodista tiene una noticia de último minuto, está obligado a contrastar la noticia antes de publicarla o debe omitirla por la inmediatez?

Reactivo	Encuestado 01	Encuestado 02	Encuestado 03	Encuestado 04	Encuestado 05	Encuestado 06	Encuestado 07	Encuestado 08	Encuestado 09	Encuestado 10	RESULTADOS
¿Cuándo el periodista tiene una noticia de último minuto, está obligado a contrastar la noticia antes de publicarlo o debe omitirla por la inmediatez?	Debe contrastar sin duda.	Debe contrastar la noticia antes de publicarlo.	Naturalment e, es preferible una noticia verídica y con detalles, que información falsa y desechable.	Siempre se debe contrastar la información porque no se puede desinformar a la población ya que es el único medio con el que la mayoría de las personas cuentan.	Se debe publicar de inmediato, pero solo los datos confirmados y veraces. Los que aún no está comprobado es mejor no mencionarlo porque puede crear confusión.	Debe redactar la noticia de acuerdo con datos confirmados, la especulación puede jugar en contra. Eso origina el caos. Por eso, los periodistas nos regimos a hechos reales, no supuestos.	Si	Toda noticia debe ser contrastada para su difusión y así evitar caer en los fake news.	Es indispensable que contraste la noticia	Debe contrastar.	Se concluye que el periodista debe contrastar toda noticia antes de publicar, así mismo solo debe publicarse de inmediato cuando tenemos los datos veraces y no se debe omitir por la premura de publicarlo.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los encuestados se concluye que el periodista debe contrastar toda noticia antes de publicar, así mismo solo debe publicarse de inmediato cuando tenemos los datos veraces y no se debe omitir por la premura de publicarlo.

Tabla 133: Resultados de reactivo: ¿La interactividad de los usuarios en la red social Facebook origina la desinformación periodística sobre la Covid-19? ¿Por qué?

Reactivo	Encuestado 01	Encuestado 02	Encuestado 03	Encuestado 04	Encuestado 05	Encuestado 06	Encuestado 07	Encuestado 08	Encuestado 09	Encuestado 10	RESULTADOS
¿La interactividad de los usuarios en la red social Facebook origina la desinformación periodística sobre la Covid-19? ¿Por qué?	Muchas veces. Justamente porque interactúan sobre una noticia que no es oficial.	Sí. La gente comparte sin importar fuente, ni veracidad de la noticia.	No estoy seguro de ello, sin embargo, tengo cierta certeza de que hay grupos que creen en las fake news y al sentirse acompañados sus ideas se vuelven más compartidas y otras personas las creen.	Si claro también genera desinformación porque las personas solo se informan del todo y en muchas ocasiones comentan por comentar.	Sí, porque en los comentarios varios usuarios dan su opinión acerca de lo que ellos creen o escucharon por ahí, escribiéndolo como verdad, cuando no hay una comprobación.	En ocasiones, porque una publicación que expone contenidos falsos o especulativos obtiene reacciones a gran medida, va a generar movimiento en redes, eso permitirá la propagación de la noticia (desinformativa) más rápido.	Antes de relacionar una información debe investigar para que no exista problemas	En algunas ocasiones, ya que el estar en constante comunicación con los demás involucra a compartir este tipo de noticias.	Sí, porque muchas personas sueltan datos e información a la ligera, sin haber corroborado antes	Así es. Porque muchas veces el boca a boca (en este caso el compartir post) es algo que hacen en automático.	La interactividad de los usuarios cuando hay una noticia falsa se origina la desinformación ya que la gente solo comparte sin importar la fuente, así mismo en los comentarios muchas veces se exponen contenidos especulativos generando la propagación de la noticia falsa.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los encuestados manifiestan que la interactividad de los usuarios cuando hay una noticia falsa se origina la desinformación ya que la gente solo comparte sin importar la fuente, así mismo en los comentarios muchas veces se exponen contenidos especulativos generando la propagación de la noticia falsa.

Tabla 14: Los periodistas digitales de un medio que publican una noticia falsa, ¿Deben ser destituidos de su cargo por faltar a la verdad?

Reactivo	Encuestado 01	Encuestado 02	Encuestado 03	Encuestado 04	Encuestado 05	Encuestado 06	Encuestado 07	Encuestado 08	Encuestado 09	Encuestado 10	RESULTADOS
Los periodistas digitales de un medio que publican una noticia falsa, ¿Deben ser destituidos de su cargo por faltar a la verdad?	Hay Ocasiones en que las órdenes de publicar no son solo de los periodistas sino de los jefes. Se debe tomar en cuenta eso. En el caso de que sea error propio, sí, con justa razón.	Sí. Debería haber sanciones para regular lo que se publica y así evitar desinformar a la población.	Considero que no, porque la presión de la redacción puede provocar publicar información sin verificar o con un mínimo de inspección.	Si, por ética como periodista. Lo principal y más importante al recibir una noticia por más llamativa que sea se debe de contrastar antes de lanzarlo al público.	Se le debería dar una amonestación y corregir la nota. A menos que la noticia publicada haya creado gran impacto, el periodista no debería ser expulsado.	En realidad, creo que la mayoría de los medios digitales han confundido la noticia con especulaciones o rumores. De esta manera, la desinformación debe ser sancionada, las personas deben tener acceso a información veraz.	Si no cumplen con la ética periodística	Considero que sí, ya que todo periodista debe tener bien en claro lo que significa FUENTES VERÍDICAS y sobre todo mantener CREDIBILIDAD en el medio donde trabaja.	Sí, eso sería lo correcto.	Esa podría ser una política de la empresa... Creo que la mejor sanción está en las manos del ciudadano. Se deja de comprar el periódico o ver el programa.	Se llega al consenso que los periodistas de un medio deben recibir sanciones para así evitar desinformación a la población, así mismo consideran que la mejor sanción está en manos de los ciudadanos que va a dejar de consumir los contenidos del periodista.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los encuestados se llega al consenso que los periodistas de un medio deben recibir sanciones para así evitar desinformación a la población, así mismo consideran que la mejor sanción está en manos de los ciudadanos que va a dejar de consumir los contenidos del periodista.

Tabla 15: Resultados de reactivo: El código deontológico “El respeto a la verdad”, en la actualidad, ¿Tiene vigencia en el periodismo digital?

Reactivo	Encuestado 01	Encuestado 02	Encuestado 03	Encuestado 04	Encuestado 05	Encuestado 06	Encuestado 07	Encuestado 08	Encuestado 09	Encuestado 10	RESULTADOS
El código deontológico “El respeto a la verdad”, en la actualidad, ¿Tiene vigencia en el periodismo digital?	Eso debería de respetarse desde siempre, no debe vencer ese código.	No siempre. En algunos casos se ha visto que se ha faltado a la deontología y poco se hace por informar de manera correcta.	No, el ciberperiodismo se rige por las vistas.	En la actualidad, no del todo.	Ya no tanto, con tantos medios informales y otros que ya no contrastan la información, se termina perdiendo la verdad.	No, creo que la ética en redes no existe. La mayor parte de la información no es realmente cierta. Hay medios digitales confiables, pero no son pocos. "El respeto a la verdad" en internet no se aplica en todas las páginas web. Por eso, siempre se recomienda la contratación de la información.	No lamentablemente	Se podría decir que sí, ya que en el periodismo digital no hay un control sobre las noticias publicadas.	Debería tenerlo, pero muchas veces no sucede eso.	Supongo sí. Pero fácilmente es letra muerta como la ética periodística.	Los encuestados consideran que en la actualidad el código deontológico "El respeto a la verdad" no tiene vigencia, ya que hay medios informales que no se contrasta la información, así mismo exhortan que debe siempre respetar el código.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los encuestados manifiestan que los encuestados consideran que en la actualidad el código deontológico "El respeto a la verdad" no tiene vigencia, ya que hay medios informales que no se contrasta la información, así mismo exhortan que debe siempre respetar el código.

Tabla 16: Resultados de reactivo: *¿Qué repercusiones considera usted que provocan las desinformaciones periodísticas sobre la Covid-19 en las redes sociales Facebook y WhatsApp? Explica con detalles.*

Reactivo	Encuestado 01	Encuestado 02	Encuestado 03	Encuestado 04	Encuestado 05	Encuestado 06	Encuestado 07	Encuestado 08	Encuestado 09	Encuestado 10	RESULTADOS
<p>¿Qué repercusiones considera usted que provocan las desinformaciones periodísticas sobre la Covid-19 en las redes sociales Facebook y WhatsApp? Explica con detalles.</p>	<p>Sin irnos tan lejos. Hace unos meses con las recomendaciones de usar la ivermectina. La gente empezó a tomar sin recomendación de médicos que los hayan evaluado. Se creó una desinformación y las consecuencias fueron graves. Hasta ahora qué vemos qué hay gente que ha fallecido a causa del consumo de ivermectina. La desinformación es algo grave. Trae consciencias muy peligrosas de afrontar.</p>	<p>Considero que genera alarmismo en la población. Muchas noticias son exageradas y altamente sensacionalistas. Las personas lo comentan con sus familiares que no tienen acceso a ninguna de estas redes y en muchos casos, provoca caos y desazón sin motivo real.</p>	<p>Tiene muchas repercusiones, pero las más graves sería ocasionar contagios masivos por información falsa, uso de medicamentos nocivos para la salud y descrédito a la tan noble pero golpeada vocación periodística</p>	<p>Las noticias no llegan con la veracidad correcta. Es como un teléfono malgrado.</p>	<p>En primera instancia la preocupación y descontrol por parte de las personas. Por ejemplo, si se hace viral que el limón cura el Covid-19, toda la gente irá a comprar agotar el limón porque lo vieron por internet, cuando esto no es así y están causando escases de un producto de forma innecesaria.</p>	<p>Los efectos de la mala información originan caos, pánico, desastres, inestabilidad, entre otras variantes. La sociedad reacciona de acuerdo con cómo ve el panorama. Las personas son susceptibles al accionar de grupos sociales. Por eso, la prensa tiene una responsabilidad, el deber de informar con la verdad. El público necesita de esta para desarrollar sus actividades o prevenir sus acciones.</p>	<p>Las redes sociales son un medio global. Que estas noticias falsas lleguen a un grupo o miles de personas solo causa controversia y problemas comentarios inexactos</p>	<p>- Pánico en las personas - Cuadros de ansiedad: - Falta de credibilidad sobre la Covid-19</p>	<p>Para empezar desinformación, además genera controversia, confusión y muchas veces puede ocasionar caos a grandes escalas.</p>	<p>Ignorancia en la población, ideas conspirativas en su máxima expresión y el empoderamiento de estas.</p>	<p>Según los encuestados las repercusiones que provoca la desinformación son los problemas, que en temas interpersonales son pánico, cuadros de ansiedad, en efectos sociales va a generar ideas conspirativas, una inestabilidad de una sociedad y el caso extremo la muerte.</p>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los encuestados manifiesta que las repercusiones que provoca la desinformación son los problemas, que en temas interpersonales son pánico, cuadros de ansiedad, en efectos sociales va a generar ideas conspirativas, una inestabilidad de una sociedad y el caso extremo la muerte.

Tabla 17: Resultados de reactivo: ¿Qué debe primar cuando estamos frente al cursor antes de publicar la noticia en la red social Facebook o WhatsApp?

Reactivo	Encuestado 01	Encuestado 02	Encuestado 03	Encuestado 04	Encuestado 05	Encuestado 06	Encuestado 07	Encuestado 08	Encuestado 09	Encuestado 10	RESULTADOS
¿Qué debe primar cuando estamos frente al cursor antes de publicar la noticia en la red social Facebook o WhatsApp?	Verificar si es posible más de dos veces si la noticia es verdadera o falsa.	Mirar la fuente que emite la información antes de compartirla.	La verdad.	Que la noticia que vas a publicar sea veraz y que haya sido contrastado. Ante todo, la ética como periodista.	Debe primar que lo que se está publicando es 100% verídico y no un supuesto.	El periodista sabe que escribe y que posibles causas pueda tener en el público. Lo que debe primar es su ética profesional, y la relación con la objetividad.	Primar las fuentes antes de publicar	La responsabilidad sobre la noticia que se va a brindar al lector.	La veracidad de lo que estamos escribiendo	Investigar un poquito y si no estamos seguros mejor no compartirlo.	Los encuestado contemplan que debe primar la verificación, la verdad, las fuentes, la responsabilidad, la investigación preliminar que se debe hacer antes de publica una noticia en una red social.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según los encuestado contemplan que debe primar la verificación, la verdad, las fuentes, la responsabilidad, la investigación preliminar que se debe hacer antes de publica una noticia en una red social.

Tabla 18: Resultados de reactivo: Cuéntanos un testimonio que hayas visto de fake news (Noticias falsas) en redes sociales sobre la Covid-19. Explícanos con detalles.

Reactivo	Encuestado 01	Encuestado 02	Encuestado 03	Encuestado 04	Encuestado 05	Encuestado 06	Encuestado 07	Encuestado 08	Encuestado 09	Encuestado 10	RESULTADOS
Cuéntanos un testimonio que hayas visto de fake news (Noticias falsas) en redes sociales sobre la Covid-19. Explícanos con detalles.	En la anterior pregunta conté una y otro caso es sobre los pacientes con coronavirus, los fallecidos. etc.	Se anunció la muerte de un conocido cantante provocando comentarios tristes lamentando la muerte de este. Sin embargo, poco después se supo que esa fue una noticia falsa.	No he sido testigo de noticias falsas, sin embargo, he visto que a mis padres suelen compartirles información sobre la ivermectina y cuestiones así, publicadas constantemente en Willax.	No netamente es una noticia falsa, pero si confusa, por ejemplo, lo que pasó últimamente con las restricciones para fiestas navideñas. No estuvo del todo claro porque el Estado mencionaba unas cosas y las redes sociales otras. La gente estaba totalmente desinformada, no había coherencia, eso realmente generó desconfianza y descontrol del público.	No me pasó en Facebook, pero si en hatsApp con mi mamá, ya que pasé mis tías y sus amigas se mandaban videos sobre un supuesto doctor que aseguraba que la vacuna iba a matar a varias personas de edad porque esta no estaba 100% comprobado. Averigüé por internet sobre este supuesto doctor y resulta que el sujeto no era ni doctor ni nada y que el vídeo que se estaba difundiendo era falso.	Un vecino me comentó acerca de las vacunas, que eran una forma de controlar a las personas por medio de nano chips. Me sorprendió la manera en la que él afirmaba tal hecho. Como si esta fuera la absoluta verdad, otra de las cosas que agregó, fue sobre los planes de los hombres más poderosos para retomar el control de las masas. Fue sorprendente la cantidad de información que él	No recuerdo a detalle la verdad, uhmm que el Covid-19 se expandió a causa de los asiáticos cuando salió que este era creado con el propósito de acabar poco a poco con la raza inservible para los poderosos, otra la cantidad de muertos por Covid-19 no había noticias reales de cuantos contagios y muertes había, ahora existen personas enfermas, muertos e infectados e informan	La “Cadena” de WhatsApp que fue compartida a varios internautas donde decía que a las 11pm se debía cerrar las puertas y ventanas del hogar debido a que helicópteros de la fuerza aérea iban a pulverizar desinfectante como parte del protocolo de bioseguridad para la Covid-19.	He verificado que en un blog decían que todas las camas UCI estaban completas. Sin embargo, no era cierto.	Sobre las supuestas vacunas que nos volverán robots. Sobre un investigador genetista falso y fue la noticia en varios medios. Sobre falsas políticas del gobierno en relación con el estado de emergencia. Hasta enviaban audios de supuestas autoridades en relación con el toque de queda.	Se concluye por la mayoría de los encuestados que han sido testigos de la desinformación en los siguientes casos: Las cifras de los pacientes fallecidos con coronavirus, por otro lado la publicación del fallecimiento de un cantante por la Covid-19, también han sido testigo en sus miembros de su entorno familiar que recibían por el WhatsApp videos que aseguran que la vacuna va a matar, otra

Ese detalle mis tías y las amigas de mi madre, no hacen. Ella cree que porque dice que es doctor y viste una bata blanca, es verdad todo lo que dice, cuando en realidad solo está creando desinformación.	exponía con tanta firmeza.	mentiras cuando la realidad es otra.	información que a las los helicópteros van pulverizar como parte del protocolo, todas información falsa.
--	----------------------------	--------------------------------------	--

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se concluye por la mayoría de los encuestados que han sido testigos de la desinformación en los siguientes casos:

Las cifras de los pacientes fallecidos con coronavirus, por otro lado la publicación del fallecimiento de un cantante por la Covid-19, también han sido testigo en sus miembros de su entorno familiar que recibían por el WhatsApp videos que aseguran que la vacuna va a matar, otra información que a las los helicópteros van pulverizar como parte del protocolo, todas información falsa.

Análisis de Contenidos

Tabla 19: Tabla de Análisis de contenidos.

N ^o	Titular de Publicación	Fecha	Medio	Género periodístico	Mensaje de la información	Actores	Estadística de la Publicación	Red Social	Afirmación Verdad	Recurso periodístico empleado
1	Oler o saborear vinagre es una prueba efectiva para detectar la Covid-19.	01.06 2020	Perú Profundo Noticias	Nota informativa	"Hay una prueba casera muy sencilla, muy barata. Se llama la prueba del ácido acético o prueba del vinagre. Consiste en mojar un algodón con vinagre y hacer oler a la persona. Las personas, cuando inician con la sintomatología de la COVID-19, pueden aspirar profundamente el ácido acético del vinagre y no lo sienten. Cuando a una persona normal le echan vinagre en la lengua, inmediatamente va a sentir el ácido y lo va escupir. Sin embargo, los pacientes con COVID-19 en sus primeras etapas se echan vinagre a la lengua y no la sienten. Estos síntomas primarios son definitivamente señales de positividad para la enfermedad. Por lo tanto, las mismas familias, ustedes mismos pueden hacerse esta prueba y diagnosticarse si tiene COVID".			Facebook	El infectó logo Leonel Martínez quien descartó que a la fecha exista algún estudio que sustente una relación directa entre el ácido acetico, principal compuesto del vinagre, y los síntomas del nuevo coronavirus.	Imagen
2	Beber agua de mar evite el desarrollo del Covid-19.	18.05 2020		Nota informativa	"Este germen [Covid-19] tienen que ser de una manera bloqueado y esto lo logra la alcalinidad, específicamente el agua de mar. [...] un agua que tiene sales, 119 minerales. [...] En ese medio completo, saturado de minerales, que no es toxico, ni siquiera para el hipertenso. [...] esas sales son las que nosotros biológicamente, tienen una absorción favorable, de tal manera que el sistema inmunológico puede anular al	Doctor Vicente Zambrano		WhatsApp	Carlos Medina, médico del Hospital Cayetano Heredia y docente de la Universidad Peruana Cayetano Heredia, indicó que el agua de mar tiene efectos muy nocivos para la salud, incluso al primer contacto bucal.	Video

					germen. Porque el germen no se puede desarrollar en un medio alcalino”					
3	Video de un Policía Nacional que ofrece un néctar para curar el Covid19.	24.05 2020	Perfil de Facebook Wily Alf	Entrevista	“Mi mensaje es para que puedan hacer este medicamento casero de nuestros ancestrales [sic] que están curando esta enfermedad que aqueja a todos los peruanos y al mundo entero. Es sencillo: limón, ajos, cebolla, kion, unas cuantas hojas de eucalipto, miel de abeja y pisco. El resultado va a salir este néctar. Este néctar, con dos vasitos [suficiente], el cuerpo ya está curado”.	Miembro de la Policía Nacional del Perú, no identificado	47 comentarios 156 veces compartidos 24 Me gustan	Facebook	Zavaleta comentó que el uso crónico del eucalipto podría tener efectos secundarios si se mezclan con otros medicamentos. En el caso del ajo, su consumo en demasía puede traer problemas retinianos, al igual que el alcohol cuyo uso excesivo ocasiona daños hepáticos.	Video
4	La hoja de coca evite el desarrollo del Covid-19 en la tráquea.	15.06 2020		Nota informativa	“Al mascar [hoja de coca] [...] uno mantiene la boca y la garganta húmedas, hecho que no permitiría [...] que el virus penetre a la tráquea”.	Ranulfo Cavero,		WhatsApp	Zavaleta, quien es también docente de la Universidad Peruana Cayetano Heredia, resaltó que ningún componente de la hoja de coca es capaz de matar o impedir el desarrollo del virus del Covid-19, pues no tiene propiedades antivirales.	Video
5	El Covid-19 contenga el Virus de Inmunodeficiencia Humana (VIH)	21.06 . 2020		Nota informativa	Alexander Backman asegura que el virus SARS-CoV-2 ha sido creado en un laboratorio y como sustento de ello, afirma lo siguiente: “La Covid contiene 4 picos [proteicos con] material genético del Virus de Inmunodeficiencia Humana (VIH). No te va a dar SIDA, pero contiene SIDA”.	Alexander Backman		WhatsApp	Según Ugarte, otro elemento a destacar es la patogenia de cada virus, pues mientras el SARS-CoV-2 tiene un periodo de incubación de cinco a seis días, el VIH puede permanecer sin síntomas por hasta 10 años.	Video
6	“Esta medicina, [la ivermectina], no tiene efectos colaterales, no te va a dañar”.	12.06 .2020	Perfil de Facebook	Nota informativa	“De repente va a resultar algo poco creíble, compañeros, pero ¿sabe dónde fui a buscar este medicamento? A la veterinaria; porque este medicamento, compañeros, está salvando mucha gente [...]. Y lo que a mí me extraña, y me da pena, es por qué este gobierno no hace una política de salud y les dice a todos que usemos la ivermectina.	Victor Raul Moncada Nicho		Facebook	El 20 de noviembre del 2020, el Ministerio de Salud (Minsa) actualizó el protocolo de manejo ambulatorio de personas afectadas por la Covid-19. Para el tratamiento de pacientes sintomáticos, el Minsa recomendó dejar a criterio médico el uso de ivermectina	Video

									para los pacientes con factores de riesgo.	
7	“Hoy le cuento al mundo que la Covid-19 no existe en un sótano”.	12.07 .202	Fan Page Robinson Del Aguila	Nota informativa	“Hoy le cuento al mundo que Covid-19 no existe en un sótano, comprobado por mi persona, ahora exhorto a las personas que tienen Covid-19, se metan a un sótano y se van a recuperar. No necesitas el hospital. Ahí te curas [de Covid-19], yo he estado grave”.	Robinson del Aguila	1 millón de vistas	Facebook	Cabe precisar que, intentar resguardarse en un sótano no debe confundirse con el aislamiento domiciliario. El protocolo de atención de pacientes afectados con Covid-19 del Ministerio de Salud recomienda que los casos leves deben aislarse en casa durante 14 días.	Video
8	Dr. Armando Massé confirmó que médicos jóvenes no se infecten ni desarrollen Covid-19	16.07 .2020	Radio Exitosa	Entrevista	“Que saquen a todos los médicos jóvenes, que son inmunes, que no les va a pasar nada, porque son jovencitos”. los médicos recién graduados que bordeen los 30 años deben movilizarse para atender porque “no se van a morir [y] no se van a infectar [con el SARS-CoV-2]”.	El conductor de radio y médico Armando Massé	1,500 comentarios 934 veces compartidos 2300 Me gusta.	Facebook	No es que los jóvenes puedan exponerse porque no les va a pasar nada. Eso es totalmente falso”, dijo el doctor Matos, del Hospital Loayza.	Video
9	"¡Millones de niños en el mundo padecen de Covid-19, ninguno de ellos es cubano!"	11.07 .2020	Fan Page Vladimir Cerrón	Nota informativa	Cuando el sistema político atenta contra las nuevas generaciones. De los 13 millones de infectados por COVID-19 en el mundo, cerca de 3 millones son niños, solo en EE. UU., más de 597 mil son niños; en Perú, 2 972 (al 20 de mayo 2020, al día de hoy debe haber triplicado); y en Cuba (0 casos, según OMS). La cifra en Junín, 200 casos, desmiente la estadística oficial del Estado. Hoy el Estado cubano podrá decirlo con moral y voz alta nuevamente: "¡Millones de niños en el mundo padecen de COVID-19, ninguno de ellos es cubano!”.	Exgobernador regional de Junín Vladimir Cerrón	88 comentarios 64 veces compartidos 206 Me gusta.	Facebook		Imagen

10	Tratamientos oxidativos con ozono y peróxido de hidrógeno curen la Covid-19	31.07.2020		Entrevista	“Hay tratamiento para la Covid-19, ya lo creo que lo hay, pero no es el Remdesivir. Entonces, ¿qué tratamientos hay? Pues los tratamientos preventivos extraordinarios son los tratamientos oxidativos que destruyen cualquier virus. Y estos son el ozono, el dióxido de cloro y el peróxido de hidrógeno. Comprobado”.	Un grupo de médicos españoles durante una presunta conferencia de prensa sobre lo que se presenta como “La verdad del coronavirus”		WhatsApp	Para Oscar Gayoso, neumólogo de la Universidad Peruana Cayetano Heredia, el peróxido de hidrógeno es tan buen desinfectante que es usado para esterilizar equipo médico, y su efecto sobre los virus es innegable.	Video
11	“¿Quiénes deben emplear las mascarillas? Solo la gente que está enferma”.	30.07.2020	Onda Popular Perú	Entrevista	El exfuncionario indicó que el uso de mascarillas es parte de una “campana que justamente busca liquidarnos. Eliminar a buena parte de la humanidad, a buena parte de nuestros pueblos”. Según esa postura, “mantener a la gente con tapabocas es, precisamente, mantenerlos como esclavos, nos quieren tener sumisos, sometidos, manipulados, nos quieren tener como zombis”.	Hernán Fuentes, Exgobernador Regional de Puno.	43 mil reproducciones 539 comentarios 424 me gustas	Facebook	Si bien, el documento actualizado de la OMS indica que aún no se cuenta con pruebas directas sobre la eficacia del uso generalizado de mascarillas en personas sanas para prevenir la Covid-19, se mantiene “pendiente de todas las pruebas de investigación” en desarrollo que aparezcan.	transmisión en VIVO
12	Versión que indica que vacunas contienen ADN fetal y metales tóxicos es falsa	26.08.2020		Infografía	El afiche analizado en esta verificación aparece acompañado de una serie de links y supuestas fuentes que, además, sustentan la presencia de otros componentes como sales de aluminio, plomo, tungsteno, cloro, níquel, cromo, titanio, mercurio y formaldehído.			WhatsApp	El médico José Luis Aguilar también descartó enfáticamente que las vacunas de algún tipo contengan ADN fetal. El doctor Alfonso Zavaleta descartó que las vacunas pueden contener productos no degradables, pues esto va en contra de las reglas de producción farmacéutica internacional.	Imagen

13	“Hay efecto retroviral [para la COVID-19] en los aceites esenciales, tanto del ciprés como del eucalipto”	10.10.2020		Nota informativa	Alonso, se define como una “empresa líder en el tratamiento de las enfermedades desde la visión integrativa del ser humano, y suele dar ponencias sobre medicina naturista en programas y eventos religiosos de la Sociedad Misionera Internacional de los Adventistas Séptimo Día, y de la organización ‘La Biblia tiene razón’.	Alonso Vega Acuña, conocido en Costa Rica por ofrecer tratamientos alternativos con su compañía “Betesda Natural”		Whats App	Existen otros estudios que afirman que los aceites de eucalipto pueden romper las membranas que cubren los virus que causan las paperas y los del herpes simple. Sin embargo, como hemos señalado, la evidencia que existe respecto a la COVID-19 es variable, y no ha sido probada en personas.	Video
14	Las vacunas causan enfermedades cerebrales a corto y largo plazo es falso	03.12.2020		Nota informativa	“Este prominente científico, explica el peligro de las vacunas. [Todas dice él], según su base en común de mercurio y aluminio que tienen, [los] mismos que se alojan en el cerebro humano, y causa[n] un sinfín de enfermedades cerebrales a corto y largo plazo, incluido hasta el alzheimer, después de más de 50 años de aplicada la vacuna. Escuchen al experto”.	Lawrence Palevsky, un médico estadounidense conocido por integrar movimientos antivacunas en ese país.		Whats App	“Las vacunas pueden tener, como cualquier medicamento, reacciones adversas. Pueden ser dadas en un órgano como la piel o los riñones. Son reacciones que se evalúan y son muy raras. Pero el riesgo de sufrir una enfermedad y morir es mucho más alto en los no vacunados que en los vacunados”, apuntó el doctor Zavaleta.	Mensaje Instantáneo
15	Cuadro comparativo entre la Ivermectina y la Vacuna contra el #Covid19	14.12.2020	Chinca Informa	Nota informativa	La imagen que muestra una “comparación” entre las vacunas y la ivermectina. Este material fue compartido por Rafael Rey, conductor de un programa televisivo de Willax. Que luego este medio lo difundió.		11 comentarios 67 veces compartidos 124 Me gusta.	Facebook	En principio, el cuadro comparó dos productos médicos diferentes. “No se puede comparar ninguna de esas cosas. Hablamos de fármacos y vacunas que son distintos en varios aspectos”, aseveró el infectólogo Leslie Soto	Cuadro estadístico en Grafico

16	#OMPEI No acepta vacunación en el Perú y exige responsabilidad a las autoridades. Pide a la ciudadanía exigir información completa, exacta y correcta al MINSA antes de aceptar una vacuna experimental masiva impositiva	07.12 .2020	FANPA GE OMPEI	Confere ncia de prensa.	“Inyectar genes [a través de la vacuna contra la Covid-19] es un experimento para infectar células humanas”	Rosa María Apaza, candidata al Congreso Del Partido Democracia Directa.	2,2 mil. reprod uccion es 9 mil comen tarios Me gusta: 15784 person as	Fac ebo ok	VACUNAS ARN. No es verdad que una sustancia tan frágil como el ARN pueda ingresar al núcleo de las células y alterar genéticamente a las personas.	Trasmisi ón en VIVO
----	---	-------------	----------------	-------------------------	---	---	--	------------	--	---------------------

4.1.3 Resultados del análisis de contenidos

Tabla 20: Resultados de reactivo: Considera usted que, ¿En la red social Facebook hay noticias que generan la desinformación periodística sobre la Covid-19? ¿Por qué?

Reactivo	NOTICIA 01	NOTICIA 02	NOTICIA 03	NOTICIA 04	NOTICIA 05	NOTICIA 06	NOTICIA 07	NOTICIA 08	NOTICIA 09	RESULTADOS		
Considera usted que, ¿En la red social Facebook hay noticias que generan la desinformación periodística sobre la Covid-19? ¿Por qué?	Oler o saborear vinagre es una prueba efectiva para detectar la Covid-19	Mensaje de presunto miembro de la Policía Nacional que ofrece un néctar para curar el Covid-19 es falso	“Esta medicina, la ivermectina, no tiene efectos colaterales, no te va a dañar”	“Hoy le cuento al mundo que la Covid-19 no existe en un sótano”.	Robinson Victor Raul Del Águila	Dr. Armando Massé confirmó que médicos jóvenes no se infecten ni desarrollen Covid-19	“¡Millones de niños en el mundo padecen de Covid-19, ninguno de ellos es cubano!”	“¿Quiénes deben emplear las mascarillas? Solo la gente que está enferma”.	Exgobernador regional de Junín Vladimir Cerrón	Cuadro comparativo entre la Ivermectina y la Vacuna contra el Covid-19 Preparado por el Dr. Manolo Fernandez.	OMPEI No acepta vacunación en el Perú y exige responsabilidad a las autoridades. Pide a la ciudadanía exigir información completa, exacta y correcta al MINSAs antes de aceptar una vacuna experimental masiva impositiva	Todas las noticias que se contemplan en este cuadro dan fe que se genera la desinformación periodística en relación con la Covid-19, que carecen de veracidad que son difundidos en las redes sociales.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según el análisis de contenidos de las estas noticias, todas dan fe que se genera la desinformación periodística con relación a la Covid-19, ya que carecen de veracidad que son difundidos en las redes sociales.

Tabla 21: Resultados de reactivo: Un usuario de WhatsApp, puede ser parte de la desinformación periodística a la hora de reenviar contenidos a sus contactos, ¿Está de acuerdo con lo afirmado anteriormente?

Reactivo	NOTICIA 01	NOTICIA 02	NOTICIA 03	NOTICIA 04	NOTICIA 05	NOTICIA 06	NOTICIA 07	RESULTADOS
Un usuario de WhatsApp, puede ser parte de la desinformación periodística a la hora de reenviar contenidos a sus contactos, ¿Está de acuerdo con lo afirmado anteriormente?	Beber agua de mar evite el desarrollo del Covid-19	la hoja de coca evite el desarrollo del Covid-19 en la tráquea	Covid-19 contenga el Virus Inmunodeficiencia Humana (VIH)	tratamientos oxidativos con ozono y peróxido de hidrógeno curen la Covid-19	Versión que indica que vacunas contienen ADN fetal y metales tóxicos es falsa	“Hay efecto retroviral [para la COVID-19] en los aceites esenciales, tanto del ciprés como del eucalipto”	Las vacunas causan enfermedades cerebrales a corto y largo plazo es falso	Todo el mensaje instantáneo que se contemplan en este cuadro se comprueba que los usuarios de WhatsApp originan la desinformación periodística al compartir esta información con sus contactos.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según el análisis de contenidos todo el mensaje instantáneo que se contemplan en este cuadro se comprueba que los usuarios de WhatsApp originan la desinformación periodística al compartir esta información con sus contactos.

4.1.4 Triangulación de Datos

Tabla 22: Tabla de triangulación

REACTIVO	ENTREVISTA	ENCUESTA	ANÁLISIS DE CONTENIDOS	CONCLUSIÓN
Considera usted que, ¿En la red social Facebook hay noticias que generan la desinformación periodística sobre la Covid-19? ¿Por qué?	Según los entrevistados coinciden que hay bastante desinformación periodística en la red social Facebook, en relación con la Covid-19, debido que existen páginas de dudosa procedencia, que tienen sus propios intereses solo con el fin de generar caos en la ciudadanía. Así mismo va a depender de los mismos usuarios comprobar la veracidad, ya que este fenómeno sucede porque las facilidades que tiene el internet y las plataformas para su difusión.	Según los encuestados manifiestan confirman, que en la red social Facebook hay información que no es corroborada, y esta al ser compartida genera la desinformación periodística. En relación con el nuevo patógeno hay más cantidad de noticias provocando que las personas sean influenciadas por los datos falsos, así mismo se contempla que estas publicaciones carecen de fuentes fiables.	CASO VIDEO EN FACEBOOK: Mensaje de presunto miembro de la Policía Nacional que ofrece un néctar para curar el Covid-19, publicado en Facebook, se observa como genero la desinformación porque era falso todo lo que menciono el efectivo policial	Se confirma que las publicaciones de la red social Facebook genera la desinformación periodística al difundirse noticias falsas.

El usuario de WhatsApp, puede ser parte de la desinformación a la hora de reenviar a sus contactos. ¿Está de acuerdo con lo afirmado anteriormente?	Según los entrevistados confirman que los propios usuarios de WhatsApp pueden generar la desinformación porque es el primer dispositivo a la mano que les facilita tener el acceso a la información. Debemos tener cuidado es mejor compararlo con la información oficial. Algunas veces esto sucede porque las personas tienen la intención de compartir con sus seres más cercanos, pero no saben que esta errada. Esta red que inicial era para interactuar ahora también sea un medio de la desinformación.	Se confirma por los encuestados que un usuario de WhatsApp puede generar la desinformación al reenviar la noticia falsa, así mismo los videos y contenidos en este medio se viraliza con rapidez, estos mensajes falsos originan el pánico en la sociedad, causando la desesperación total.	CASO VIDEO EN WHATSAPP: "La hoja de coca evite el desarrollo del Covid-19 en la tráquea"	Se confirma que los mensajes reenviados de la red social WhatsApp con noticias falsas generan desinformación periodística porque carece de veracidad.
¿Cuándo el periodista tiene una noticia de último minuto, está obligado a contrastar la noticia antes de publicarla o debe omitirla por la inmediatez?	Según los entrevistados manifiestan en mayoría que toda información se debe corroborar caso contrario no debe ser publicada en ninguna red social o medio tradicional, así mismo el periodista tiene una gran responsabilidad con la ciudadanía en general y la información que tiene a su alcance debe basarse en fuentes, por ello es importante la verificación ya que es una ley para todo periodista o comunicador.	Se concluye que el periodista debe contrastar toda noticia antes de publicar, así mismo solo debe publicarse de inmediato cuando tenemos los datos veraces y no se debe omitir por la premura de publicarlo.	CASO FACEBOOK: Dr. Armando Massé confirmó que médicos jóvenes no se infecten ni desarrollen Covid-19.	El periodista debe siempre contrastar la información que va a ser publicada en las redes sociales, ya que es parte de su deber profesional de lo contrario genera desinformación periodística.
El código deontológico "El respeto a la verdad", en la actualidad, ¿Tiene vigencia en el periodismo digital?	Los ponentes argumentan lo siguiente: Que la verdad es un requisito fundamental para el periodista y no importa el tiempo debe ser estar vigente. Por otro lado, se afirma que en la actualidad el código deontológico no se está cumpliendo a toda cabalidad en el periodismo digital porque existe información incorrecta.	Los encuestados consideran que en la actualidad el código deontológico "El respeto a la verdad" no tiene vigencia, ya que hay medios informales que no se contrasta la información, así mismo exhortan que debe siempre respetar el código.	CASO FACEBOOK: "¡Millones de niños en el mundo padecen de Covid-19, ninguno de ellos es cubano!"	El periodista debe prevalecer la verdad, que parte de su ética de lo contrario es una falta del código deontológico periodístico.

CAPITULO V

DISCUSIÓN

Conforme al objetivo general de la presente investigación se describe las redes sociales y la desinformación periodística, según los entrevistados coinciden que hay desinformación periodística en la red social Facebook, con relación a la Covid-19, debido a publicaciones de hechos noticioso-falsos, algunos usuarios tienen sus propios intereses solo con el fin de generar caos en la ciudadanía o sacar provecho con la falsa noticia. Por otro lado se confirman que los usuarios de WhatsApp pueden generar la desinformación periodística al compartir información de noticias falsas, por ello es mejor contrastar la información con una fuente oficial, en un principio ambas redes sociales tienen el fin primario de la interacción sin embargo también se difunde noticias falsas, convirtiéndose como es un medio de desinformación, ya que este fenómeno sucede porque las facilidades que tiene el internet y las plataformas para su difusión

Así mismo, de acuerdo con la técnica del cuestionario de tipo abierta, los encuestados manifiestan que en la red social Facebook y WhatsApp hay información que no es corroborada con relación al nuevo patógeno, hoy hay más cantidad de noticias provocando que las personas sean influenciadas por los datos falsos, así mismo estas publicaciones carecen de fuentes fiables. Por otro lado, de acuerdo con la técnica de análisis de contenidos se encontró evidencia contundente de dieciséis casos que confirman. De acuerdo con Gómez (2013:28) “cada persona con acceso a las actuales redes de telecomunicaciones tiene la posibilidad de transformarse en sí misma en un medio generador de contenidos dirigidos a las masas.” Por lo que llega a la conclusión que las noticias falsas difundidas por las redes sociales Facebook y WhatsApp genera desinformación periodística durante la pandemia Covid-19.

Por otro lado, conforme al primer objetivo específico, se concluye según los entrevistados confirman a través de testimonios que la inmediatez periodística produce la desinformación periodística cuando el periodista no valida correctamente las fuentes o el hecho noticioso, así mismo manifiestan que toda información se debe corroborar caso contrario no debe ser publicada en ninguna red social o medio tradicional, así mismo el periodista tiene una gran responsabilidad con la ciudadanía en general y la información que tiene a su alcance debe basarse en fuentes, por ello es importante la verificación ya que es una ley para todo periodista o comunicador y no debe ser omitido por la inmediatez. Para Benesch y Schmandt sostienen que la desinformación puede ser descrita como “información falsa” (1982: 11). Conforme a

ello, se infiere que, la inmediatez periodística produce la desinformación cuando el periodista no hace una corroboración de la información que se publica.

Así mismo, conforme al segundo objetivo específico, las respuestas emitidas por las periodistas detallan que la interactividad de los usuarios distorsiona la información con respecto a la enfermedad compartiendo noticias falsas entre sus contactos, y esto sucede porque la comunidad tiene diferentes usuarios con perfiles variados. Según López y López, C. (2009, p. 15) “Las redes son una estructura sistémica y dinámica que involucra a un conjunto de personas u objetos, organizados para un determinado objetivo, que se enlazan mediante una serie de reglas y procedimientos.” Se demuestra que, la interactividad entre los usuarios, sin embargo, cuando se comparte una información falsa, se origina una desinformación periodística.

Finalmente, conforme al tercer objetivo específico, los periodistas argumentan lo siguiente: “La verdad” es un requisito fundamental para el periodista y no importa el tiempo, siempre debe ser estar vigente. Por otro lado, se afirma que en la actualidad el código deontológico no se está cumpliendo a toda cabalidad en el periodismo digital porque existe información incorrecta. Según los encuestados consideran que en la actualidad el código deontológico "El respeto a la verdad" no tiene vigencia, ya que hay medios que no se contrasta la información, así mismo exhortan que debe siempre respetar el código. Según Blázquez (2000:151) manifiesta que “El primer compromiso ético del periodista es el respeto a la verdad”, se concluye que hay falta de ética periodística produce la desinformación periodística durante la pandemia Covid-19.

CAPITULO VI

CONCLUSIONES

Primera

Conforme al objetivo general de la investigación se explica que ambas redes sociales Facebook y WhatsApp, tienen el fin primario de interacción sin embargo ahora también es un medio de la desinformación periodística porque se difunde noticias falsas a través de publicaciones relacionada a la cura del virus del Covid-19 y todo lo relacionado con ello. Por otro lado, se confirma que los usuarios de WhatsApp son parte de la desinformación al reenviar noticias falsas a sus contactos o grupos. Así mismo de acuerdo con la técnica de análisis de contenidos se encontró evidencia contundente de dieciséis casos que confirman, que los usuarios de las redes sociales publican o comparten informaciones falsas de hechos noticioso que produce la desinformación periodística durante la pandemia Covid-19.

Segunda

En referencia al primer objetivo específico, se concluye a través de los testimonios de los entrevistados que la inmediatez produce la desinformación periodística cuando el periodista no contrastar todas las fuentes y terminan publicando el hecho noticioso de forma incompleta o con ambigüedad con tal que otro medio no difunda la noticia primero. El producto final será una noticia falsa por no corroborar toda la información.

Tercera

Así mismo, conforme al segundo objetivo específico, se concluye que la interactividad de los usuarios hace un mal uso de las redes sociales Facebook y WhatsApp, porque crean publicaciones con información distorsionada relacionada a las curdas de virus del Covid19 fomentando aún más la desinformación periodística.

Cuarta

Conforme al tercer objetivo específico, se concluye que hay falta de ética del periodista generando la desinformación periodística, al no respetar el código deontológico "El respeto a la verdad" porque existe información incorrecta en relación con el Covid19 difundida en medios digitales.

RECOMENDACIONES

Primera:

Se recomienda a los periodistas combatir la desinformación cuando difunden noticias falsas en las redes sociales Facebook y WhatsApp educando a los usuarios a como identificarlos y como acceder a fuentes de información confiables.

Segunda:

Se recomienda que los periodistas de los medios digitales deben hacer una corroboración de la información antes de publicar una noticia y no dejarse influir por la inmediatez de difundir la noticia lo más rápido posible.

Tercera:

Se recomienda a los directivos del Consejo de la Prensa Peruana crear plataformas virtuales donde se realice la verificación de las noticias falsas en redes sociales, con el propósito que la propia interactividad del usuario pueda alertar de los fake news.

Cuarta:

Se recomienda a los periodistas respetar el código deontológico "El respeto a la verdad" informando sobre los acontecimientos, sin adulterar u omitir información importante de los hechos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). *Social media and fake news in the 2016 election*. Journal of Economic Perspectives, 31(2), 211-236.
- Barnes J. A. (1954) «*Class and Committees in a Norwegian Island Parish*», Human Relations, vol. 7, pp. 39-58
- Bivins, T. H. (2013). *Journalism ethics at the crossroads: Democracy and the news*. Routledge.
- Burgess, J., & Green, J. (2009). *YouTube: Online video and participatory culture*. Polity Press.
- Burgess, J., & Bruns, A. (2015). *Twitter hashtags from ad hoc to calculated publics*. In *Hashtag Publics* (pp. 13-28). Peter Lang.
- Blázquez, N. (2000). *El desafío ético de la información*. España: San Esteban.
- Castells, M. (2011). *La sociedad red: una visión global*. Madrid: Alianza editorial
- Crovi, D.; López, M. y López, R. (2009). *Redes Sociales Análisis y aplicaciones*. México: Plaza y Valdés.
- Fernandez, B. (2010). *Las redes sociales: Lo que hacen sus hijos en Internet*. Alicante: Editorial Club Universitario.
- Hernández, R., Fernandez, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación (6ta ed.)* México, D.F.; Editorial McGraw Hill interamericana.
- Herring, S. C. (2002). *Computer-mediated discourse analysis: An approach to researching online behavior*. Springer.
- Influencer marketing: *Perspectives, approaches, and research directions*. European Journal of Marketing, 51(3), 384-391.
- Jacobson, I., Booch, G., & Rumbaugh, J. (1999). *The unified software development process*. Addison-Wesley.
- Jareño, J. (2009). *Ética y periodismo*. España: Desclée De Brouwer.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Kirkpatrick, D. (2010). *The Facebook effect: The inside story of the company that is connecting the world*. Simon and Schuster.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *Los elementos del periodismo: Qué noticias son noticias, cómo se produce y cómo se difunden*. Random House.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The elements of journalism: What newspeople should know, and the public should expect*. Three Rivers Press.

- La unidad de verificación de datos de La República (04.02.2021). *No hay pruebas de que el eucalipto y el ciprés “destruyan” el coronavirus*.
<https://larepublica.pe/verificador/2021/02/05/no-hay-pruebas-de-que-el-eucalipto-y-el-cipres-destruyan-el-coronavirus>
- Lupton, D. (2014). *Self-tracking cultures: Towards a sociology of personal informatics*. In *Proceedings of the 26th Australian Computer-Human Interaction Conference on Designing Futures: The Future of Design* (pp. 434-443).
- Maidana, S. (2005). *La dimensión ética del trabajo*. Argentina: ENFERM.
- Marquin, I. C. (2010). *La especialización en el periodismo, formarse para informar*. España: By Pedro.
- Mayoral, J.; Parratt, S.; Morata, M. (2017). *Desinformación, manipulación y credibilidad periodísticas: una perspectiva histórica, en Historia y comunicación social 24 (2), 395-409*.
- NapoleonCat. (2020) *Facebook users in Peru*.
<https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-peru/2020/07/>
- Puelles, J. (2014) *Fidelización de marca a través de redes sociales: caso del Fan-page de Inca Kola y el público adolescente y joven*. (Tesis de Licenciatura). Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú
- Principe, G. (2018) *La investigación científica. Teoría y metodología*. Lima, Perú: Segunda Edición.
- Ruggiero, T. E. (2017). *Social media: How Facebook changed the game*. *Journal of Advertising Research*, 359-361.
- Sullivan, D. (2012). *Search engine optimization: An hour a day*. John Wiley & Sons.
- Terán Prieto A. (2019) *Ciberadicciones. Adicción a las nuevas tecnologías (NTIC)*. En: AEPap(ed.). Congreso de Actualización Pediatría 2019. Madrid: Lúa Ediciones 3.0; 2019. p.131-141.
- Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
- Vorderer, P., Klimmt, C., & Ritterfeld, U. (2004). *Enjoyment: At the heart of media entertainment*. *Communication theory*, 14(4), p388-408.
- Wolfram, D., & Brunner-Sperdin, A. (2013). *Community management: A definition, theoretical framework, and research agenda*. *Journal of Service Management Research*, 1(2), 14-29.
- World Health Organization. (2011). *World report on disability*. World Health Organization.

ANEXOS

Anexo 01: Líneas de investigación

ÁREAS TEMÁTICAS	LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
Medios en la era digital	Periodismo y nuevas tecnologías de la información	Promover investigaciones que describan y analicen los cambios, avances, impactos e innovaciones experimentadas por los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio, televisión), como resultado de la irrupción de las nuevas tecnologías de la información, en especial de Internet. Asimismo, profundizar los estudios relacionados a la “convergencia”, a fin de determinar el nivel del impacto que ha tenido en la forma de producir, difundir y distribuir contenidos.
Estado Democrático de Derecho y Comunicación Social	Democracia, Derechos Humanos y libertad de expresión	Desarrollar investigaciones relacionadas a los derechos humanos, democracia, libertad de expresión, nivel de vulneración de ese derecho, sus límites y aspectos relacionados como el acceso a la información, la autorregulación, la deontología, entre otros.
	Comunicación, gobernabilidad y políticas públicas	Impulsar investigaciones sobre responsabilidades del Estado en materia de comunicación, estrategias de comunicación aplicables a la conducción de gobierno y políticas públicas de comunicación en sus múltiples aspectos: administración de las licencias de los medios de radiodifusión, regulación de los espacios de publicidad, estrategias para mantener informada a la población sobre los actos del gobierno, entre otros.
Comunicación, educación y cultura	Medios de comunicación y su impacto en la educación	Caracterizar, analizar y evaluar la relación e impacto de los medios de comunicación en la formación de valores, actitudes, prácticas sociales y saberes de los diversos sectores poblacionales, en particular de los más vulnerables, como son los niños y los adolescentes.
	Comunicación social e Identidad cultural	Desarrollar estudios que permitan profundizar, caracterizar y evaluar el papel de los medios de comunicación en el fortalecimiento de la identidad cultural peruana, las identidades regionales y locales, así como en la valoración del carácter pluricultural de la sociedad peruana y en el conocimiento del nivel de influencia de elementos culturales provenientes del exterior.
Comunicación para el desarrollo	Comunicación y ciudadanía	Propiciar investigaciones que permitan establecer, a través de los medios de comunicación, el conocimiento de los derechos y deberes políticos del ciudadano como miembro activo del Estado peruano desde la sociedad civil, así como el compromiso a cumplir las leyes para fomentar el desarrollo social.

Resolución N.º 066-2017. UJBM

Anexo 02: Matriz de Consistencia

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:					
Las redes sociales y la desinformación periodística durante la pandemia Covid-19, en usuarios digitales de Lima, 2020					
PROBLEMAS U OBJETO DE ESTUDIO	OBJETIVOS	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	FUNDAMENTOS CIENTÍFICOS	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN
<p>GENERAL</p> <p>¿En qué consiste las redes sociales y la desinformación periodística durante la pandemia Covid-19, 2020?</p>	<p>GENERAL</p> <p>Describir las redes sociales y la desinformación periodística durante la pandemia Covid-19, 2020.</p>	<p>VAR. IX</p> <p>Las redes sociales.</p>	<p>DIM. VAR. X.</p> <p>1. Facebook 2. WhatsApp</p>	<p>Barnes (1945), define de forma científica que una red social es un conjunto de puntos, algunos de los cuales están unidos por líneas. Los puntos son personas o grupos, y las líneas indican que los individuos interactúan mutuamente, que también tiene como referencia en la teoría de Grafos.</p> <p>Según Shultz y Godson define a la desinformación como la “comunicación que intencionalmente contiene información falsa, incompleta o engañosa (...) transmitida con el fin de engañar, dar información incorrecta o inducir al error” por otro lado para el escritor español Galdón define la desinformación como</p>	<p>A.- MÉTODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</p> <p>Tipo: Descriptivo. Nivel: Descriptivo – Interpretativo. Diseño: No experimental hermenéutico.</p>
<p>ESPECÍFICOS</p> <p>¿Cómo se relaciona la inmediatez periodística y la desinformación durante la pandemia Covid-19, 2020?</p> <p>¿Cómo influye la interactividad del usuario y la desinformación periodística durante la pandemia Covid-19, 2020?</p> <p>¿Cuál es impacto de la falta de ética y la desinformación</p>	<p>ESPECÍFICOS</p> <p>Explicar la inmediatez periodística y la desinformación durante la pandemia Covid-19, 2020.</p> <p>Demostrar la interactividad del usuario y la desinformación periodística durante la pandemia Covid-19, 2020.</p> <p>Explicar la falta de ética y la desinformación periodística</p>	<p>VAR. D Y</p> <p>Desinformación periodística.</p>	<p>DIM. VAR. Y</p> <p>1. Inmediatez Periodística 2. Interactividad del usuario 3. Ética Periodística</p>	<p>Según Shultz y Godson define a la desinformación como la “comunicación que intencionalmente contiene información falsa, incompleta o engañosa (...) transmitida con el fin de engañar, dar información incorrecta o inducir al error” por otro lado para el escritor español Galdón define la desinformación como</p>	<p>B.- UNIVERSO Y MUESTRA:</p> <p>Universo o Población:</p> <p>1. Noticias en las redes sociales Facebook y WhatsApp durante los meses de marzo a diciembre del 2020. 2. Usuarios digitales de Lima.</p> <p>Muestra:</p> <p>El muestro es no probabilístico:</p> <p>1. Tipo Selectivo, se considera 16 noticias falsas en relación con la Covid-19 durante los meses de marzo a diciembre del 2020. 2. Tipo por conveniencia, se considera 10 usuarios digitales que representarán a la población.</p>

<p>periodística durante la pandemia Covid-19, 2020?</p>	<p>durante la pandemia Covid-19, 2020.</p>			<p>la “ausencia de verdadera información o de información verdadera”</p> <p>La teoría del Sesgo de Confirmación, con su autor principal es el psicólogo cognitivo estadounidense Raymond Nickerson, en la década de 1990 formuló esta teoría, que se refiere a la tendencia cognitiva de las personas a buscar, interpretar y recordar información de manera que confirme o refuerce sus creencias, actitudes y opiniones preexistentes.</p>	<p>C.- UNIDAD DE ANÁLISIS Análisis de contenidos de las 16 noticias falsas con relación al COVID-19. Entrevista a cuatro expertos en redes sociales.</p> <p>D.- TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS: Técnica: La entrevista semiestructurada. Análisis de contenido. Encuesta de respuesta abierta</p> <p>Instrumento: Cuestionario para entrevista semiabierta. Cuestionario para encuesta de respuesta abierta. Notas periodísticas digitales.</p> <p>E.- PROCESAMIENTO DE ANÁLISIS DE DATOS: El proceso ha sido de carácter interpretativo y descriptivo de los instrumentos. Triangulación de datos recogidos de los instrumentos. Transcripción de las entrevistas.</p>
---	--	--	--	--	---

Anexo 03: Instrumentos

Estructura de los instrumentos utilizados

Preguntas para la entrevista semiestructura

1. Considera usted que, ¿En la red social Facebook hay noticias que generan la desinformación periodística sobre la Covid-19? ¿Por qué?
2. Un usuario de WhatsApp, puede ser parte de la desinformación periodística a la hora de reenviar contenidos a sus contactos, ¿Está de acuerdo con lo afirmado anteriormente?
3. ¿Cuándo el periodista tiene una noticia de último minuto, está obligado a contrastar la noticia antes de publicarla o debe omitirla por la inmediatez?
4. ¿La interactividad de los usuarios en la red social Facebook origina la desinformación periodística sobre la Covid-19?
5. Los periodistas digitales de un medio que publican una noticia falsa, ¿Deben ser destituidos de su cargo por faltar a la verdad?
6. El código deontológico “El respeto a la verdad”, en la actualidad, ¿Tiene vigencia en el periodismo digital?
7. ¿Qué repercusiones considera usted que provocan las desinformaciones periodísticas sobre la Covid-19 en las redes sociales Facebook y WhatsApp?
8. ¿Qué debe primar cuando estamos frente al cursor antes de publicar la noticia en la red social Facebook o WhatsApp?
9. Y para finalizar cuéntenos un testimonio que hayas visto en el medio que trabajas sobre la desinformación periodística en cuanto al Covid-19.

Preguntas para el cuestionario respuesta abierta.

1. Considera usted que, ¿En la red social Facebook hay noticias que generan la desinformación periodística sobre la Covid-19? ¿Por qué?
2. Un usuario de WhatsApp, puede ser parte de la desinformación periodística a la hora de reenviar contenidos a sus contactos, ¿Está de acuerdo con lo afirmado anteriormente?
3. ¿Cuándo el periodista tiene una noticia de último minuto, está obligado a contrastar la noticia antes de publicarla o debe omitirla por la inmediatez?
4. ¿La interactividad de los usuarios en la red social Facebook origina la desinformación periodística sobre la Covid-19?

5. Los periodistas digitales de un medio que publican una noticia falsa, ¿Deben ser destituidos de su cargo por faltar a la verdad?
6. El código deontológico “El respeto a la verdad”, en la actualidad, ¿Tiene vigencia en el periodismo digital?
7. ¿Qué repercusiones considera usted que provocan las desinformaciones periodísticas sobre la Covid-19 en las redes sociales Facebook y WhatsApp?
8. ¿Qué debe primar cuando estamos frente al cursor antes de publicar la noticia en la red social Facebook o WhatsApp?
9. Cuéntanos un testimonio que hayas visto de fake news (Noticias falsas) en redes sociales sobre la Covid-19. Explícanos con detalles.

Las redes sociales y la desinformación periodística durante la pandemia Covid-19, en usuarios digitales de Lima, 2020.

Las redes sociales se han convertido en una ventana periodística que también genera la desinformación periodística y más cuando vivimos una época de pandemia COVID-19.

gentilajime10@gmail.com [Cambiar de cuenta](#)

No compartido

* Indica que la pregunta es obligatoria

1. Considera usted que, ¿En la red social Facebook hay noticias que generan la desinformación periodística sobre la Covid-19?

Tu respuesta
2. Un usuario de WhatsApp puede ser parte de la desinformación periodística a la hora de reenviar contenidos a sus contactos. ¿Esta de acuerdo con lo afirmado anteriormente?

Tu respuesta
3. ¿Cuando el periodista tiene una noticia de último minuto, está obligado a contrastar la noticia antes de publicarla o debe enviarla por la inmediatez?

Tu respuesta
4. ¿La interactividad de los usuarios en la red social Facebook origina la desinformación periodística sobre la Covid-19?

Tu respuesta
5. Existe el periodismo ciudadano que publica noticias en las redes sociales. ¿Las publicaciones deben pasar por un control de calidad?

Tu respuesta
6. Los periodistas digitales de un medio que publican una noticia falsa. ¿Deben ser destituidos de su cargo por faltar a la verdad?

Tu respuesta
7. El código deontológico "El respeto a la verdad", en la actualidad, ¿Tiene vigencia en el periodismo digital?

Tu respuesta
8. ¿Qué repercusiones considera usted que provocan las desinformaciones periodísticas sobre la Covid-19 en las redes sociales Facebook y WhatsApp?

Tu respuesta
9. ¿Qué debe primar cuando estamos frente al cursor antes de publicar la noticia en la red social Facebook o WhatsApp?

Tu respuesta
10. Cuéntanos un testimonio que hayas visto de fake news (Noticias falsas) en redes sociales sobre la Covid-19. Explícanos con detalles.

Tu respuesta

[Enviar](#) Página 1 de 1 [Borrar formulario](#)

Formulario de Cuestionario: <https://forms.gle/cVXef67dqrADVsqm9>

Evidencias fotográficas de Contenidos.

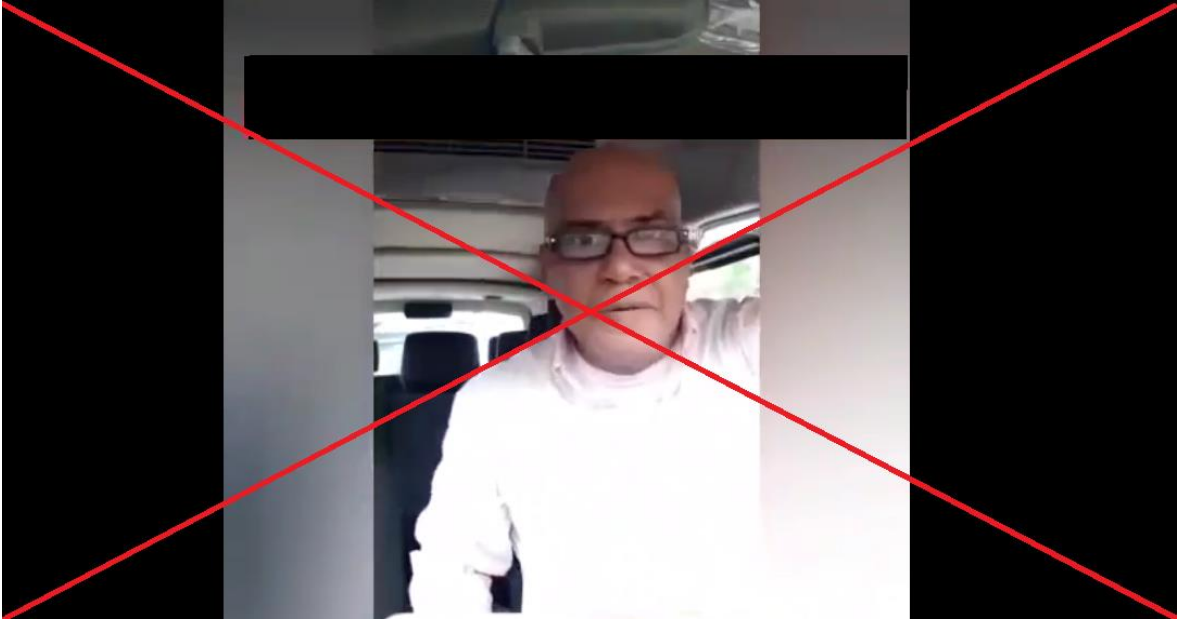


Figura 2: Caso "Consumir Agua de mar"



Figura 3: Caso "El coronavirus tiene VIH"



Figura 4: Caso “Gobernador Puno”

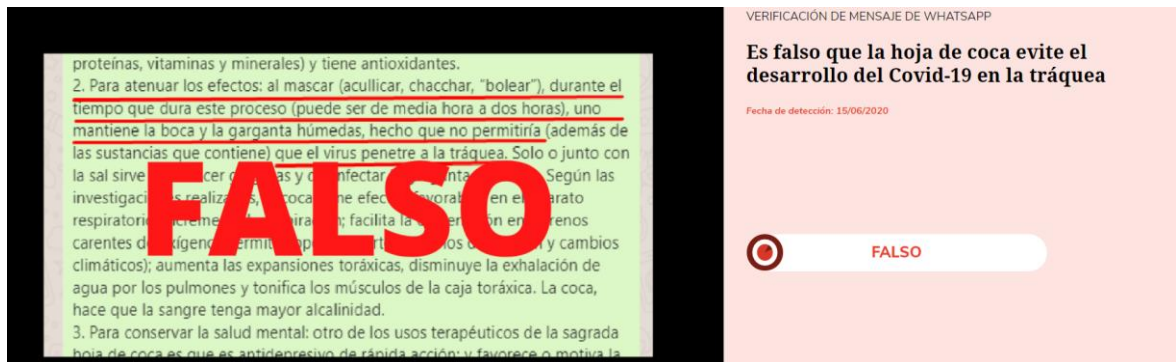


Figura 5: Caso “Hoja de coca”



Figura 6: Caso “Médicos españoles”



Figura 7: Caso “Policía difunde falsa información”

Chincha te Informa
14 de diciembre a las 12:01

Cuadro comparativo entre la IVERMECTINA y la VACUNA contra el #COVID. Preparado por el dr. #ManoloFernandez
Se animará alguien a debatir con su autor sobre eso. Quizás Mazzetti, Zamora o Huerta? 🤔

	VACUNA	IVERMECTINA
1 ¿Cuanto tiempo protege?	No se sabe	20 días
2 ¿Tiene efectos secundarios?	SI	NO
3 ¿Evita la transmisión viral después de administrado?	NO	SI
4 ¿Cuántas dosis son necesarias para estar protegido?	+/- 2	1
5 ¿Protege contra todas las cepas virales?	NO	SI
6 ¿Producirá efectos patológicos a largo plazo como otras vacunas?	No se sabe	No
7 ¿Una persona podrá recibir vacunas de varios laboratorios?	No	SI
8 ¿Después de vacunado cual es la resistencia infectiva al virus?	No se sabe	No PRODUCE
9 Precio	S/ 250.00	S/ 1.00
10 Refrigeración COSTOSA	SI	NO
11 Aplicación	PROFESIONAL	PERSONAL
12 PERSONAS a las que se puede aplicar	SALUDABLES	TODOS EN GENERAL
13 NUMERO DE DOSIS QUE SE ADMINISTRO PARA PROTEGER COVID-19	80.000	1.200 MILLONES
14 NUMERO DE MUERTOS POR SU ADMINISTRACION	10	NINGUNO

124 likes, 11 comentarios, 67 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

Figura 8: Caso “Comparación entre vacuna vs ivermectina”

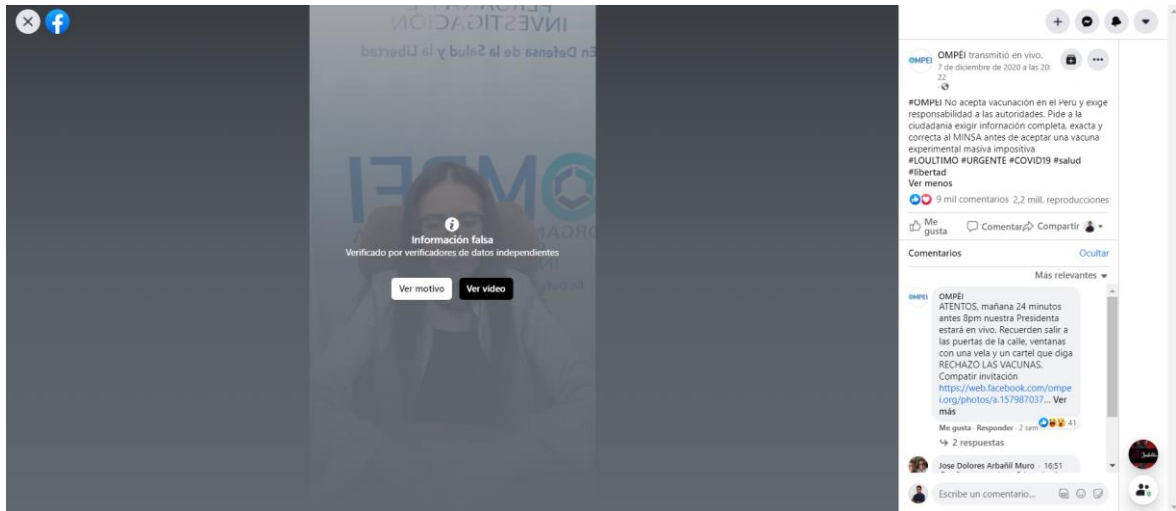


Figura 9: Caso “OMPEI”.



Figura 10: Caso “Video WhatsApp Eucalipto”

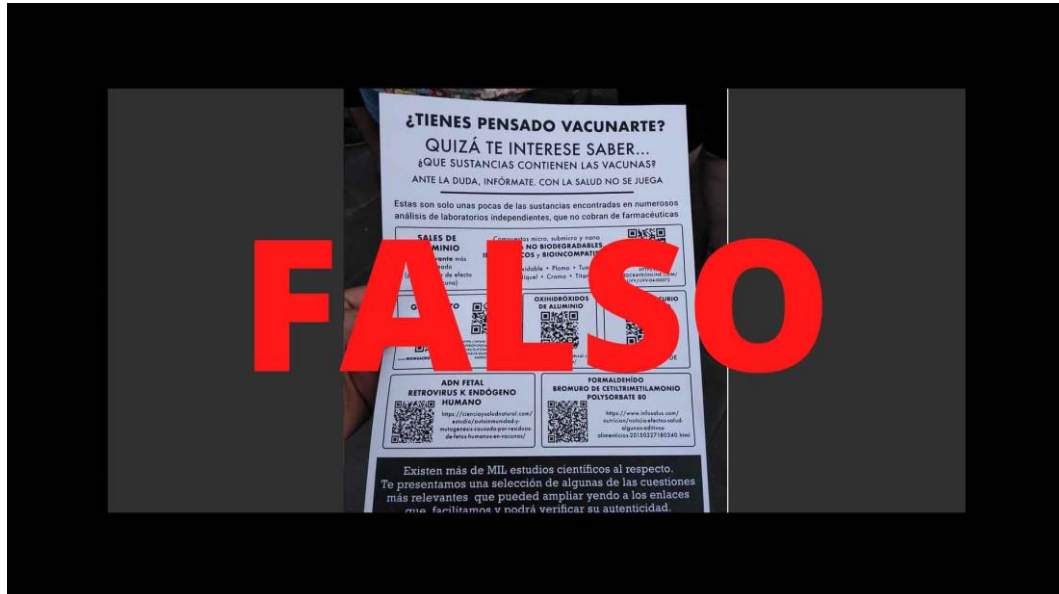


Figura 11: Caso “Vacuna WhatsApp”

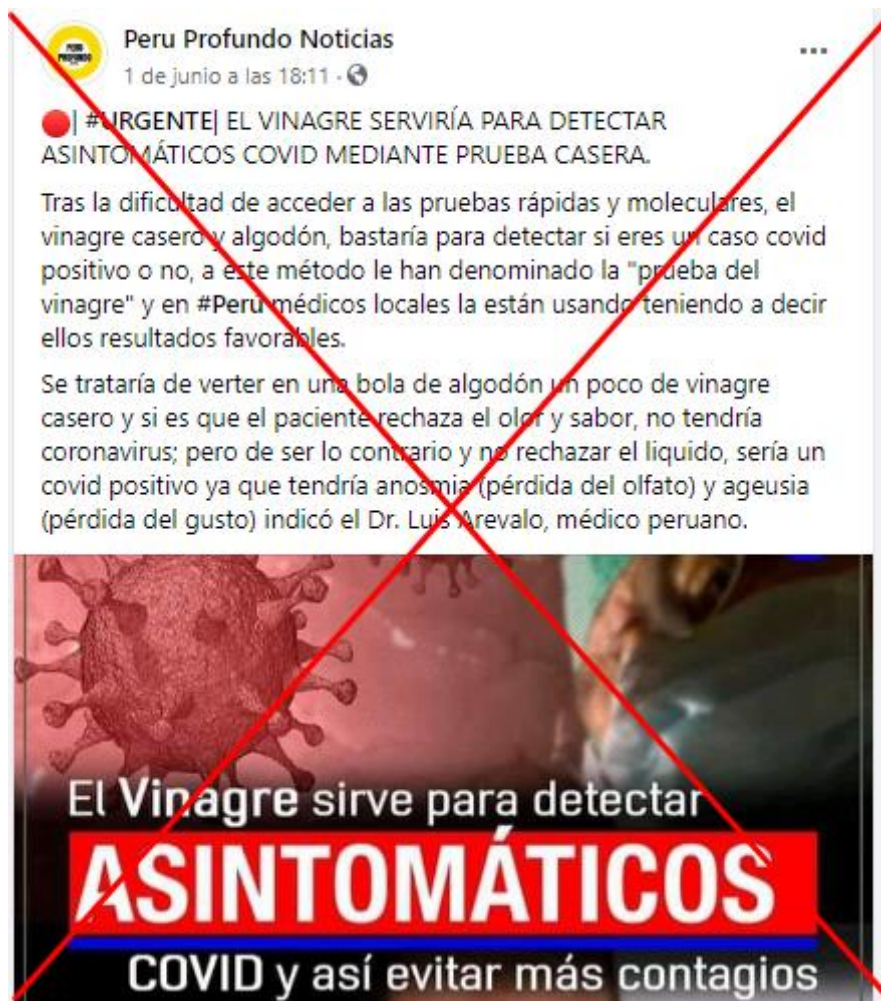


Figura 12: Caso “Uso del Vinagre”.

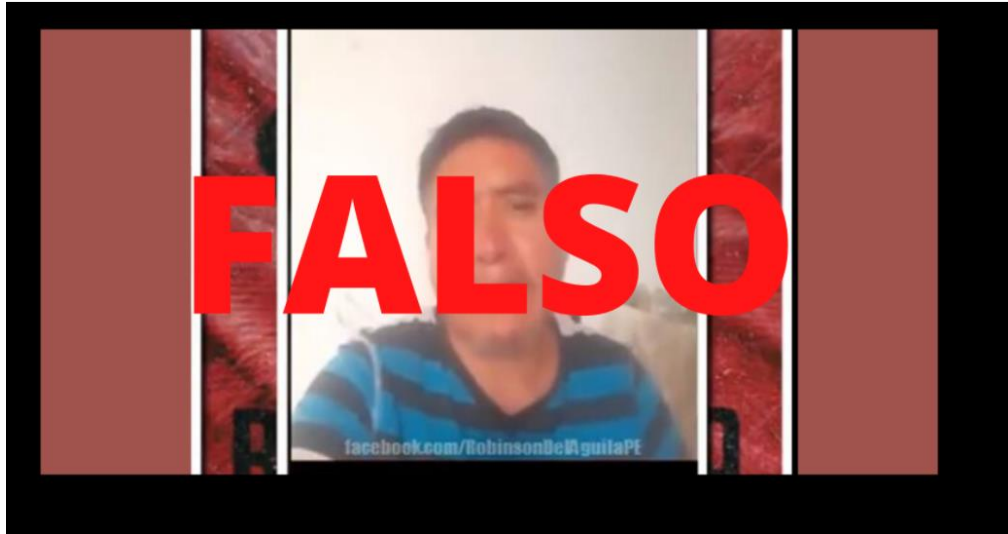


Figura 13: Caso Freddy argumenta “Estar en el Sótano te cura de la Covid19”.

Exitosa Noticias  16 de julio de 2020 · 

#LOÚLTIMO | Dr. Armando Massé, conductor de Médicos en Acción, confirmó que dio positivo a #COVID_19.



EXITOSANOTICIAS.PE 

Dr. Armando Massé confirmó que dio positivo para covid-19
Dr. Armando Massé, conductor de Médicos en Acción, confirmó que dio positivo a #COVID_1...

   Nora Alarcon y 6,8 mil personas más 1,5 mil comentarios 934 veces compartido

 Me gusta  Comentar  Compartir 

Figura 14: Caso Dr. Armando - Jóvenes médicos deben ir al campo.

Anexo 04: Ficha de Validación del Instrumento

Experto #1

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Mg. Luis Fabio Chamorro Perez

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos, así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la Escuela Profesional de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza, requiero validar el instrumento con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación que me permitirá elaborar el artículo científico comprometido.

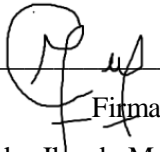
El título de la investigación es: “Las redes sociales y la desinformación periodística durante la pandemia Covid-19, 2020” y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes metodólogos para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia profesional.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Matriz de consistencia.
- Operacionalización de categorías.
- Cuestionario con las preguntas (ítems)

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.


Firma
Alexander Jhordy Marcelo Calderon
D.N.I: 75845668



FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES

- 1.1 **Apellidos y nombres del experto:** Chamorro Pérez, Luis Fabio
- 1.2 **Grado académico:** Magister
- 1.3 **Cargo e institución donde labora:** Asesor académico – Universidad Jaime Bausate y Meza
- 1.4 **Título de la investigación:** Las redes sociales y la desinformación periodística durante la pandemia Covid-19, 2020.
- 1.5 **Autor del instrumento:** Alexander Marcelo
- 1.6 **Nombre del instrumento** Cuestionario con respuesta abierta.
- 1.7 **Criterios de aplicabilidad:**
- 1) De 01 a 10 (no válido, reformular)
 - 2) De 11 a 20 (No válido, modificar)
 - 3) De 21 a 30 (válido, mejorar)
 - 4) De 31 a 40 (Válido, precisar)
 - 5) De 41 a 50 (válido, aplicar)

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

II. ASPECTOS A EVALUAR

INDICADORES	CRITERIOS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	El instrumento evidencia recojo de conducta observables.					X

3. ACTUALIDAD	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	El instrumento tiene una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.				X	
6. INTENCIONALISMO	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.				X	
07. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.					X
08. COHERENCIA	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems.					X
09. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.					x
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías				X	
Sub Total						47
Total						

PROMEDIO DE VALORACIÓN:47 puntos.....

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Valido, Aplicar.....

Lugar y fecha: ...Lima, 26 de julio del 2023.....



Firma y postfirma del experto

DNI ...45937839.....

Operacionalización de las categorías

La categoría: Las redes sociales dimensionado en: Facebook y WhatsApp.

Tabla 1: Operacionalización de la variable: Las redes sociales.

VARIABLES	INDICADORES/SUB-CATEGORÍAS	ITEMS/CRITERIOS
1. Facebook	Comunidad Virtual	<p>Considera usted que, ¿En la red social Facebook hay noticias que generan la desinformación periodística sobre la Covid-19?</p> <p>¿Qué repercusiones considera usted que provocan las desinformaciones periodísticas sobre la Covid-19 en las redes sociales Facebook y WhatsApp?</p>
2. WhatsApp	Mensajería Instantánea	<p>Un usuario de WhatsApp, puede ser parte de la desinformación periodística a la hora de reenviar contenidos a sus contactos, ¿Está de acuerdo con lo afirmado anteriormente?</p> <p>¿Qué debe primar cuando estamos frente al cursor antes de publicar la noticia en la red social Facebook o WhatsApp?</p>

Fuente: Elaboración propia

La categoría: Desinformación periodística ha sido dimensionada en: Inmediatez Periodística, Interactividad del usuario y Ética Periodística

Tabla 2: Operacionalización de la variable: Fuente de desinformación periodística

VARIABLES	INDICADORES/ SUB-CATEGORÍAS	ITEMS/CRITERIOS
1. Inmediatez Periodística	Validación de información	<p>¿Cuándo el periodista tiene una noticia de último minuto, está obligado a contrastar la noticia antes de publicarla o debe omitirla por la inmediatez?</p> <p>Cuéntanos un testimonio que hayas visto en el medio que trabajas sobre la desinformación periodística en cuanto al Covid-19.</p>
2. Interactividad del usuario	Conectividad Digital	¿La interactividad de los usuarios en la red social Facebook origina la desinformación periodística sobre la Covid-19?

3. Ética Periodística	Deontología Periodística	Los periodistas digitales de un medio que publican una noticia falsa, ¿Deben ser destituidos de su cargo por faltar a la verdad? El código deontológico “El respeto a la verdad”, en la actualidad, ¿Tiene vigencia en el periodismo digital?
-----------------------	--------------------------	--

Fuente: Elaboración propia

Estructura de los instrumentos utilizados

Preguntas para la entrevista semiestructura

1. Considera usted que, ¿En la red social Facebook hay noticias que generan la desinformación periodística sobre la Covid-19? ¿Por qué?
2. Un usuario de WhatsApp, puede ser parte de la desinformación periodística a la hora de reenviar contenidos a sus contactos, ¿Está de acuerdo con lo afirmado anteriormente?
3. ¿Cuándo el periodista tiene una noticia de último minuto, está obligado a contrastar la noticia antes de publicarla o debe omitirla por la inmediatez?
4. ¿La interactividad de los usuarios en la red social Facebook origina la desinformación periodística sobre la Covid-19?
5. Los periodistas digitales de un medio que publican una noticia falsa, ¿Deben ser destituidos de su cargo por faltar a la verdad?
6. El código deontológico “El respeto a la verdad”, en la actualidad, ¿Tiene vigencia en el periodismo digital?
7. ¿Qué repercusiones considera usted que provocan las desinformaciones periodísticas sobre la Covid-19 en las redes sociales Facebook y WhatsApp?
8. ¿Qué debe primar cuando estamos frente al cursor antes de publicar la noticia en la red social Facebook o WhatsApp?
9. Y para finalizar cuéntenos un testimonio que hayas visto en el medio que trabajas sobre la desinformación periodística en cuanto al Covid-19.

Preguntas para el cuestionario respuesta abierta.

1. Considera usted que, ¿En la red social Facebook hay noticias que generan la desinformación periodística sobre la Covid-19? ¿Por qué?

2. Un usuario de WhatsApp, puede ser parte de la desinformación periodística a la hora de reenviar contenidos a sus contactos, ¿Está de acuerdo con lo afirmado anteriormente?
3. ¿Cuándo el periodista tiene una noticia de último minuto, está obligado a contrastar la noticia antes de publicarla o debe omitirla por la inmediatez?
4. ¿La interactividad de los usuarios en la red social Facebook origina la desinformación periodística sobre la Covid-19?
5. Los periodistas digitales de un medio que publican una noticia falsa, ¿Deben ser destituidos de su cargo por faltar a la verdad?
6. El código deontológico “El respeto a la verdad”, en la actualidad, ¿Tiene vigencia en el periodismo digital?
7. ¿Qué repercusiones considera usted que provocan las desinformaciones periodísticas sobre la Covid-19 en las redes sociales Facebook y WhatsApp?
8. ¿Qué debe primar cuando estamos frente al cursor antes de publicar la noticia en la red social Facebook o WhatsApp?
9. Cuéntanos un testimonio que hayas visto de fake news (Noticias falsas) en redes sociales sobre la Covid19. Explícanos con detalles.

Experto #2**CARTA DE PRESENTACIÓN**

Señor: Dr. José Manuel García Sosaya

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos, así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la Escuela Profesional de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza, requiero validar el instrumento con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación que me permitirá elaborar el artículo científico comprometido.

El título de la investigación es: “Las redes sociales y la desinformación periodística durante la pandemia Covid-19, 2020” y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes metodólogos para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia profesional.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Matriz de consistencia.
- Operacionalización de categorías.
- Cuestionario con las preguntas (ítems)

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma

Alexander Jhordy Marcelo Calderon

D.N.I: 75845668



FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES

1.1 Apellidos y nombres del experto:

GARCIA SORAYA, JOSÉ MANUEL

1.2 Grado académico:

DOCTOR

1.3 Cargo e institución donde labora:

Vicerrector Académico - Universidad Jaime Bausate y Meza

1.4 Título de la investigación: El uso de redes sociales produce la desinformación periodística durante la pandemia Covid-19, en usuarios digitales de Lima – Perú, 2020.

1.5 Autor del instrumento: Alexander Marcelo

1.6 Nombre del instrumento Cuestionario, para entrevista semiabierto.

1.7 Criterios de aplicabilidad:

- | | |
|---------------------------------------|--------------------------------------|
| 1) De 01 a 10 (no válido, reformular) | 2) De 11 a 20 (No válido, modificar) |
| 3) De 21 a 30 (válido, mejorar) | 4) De 31 a 40 (Válido, precisar) |
| 5) De 41 a 50 (válido, aplicar) | |

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

II. ASPECTOS A EVALUAR

INDICADORES	CRITERIOS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	El instrumento evidencia recojo de conducta observables.					X

3. ACTUALIDAD	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología.					X	
4. ORGANIZACIÓN	El instrumento tiene una organización lógica.					X	
5. SUFICIENCIA	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.					X	
6. INTENCIONALISMO	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.						X
07. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.						X
08. COHERENCIA	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems.						X
09. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.						X
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías						X
Sub Total						12	35
Total							47

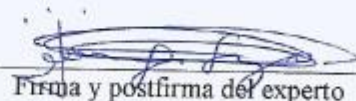
PROMEDIO DE VALORACIÓN:

CUARENTA Y SEIS

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

MUY ACEPTABLE

Lugar y fecha: Jesús María, 26 de julio de 2023



Firma y postfirma del experto

DNI 08012044

Operacionalización de las categorías

La categoría: El uso de las redes sociales dimensionado en: Facebook y WhatsApp.

Tabla 1: Operacionalización de la variable: Las redes sociales.

VARIABLES	INDICADORES/SUB-CATEGORÍAS	ITEMS/CRITERIOS
1. Facebook	Comunidad Virtual	<p>Considera usted que, ¿En la red social Facebook hay noticias que generan la desinformación periodística sobre la Covid-19?</p> <p>¿Qué repercusiones considera usted que provocan las desinformaciones periodísticas sobre la Covid-19 en las redes sociales Facebook y WhatsApp?</p>
2. WhatsApp	Mensajería Instantánea	<p>Un usuario de WhatsApp, puede ser parte de la desinformación periodística a la hora de reenviar contenidos a sus contactos, ¿Está de acuerdo con lo afirmado anteriormente?</p> <p>¿Qué debe primar cuando estamos frente al cursor antes de publicar la noticia en la red social Facebook o WhatsApp?</p>

Fuente: Elaboración propia

La categoría: La desinformación periodística ha sido dimensionada en: Inmediatez Periodística, Interactividad del usuario, Periodismo Ciudadano y Ética Periodística

La categoría: Desinformación periodística ha sido dimensionada en: Inmediatez Periodística, Interactividad del usuario y Ética Periodística

Tabla 2: Operacionalización de la variable: Fuente de desinformación periodística

VARIABLES	INDICADORES/ SUB-CATEGORÍAS	ITEMS/CRITERIOS
1. Inmediatez Periodística	Validación de información	<p>¿Cuándo el periodista tiene una noticia de último minuto, está obligado a contrastar la noticia antes de publicarla o debe omitirla por la inmediatez?</p> <p>Cuéntanos un testimonio que hayas visto en el medio que trabajas sobre la desinformación periodística en cuanto al Covid-19.</p>

2. Interactividad del usuario	Conectividad Digital	¿La interactividad de los usuarios en la red social Facebook origina la desinformación periodística sobre la Covid-19?
3. Ética Periodística	Deontología Periodística	Los periodistas digitales de un medio que publican una noticia falsa, ¿Deben ser destituidos de su cargo por faltar a la verdad? El código deontológico “El respeto a la verdad”, en la actualidad, ¿Tiene vigencia en el periodismo digital?

Fuente: Elaboración propia

Estructura de los instrumentos utilizados

Preguntas para la entrevista semiestructura

1. Considera usted que, ¿En la red social Facebook hay noticias que generan la desinformación periodística sobre la Covid-19? ¿Por qué?
2. Un usuario de WhatsApp, puede ser parte de la desinformación periodística a la hora de reenviar contenidos a sus contactos, ¿Está de acuerdo con lo afirmado anteriormente?
3. ¿Cuándo el periodista tiene una noticia de último minuto, está obligado a contrastar la noticia antes de publicarla o debe omitirla por la inmediatez?
4. ¿La interactividad de los usuarios en la red social Facebook origina la desinformación periodística sobre la Covid-19?
5. Los periodistas digitales de un medio que publican una noticia falsa, ¿Deben ser destituidos de su cargo por faltar a la verdad?
6. El código deontológico “El respeto a la verdad”, en la actualidad, ¿Tiene vigencia en el periodismo digital?
7. ¿Qué repercusiones considera usted que provocan las desinformaciones periodísticas sobre la Covid-19 en las redes sociales Facebook y WhatsApp?
8. ¿Qué debe primar cuando estamos frente al cursor antes de publicar la noticia en la red social Facebook o WhatsApp?
9. Y para finalizar cuéntenos un testimonio que hayas visto en el medio que trabajas sobre la desinformación periodística en cuanto al Covid-19.

Preguntas para el cuestionario respuesta abierta.

1. Considera usted que, ¿En la red social Facebook hay noticias que generan la desinformación periodística sobre la Covid-19? ¿Por qué?
2. Un usuario de WhatsApp, puede ser parte de la desinformación periodística a la hora de reenviar contenidos a sus contactos, ¿Está de acuerdo con lo afirmado anteriormente?
3. ¿Cuándo el periodista tiene una noticia de último minuto, está obligado a contrastar la noticia antes de publicarla o debe omitirla por la inmediatez?
4. ¿La interactividad de los usuarios en la red social Facebook origina la desinformación periodística sobre la Covid-19?
5. Los periodistas digitales de un medio que publican una noticia falsa, ¿Deben ser destituidos de su cargo por faltar a la verdad?
6. El código deontológico “El respeto a la verdad”, en la actualidad, ¿Tiene vigencia en el periodismo digital?
7. ¿Qué repercusiones considera usted que provocan las desinformaciones periodísticas sobre la Covid-19 en las redes sociales Facebook y WhatsApp?
8. ¿Qué debe primar cuando estamos frente al cursor antes de publicar la noticia en la red social Facebook o WhatsApp?
9. Cuéntanos un testimonio que hayas visto de fake news (Noticias falsas) en redes sociales sobre la Covid19. Explícanos con detalles.

Experto #3**CARTA DE PRESENTACIÓN**

Señor: Dr. Edgar Davila Chota

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos, así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la Escuela Profesional de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza, requiero validar el instrumento con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación que me permitirá elaborar el artículo científico comprometido.

El título de la investigación es: “Las redes sociales y la desinformación periodística durante la pandemia Covid-19, 2020” y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes metodólogos para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia profesional.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Matriz de consistencia.
- Operacionalización de categorías.
- Cuestionario con las preguntas (ítems)

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma

Alexander Jhordy Marcelo Calderon

D.N.I: 75845668



FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES

1.1 Apellidos y nombres del experto:

EDGAR DAULA CHEN

1.2 Grado académico:

DOCENTE

1.3 Cargo e institución donde labora:

UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA

1.4 Título de la investigación: El uso de redes sociales produce la desinformación periodística durante la pandemia Covid-19, en usuarios digitales de Lima – Perú, 2020.

1.5 Autor del instrumento: Alexander Marcelo

1.6 Nombre del instrumento Cuestionario, para entrevista semiabierto.

1.7 Criterios de aplicabilidad:

- | | |
|---------------------------------------|--------------------------------------|
| 1) De 01 a 10 (no válido, reformular) | 2) De 11 a 20 (No válido, modificar) |
| 3) De 21 a 30 (válido, mejorar) | 4) De 31 a 40 (Válido, precisar) |
| 5) De 41 a 50 (válido, aplicar) | |

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

II. ASPECTOS A EVALUAR

INDICADORES	CRITERIOS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado				X	
2. OBJETIVIDAD	El instrumento evidencia recojo de conducta observables.				X	

3. ACTUALIDAD	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	El instrumento tiene una organización lógica.				X	
5. SUFICIENCIA	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.				X	
6. INTENCIONALISMO	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.				X	
07. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.				X	
08. COHERENCIA	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems.				X	
09. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.				X	
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías				X	
Sub Total					36	5
Total						41

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

..... 41

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

..... VALIDA, APLICAR

Lugar y fecha: 26 / Julio / 2023

Firma y postfirma del experto

DNI 09943905

Operacionalización de las categorías

La categoría: Las redes sociales dimensionado en: Facebook y WhatsApp.

Tabla 1: Operacionalización de la variable: Las redes sociales.

VARIABLES	INDICADORES/SUB-CATEGORÍAS	ITEMS/CRITERIOS
1. Facebook	Comunidad Virtual	<p>Considera usted que, ¿En la red social Facebook hay noticias que generan la desinformación periodística sobre la Covid-19?</p> <p>¿Qué repercusiones considera usted que provocan las desinformaciones periodísticas sobre la Covid-19 en las redes sociales Facebook y WhatsApp?</p>
2. WhatsApp	Mensajería Instantánea	<p>Un usuario de WhatsApp, puede ser parte de la desinformación periodística a la hora de reenviar contenidos a sus contactos, ¿Está de acuerdo con lo afirmado anteriormente?</p> <p>¿Qué debe primar cuando estamos frente al cursor antes de publicar la noticia en la red social Facebook o WhatsApp?</p>

Fuente: Elaboración propia

La categoría: Desinformación periodística ha sido dimensionada en: Inmediatez Periodística, Interactividad del usuario y Ética Periodística

Tabla 2: Operacionalización de la variable: Fuente de desinformación periodística

VARIABLES	INDICADORES/ SUB-CATEGORÍAS	ITEMS/CRITERIOS
1. Inmediatez Periodística	Validación de información	<p>¿Cuándo el periodista tiene una noticia de último minuto, está obligado a contrastar la noticia antes de publicarla o debe omitirla por la inmediatez?</p> <p>Cuéntanos un testimonio que hayas visto en el medio que trabajas sobre la desinformación periodística en cuanto al Covid-19.</p>
2. Interactividad del usuario	Conectividad Digital	¿La interactividad de los usuarios en la red social Facebook origina la desinformación periodística sobre la Covid-19?

3. Ética Periodística	Deontología Periodística	Los periodistas digitales de un medio que publican una noticia falsa, ¿Deben ser destituidos de su cargo por faltar a la verdad? El código deontológico “El respeto a la verdad”, en la actualidad, ¿Tiene vigencia en el periodismo digital?
-----------------------	-----------------------------	--

Fuente: Elaboración propia

Estructura de los instrumentos utilizados

Preguntas para la entrevista semiestructura

1. Considera usted que, ¿En la red social Facebook hay noticias que generan la desinformación periodística sobre la Covid-19? ¿Por qué?
2. Un usuario de WhatsApp, puede ser parte de la desinformación periodística a la hora de reenviar contenidos a sus contactos, ¿Está de acuerdo con lo afirmado anteriormente?
3. ¿Cuándo el periodista tiene una noticia de último minuto, está obligado a contrastar la noticia antes de publicarla o debe omitirla por la inmediatez?
4. ¿La interactividad de los usuarios en la red social Facebook origina la desinformación periodística sobre la Covid-19?
5. Los periodistas digitales de un medio que publican una noticia falsa, ¿Deben ser destituidos de su cargo por faltar a la verdad?
6. El código deontológico “El respeto a la verdad”, en la actualidad, ¿Tiene vigencia en el periodismo digital?
7. ¿Qué repercusiones considera usted que provocan las desinformaciones periodísticas sobre la Covid-19 en las redes sociales Facebook y WhatsApp?
8. ¿Qué debe primar cuando estamos frente al cursor antes de publicar la noticia en la red social Facebook o WhatsApp?
9. Y para finalizar cuéntenos un testimonio que hayas visto en el medio que trabajas sobre la desinformación periodística en cuanto al Covid-19.

Preguntas para el cuestionario respuesta abierta.

1. Considera usted que, ¿En la red social Facebook hay noticias que generan la desinformación periodística sobre la Covid-19? ¿Por qué?

2. Un usuario de WhatsApp, puede ser parte de la desinformación periodística a la hora de reenviar contenidos a sus contactos, ¿Está de acuerdo con lo afirmado anteriormente?
3. ¿Cuándo el periodista tiene una noticia de último minuto, está obligado a contrastar la noticia antes de publicarla o debe omitirla por la inmediatez?
4. ¿La interactividad de los usuarios en la red social Facebook origina la desinformación periodística sobre la Covid-19?
5. Los periodistas digitales de un medio que publican una noticia falsa, ¿Deben ser destituidos de su cargo por faltar a la verdad?
6. El código deontológico “El respeto a la verdad”, en la actualidad, ¿Tiene vigencia en el periodismo digital?
7. ¿Qué repercusiones considera usted que provocan las desinformaciones periodísticas sobre la Covid-19 en las redes sociales Facebook y WhatsApp?
8. ¿Qué debe primar cuando estamos frente al cursor antes de publicar la noticia en la red social Facebook o WhatsApp?
9. Cuéntanos un testimonio que hayas visto de fake news (Noticias falsas) en redes sociales sobre la Covid19. Explícanos con detalles.

Anexo 05: Transcripción de Entrevistas

ENTREVISTA SEMIESTRUCTURA #01: Alonso Balarezo.

Alexander Marcelo: Muy buenas tardes, nos encontramos con Alonso, es periodista en Radio Nacional, pero quisiéramos hacerle la interrogante a él mismo y que se presente y nos dé mayores detalles de qué es las funciones que está realizando en este momento. Adelante, Alonso.

Alonso Balarezo: Hola que tal Alex. Buenas tardes. Bueno, soy Alonso Balarezo. Actualmente estoy trabajando como periodista digital en Radio Nacional a raíz de la pandemia, pues se ha visto bastante importante el trabajo en lo que es redes sociales, ya que la mayoría de la gente tuvo una etapa bastante extensa de confinamiento. Entonces acudían al primer recurso que tienen es su celular y mediante las redes sociales.

Alexander Marcelo: Claro, definitivamente esta pandemia el medio que más se ha utilizado como de comunicación la era digital o redes sociales y a raíz de ello, conversando un poco. Consideras tú de que la red social Facebook actualmente hay noticias que generan la desinformación periodística con relación a la Covid19. En esta comunidad virtual.

Alonso Balarezo: Bueno, sí que hay bastante desinformación de es cierto Alex, ya que esta pandemia ha causado no solamente miedo, sino con inseguridad y a la vez ha distorsionado la información, las personas con lo primero que ven pues se han puesto bastantes sumisas y extremadamente asustadas, extremadamente asustadas. Pues yo creo que el hecho de que la globalización ha permitido desde que todo el mundo pueda manejar y desarticular la información hace que actualmente la gente pueda creer en cualquier cosa que pueda sepulten en las redes sociales.

Alexander Marcelo: Claro, efectivamente. Igualmente es con la red social WhatsApp, un usuario puede ser parte de la desinformación periodística a la hora de reenviar contenidos a sus contactos, ¿Está de acuerdo con lo afirmado anteriormente?

Alonso Balarezo: Bueno, hay que tener bastante cuidado, muchos de los usuarios. Yo, en el aspecto personal, estoy dentro de un grupo de colegio relacionistas públicos. Entonces puedes creer que hasta ese punto el reenvío de mensajes genera desinformación en todos los demás. Entonces responsablemente uno como comunicador, como periodista. Tiene que siempre decir que hay que tener cuidado con lo que se reenvía y mucho más proviniendo de colegas. Que deben tener bastante cuidado, comparar la información oficial con lo que simplemente dicen o reenvían irresponsablemente vía WhatsApp.

Alexander Marcelo: Claro, definitivamente. Cuál sería tu comentario cuando un periodista tiene esa noticia de último minuto, definitivamente debe estar obligado a hacer ese contraste, Pero ¿Qué sucede cuando no hay ese contraste?

Alonso Balarezo: Bueno, en primer lugar, el periodista pierde credibilidad, pues al perder credibilidad ya la gente no le va a seguir, los mismos seguidores que antes ha tenido la gente ya no le va a creer todo lo que dice, no todo lo que él pueda publicar, hablar, opinar, comentar ya no va a tener la misma credibilidad que de repente. Antes debía tener bastante cuidado siempre en recurrir a las fuentes oficiales, en este caso y en épocas de pandemia, recurrir siempre a la información que brinda el Ministerio de Salud, que son los canales oficiales.

Alexander Marcelo: Claro, definitivamente hay otro tema también, la interactividad, pasa situaciones donde en esta publicación hay comentarios que hacen los propios usuarios en la red social Facebook y también de esa forma se origina esta desinformación periodística. ¿Cuál es tu comentario sobre ello?

Alonso Balarezo: Bueno, Si, en todos estos meses de confinamiento se ha visto que la gente distorsiona la información con respecto a esta enfermedad. Y en los últimos meses, pues se debería de que había efectos secundarios de la vacuna, anterior a eso que había remedios caseros que te curaban el Covid19. Entonces, esto a ¿Qué se debe? A que de repente algunas personas irresponsablemente han tenido de repente más likes, más compartidas con respecto a una entrecomillas medicina natural que ayudaría a sanar la Covid19. Por si bien es cierto, estos canales no son en realmente verídicos, simplemente es algo que de repente la mamá, la tía, la abuela lo ha dicho y en particulares casos ha disipado esta enfermedad. Pero no es algo que, se han registrado y se ha publicado dentro de lo que sea el Ministerio de Salud. Entonces siempre hay que tener bastante cuidado con lo que se publica, con lo que se informa y mucho más viniéndose de periodistas.

Alexander Marcelo: Claro, efectivamente, esa confusión puede más adelante traer consecuencias muy lamentables, Si bien es cierto estas publicaciones que están en redes sociales han generado la desinformación, consideras que los periodistas digitales de un medio que publican una noticia falsa, ¿Deben ser destituidos de su cargo por faltar a la verdad?

Alonso Balarezo: Bueno, que yo creo que esta acción varía, ya que hay periodistas que quizás han confiado en una fuente que no es necesariamente confiable o quizás por querer ganar a los demás medios, publican los primero que ven, creyendo ellos de que, pues es información, es verídica. Cuando de repente, en el transcurso de los minutos, de las horas se ve que esa información es falsa. Entonces acá hay dos puntos. El primero es que de repente el periodista no tenía la intención de generar ese pánico a la gente. Y el segundo es que simplemente por ganar, ganar el último minuto, pues publícalo lo primero que veo. Yo creo que más que una sanción es una llamada de atención bastante severa hacia este periodista, porque siempre hay que comparar, siempre hay que tener un equilibrio entre ser rápido en la información, pero a la vez ser responsable con la información. Entonces, lo que pesa más siempre es la información verídica. La responsabilidad al compartir esa información y mucho más si se publica en medios digitales porque la gente lo ve al instante. Entonces siempre hay que tener más seguridad al momento de que esa información que a compartir sea la verdadera y no sea con un contraste amarillista. Siempre tratar de buscar responsabilidad en publicar la noticia antes que rapidez.

Alexander Marcelo: Definitivamente no sabemos que también existe un código deontológico, que es el respeto a la verdad, que es lo que prima al periodismo en la actualidad. ¿Consideras tú que tiene vigencia en el periodismo digital?

Alonso Balarezo: Bueno, lamentablemente, No, no, no, no hay diligencia ahorita de ese respeto a la verdad. Pues ¿Por qué? Porque hay mucha gente que, teniendo un celular en la mano o una computadora en la mano, comparten, difunden información incorrecta, innecesaria. Entonces. Eso, lamentablemente, es distorsionado por gente que cree que estas personas son periodistas cuando realmente no lo son. Entonces que viene aquí el caso de que estas personas creen que no se está respetando la verdad. Entonces, lamentablemente, hay gente que cumple su rol de periodista de una manera irresponsable, no solamente por querer ser más rápidos y entre comillas más certeras cuando realmente no lo son. Entonces vemos que se está yendo poco a poco, desvalorizando este código deontológico que tenemos los periodistas, que es el respeto a la verdad.

Alexander Marcelo: ¿Qué repercusiones consideras tú que provoca esta desinformación periodística sobre la covid19, un virus que nadie estaba atento desde mucho antes, que tomó por sorpresa y ahora es la información que tenga mayor relevancia en las redes sociales como Facebook, WhatsApp? ¿Cuáles serían esas repercusiones que tú consideras?

Alonso Balarezo: Bueno, Considero que las repercusiones ya las hemos pagado con muertes desde los primeros meses, decían que de que esto no, no es mortal, de que sólo nos han inyectado miedo, el contagio no están rápido como como se creía. Pero lamentablemente todo eso, lo que en algún momento se decía, era totalmente mentira. Y lo hemos pagado con muertes. Hay un saldo bastante alto de peruanos de la tercera edad y también jóvenes que se han muerto por esta enfermedad, Eso lamentablemente, se debió a la desinformación, a las acciones irresponsable de compartir o difundir vía WhatsApp, Facebook. Entonces hay que tener bastante cuidado y mucho más que estamos a puertas de una segunda ola hay que decirlo así. Entonces hay que tener bastante cuidado y aprender de nuestros errores. Los periodistas tenemos que aprender de nuestros errores en difundir la información. Como te digo, que sea responsable. Quizá nos demoremos unos minutos más, pero la información tiene que ser responsable y veraz. Entonces, como buenos periodistas, tenemos que reafirmar ese código ético que es el respeto a la verdad. Entonces hay que tener siempre eso presente. Ser responsables con nuestra profesión y ser más que todo respetuosos con esta profesión que tanto queremos "el periodismo". Hay que tener bastante cuidado con más que todo en lo digital. Hay que tener bastante cuidado en lo digital porque es lo primero que la gente ve. Entonces, siempre comparar con los canales oficiales.

Alexander Marcelo: ¿Qué debe primar cuando estamos frente al cursor antes de publicar la noticia en la red social Facebook o WhatsApp?

Alonso Balarezo: Debería de primar la certeza. A la cual tú estás recurriendo a la fuente que tú estás recurriendo. Si esa fuente es confiable a nivel nacional. Y lo comparas con fuentes de otros lugares y ves que la información es la misma. Entonces, ya que tienes un respaldo de que tú también puedes sacar esa información, porque no sólo uno o dos o tres medios se van a equivocar al mismo tiempo. Pero si vemos que, pues lo escuches de una fuente que no es de tus 100 por ciento confiable, entonces pues si uno se tiene que esperar un rato y buscar en otras fuentes si es que esa información es la correcta. Más que todo hay que tener cuidado en cifras innúmeros. Pues porque a veces eso distorsiona un poco. A veces uno puede decir que hubo 750 de tantas muertes y en otro puede decir que no fueron 750 muertes, sino que fueron 960 y tantas muertes. Entonces siempre hay que tener cuidado y comparar la información. No digas que fueron 770 y tantas muertes o 900 en el tema de las muertes. De repente puedes agregar o decir que fueron más de quinientas muertes, Entonces ya es un dato aproximado, no exacto, pero es aproximado. Pero ya tienes la información de que hay tantas muertes o ha habido tantas muertes en 24 horas, Eso es lo más importante informar, pero no caer en ser exacto y eres rápido, pero a la vez te das cuenta de que no, no era ese dato y patinaste. Entonces siempre hay que tener bastante cuidado. Prime la responsabilidad antes de la rapidez. Eso es lo importante, lo que uno aprende todos los días la responsabilidad antes de la rapidez.

Alexander Marcelo: Y para finalizar, cuéntanos un testimonio donde tú hayas visto en tu propio medio sobre esta desinformación periodística en relación con la Covid19.

Alonso Balarezo: Sí, claro. Un congresista se había enfermado. Es una experiencia bastante cercana que me pasó. A mí en algún momento me observaron que, como yo sé que este congresista estaba infectado con el Covid19 y pues yo a la información que le saqué fue muy rápida. Fue al instante de lo que había pasado o no dije tal congresista. He diagnosticado con covid19. Esto fue en los primeros meses y si no más recuerdo fue en el mes de abril, aproximadamente la enfermedad recién tenía un par de meses en territorio peruano. En el instante en mi canal de información lo publiqué y después de unos minutos recibí la llamada de mi superior diciéndome: "¿Cómo tú sabes de que el congresista tiene Covid19? para esto, yo había visto que en otro medio de comunicación lo están entrevistando vía telefónica a este congresista, diciendo él mismo de que, en efecto, había sido diagnosticado con

Covid19. Entonces, Yo le comenté a mi superior, pues le dije ¿Sabes qué? En este momento, en este canal está saliendo el mismo congresista declarando que tiene Covid19, en ese momento y con las herramientas que ahora manejamos con el Smartphone, una captura de pantalla lo mande al mi superior donde está el enlace telefónico, donde el congresista está aseverando de que si tiene el virus. Entonces ese fue mi respaldo. Pasado los minutos, incluso horas, recién se daba a conocer esa noticia a nivel nacional de que este congresista estaba diagnosticado con coronavirus. Entonces este es algo que a mí me pasó. A veces te sirve como reflexión, para que queden bien en los futuros periodistas, de que hay que tener siempre cerciorado lo que realmente pasa. Pues porque no hubiera sido lo mismo de que lo vea en un artículo o en una publicación de otro, de otra casa de medios y lo publique, Y de repente a las horas salga el mismo congresista desmintiendo eso de que diga, por ejemplo, de que no tenía el Covid19. Entonces quien quedaba mal, ahí era Yo y obviamente la casa en la que trabajo no entonces. Por eso siempre hay que cerciorarse si no es de la misma persona que está diciendo de que ella misma está padeciendo este mal, entonces pues no lo saques, no hasta que tenga realmente confirmada la noticia, entonces, si no es así, hay que aguantarse unos minutos más. Hay que mantener el dominio hasta que la información sea totalmente confirmada.

Alexander Marcelo: Definitivamente. Pero Alonso, los minutos aquí siempre nos gana. Así que bueno, agradecido por tu tiempo y bueno, gustoso de poder en la próxima oportunidad contar con tu apoyo en esta entrevista. Muchísimas gracias, Alonso.

Alonso Balarezo: Listo, Cuídate.

ENTREVISTA SEMIESTRUCTURA #02: Emily Quispe.

Alexander Marcelo: Bienvenidos. Nos encontramos con Emily Quispe periodista y redactora también en Radio Nacional. Y a continuación vamos a desarrollar las siguientes interrogantes Emily quisiera, antes de iniciar esta parte protocolar, que por favor te presentes. ¿Quién eres tú? ¿Qué acciones están desenreda actualmente y ¿Cuál es tu rol en base en esta casa editora?

Emily Quispe: Bueno, mi nombre es Leslie Emily Quispe Munayco, yo soy periodista egresada de la Universidad Jaime Bausate y Meza, soy licenciada en Periodismo, tengo cuatro años trabajando en Radio Nacional del Perú, encargada en el área de redes sociales, manejo el Twitter, el Facebook, el Instagram, hacemos campañas, trabajamos infografías, trabajamos material periodístico, notas web de redacción y vemos pues todo lo que tenga que ver con el contenido que va a las redes sociales.

Alexander Marcelo: Claro, y para iniciar está esa parte Emily. Considera que, ¿En la red social Facebook hay noticias que generan la desinformación periodística sobre la Covid-19? ¿Por qué?

Emily Quispe: Bueno, en primer lugar, hay políticas, en todas las redes sociales ahora hay políticas de privacidad y de información en la que te limitan. Cada vez que tú le das clic a una noticia que tengan que ver con coronavirus, te sale un informe puenteo que tú quieras compartir una noticia X que te dice consumo de no sé del Ibuprofeno Cura el coronel Virus. Entonces Facebook lanza una alerta y le avisa al usuario que la noticia que está leyendo posiblemente es falsa. Entonces, La persona que está compartiendo se hace responsable de compartir la publicación y en todo caso, si es que Facebook considera simplemente la elimina, Porque al considerar algo y avisa no al dueño

de la página. ¿Sabes qué? La nota que tú estás publicando no tiene asidero y notas políticas han considerado que la nota no es correcta. Esto se está aplicando ahora. Antes no se estaba trabajando eso. Creo que hemos tenido mucha desinformación e incluso lo hemos podido ver en otros casos, como los de Donald Trump. Cuando publicaba Twitter lo ha prohibido, lo ha baneado y te decía Tal tuit ha sido ocultado debido a que la persona que lo ha publicado está haciendo especulación o miente o es falsa la información que esa persona está vigilando. Entonces eso nos ayuda a nosotros como usuarios a poder filtrar la información. Pero sí que la información es basta, es basta y un montón de noticias en redes sociales que pueden ser falsas o ciertas. Pero la desinformación hay, porque hay publicaciones de páginas de dudosa procedencia que tiene intereses propios, particulares, que lo que buscan es simplemente generar caos, desconcierto, que la gente tenga dudas, que incluso hay campañas contra las vacunaciones. Hay campañas contra el uso de ciertos medicamentos. Hay campañas a favor de la automedicación. No cuando todos sabemos que el auto medicarse es completamente dañino y perjudicial para la salud, pues hay muchas publicaciones que te dicen oye, consume tal cosa que eso te va a aliviar. Entonces la desinformación está. Pero creo que por eso mismo hay una responsabilidad. Nosotros como medios de comunicación, de seguir publicando y seguir hablando de temas tan importantes como es el coronavirus, que es una pandemia que nos afecta a nivel mundial. Incluso Radio Nacional hace poco ha estrenado un nuevo programa que se llama Hablemos de Covid19 en Radio, que lo está conduciendo Fernando Marcelo y es una media hora en la que se dirige el contenido de información a que esto se despeje. Por ejemplo, hay camas UCI porque no debo tener una reunión social, porque debo evitar y bajarme la mascarilla cuando estoy hablando. ¿Cuánto tiempo máximo puede estar yo frente a una persona sin contagiarme? Cierto que he tomado azitromicina a lo loco. Me voy a curar. Es que es bueno que yo periódicamente me auto medicarse y consuma las gotitas, una gota por kilo para poder prevenir. Es bueno, no es bueno. Entonces ese tipo de temas se tocan en medios como Radio Nacional y en redes sociales. Nosotros encargamos que la información que está en radio, que muchas veces para el joven, sobre todo, que no siempre escucha radio, que puede que esté trabajando, puede que no pueda escuchar la radio porque está haciendo otra cosa y lo pueda ver. El video está ahí, Pero nosotros en redes sociales nos encargamos que la información precisa, o sea el dato preciso, se publique. No ponemos un tuit citando a la persona que fue entrevistada. El cargo de la persona y lo concreto no hay de por mil quinientas camas UCI, de las cuales solamente el 10 por ciento están libres y otro 10 por ciento está para para las personas que no son casos Covid19. Entonces, y si eso lo dice la persona que hemos entrevistado, la tenemos que poner en redes sociales para que la gente se atenta, para generar una alerta, para generar conciencia y que eso rebote. Por eso es muy importante el compromiso y viene y en eso se basa desinformación ahí y lo va a haber siempre tanto en las redes sociales como como en la vida misma, Tú sales y encuentras un chisme y corre el rumor, un rumor y va creciendo y se hace una bola de mentiras. Pero para eso están los medios de comunicación. Para eso está la ética periodística, para despejar esos rumores y poner no tu opinión, sino poner y expresar a todos los demás la información, que es la que ellos tienen derecho. El acceso a la información.

Alexander Marcelo: Claro, definitivamente creo que todo ciudadano sea ya de por sí cuando busca un medio tener la verdad. Un usuario de WhatsApp, puede ser parte de la desinformación periodística a la hora de reenviar contenidos a sus contactos, ¿Está de acuerdo con lo afirmado anteriormente?

Emily Quispe: Sí, claro. Me han llegado muchas veces mensajes masivos en los que me dicen consume esto, consume lo otro que te vas a curar. Y muchas veces son personas que tienen buenas intenciones, a las que le llegó otro ir y te dicen el amigo de un amigo lo consumió y no saben qué amigo, de qué amigo fue. Porque cuando llega

a ti ya fue el amigo del amigo, del amigo, del amigo, del amigo, del amigo del amigo y nunca se supo quién fue el amigo que se enfermó y se curó, o incluso te dice no, yo me curé y como lo dicen los médicos, los especialistas, no puede ser que simplemente pasaste por una gripe de tomaste esa medicina y te curaste o coincidentemente la etapa final de la enfermedad que te toco atravesar a ti, que puede ser que no haya sido muy fuerte. Llegó justo cuando tomas el medicamento, cuando te diste cuenta y finalizó. Pero tú, en lugar de verificar, de ir a un médico, de hacer un chequeo, no lo mandas por un mensaje. Y se comprende que a veces la ciudadanía que puedes apoyar al otro diciéndole yo lo tomé y me hizo, me hizo efecto. Pero es mejor siempre recurrir al médico. Y si no solamente pasó con las medicinas del coronavirus, pasó también cuando se iba a hacer el toque de queda la cuarentena, no. La gente si llegaba un correo y te decía un mensaje por WhatsApp y te decía va a cerrar los mercados a las 4 de la tarde y el domingo no va a abrir. Te mandaban audios en los que salía un supuesto coronel o un supuesto oficial de la de la policía y te decía ese sí, me acaban de avisar que el coronel ha entrado todas las jefaturas y ha dicho quedamos hasta que el ejército va a salir de las calles y van a tomarlas y que a la gente que la tenga la manera de meter a la cárcel y después los vamos a meter a cuarentena. Desinformación total por WhatsApp y me ha pasado que me ha llegado, o incluso personas que me conocen cercanas y me dicen oye, disculpa, tú que eres periodista. ¿Será esto cierto? Entonces yo lo leo y lo que debe ser todo usuario, es ir a las páginas oficiales, ingresar a la página de la Policía Nacional, ingresar a los ministerios y en su defecto, si no encuentras la información, llamar para preguntar: Disculpen, está saliendo esta información Está circulando en las redes sociales. ¿Es cierto?, ellos emiten un comunicado y nosotros como medio ya lo compartimos. De ahí, si gustas puedes colaborar con la información para pasándole por WhatsApp, respondiendo a la persona que te mandó el WhatsApp diciéndote que había cuarentena obligatoria a partir de mañana en que fueras a los supermercados y te comprabas de todo el papel higiénico del mundo y decirle oye, no es cierto. Compra con conciencia, piensen los demás y no hagas que el que no tiene no pueda acceder a los productos de primera necesidad, al que no tiene, al que tiene menos que tú te quedas sin papel, sin arroz y lentejas, porque tú decidiste comprarte medio mercado en un ataque de locura.

Alexander Marcelo: Claro, definitivamente es una de las situaciones que nos ha pasado durante esta parte pandemia. ¿Cuándo el periodista tiene una noticia de último minuto, está obligado a contrastar la noticia antes de publicarla o debe omitirla por la inmediatez? Porque hay personas que necesitan tener la información ya. Entonces, ¿Cuál debería ser las acciones? ¿Debe hacer ese contraste o debe omitirlo?

Emily Quispe: Toda noticia tiene que ser verificada. No puedes publicar nada porque alguien te lo dijo. Incluso si otros medios lo publicasen, tú no lo puedes publicar hasta no verificar. Puede salir en un medio privado, en una radio privada y nosotros tenemos que basarnos en las fuentes, si es que alguien renuncia, si es que va a haber un toque de queda. Nosotros no podemos publicar nada hasta que no haya sido verificado. Si alguien muere y si, por ejemplo, fallece un actor, un cantante o un artista, un ingeniero, un biólogo, lo que sea tu es mejor llamar a un familiar, llamar a un representante legal, llamar al equipo de prensa a preguntarle si es cierto, porque puedes publicar algo que no sea cierto, dañar la imagen de una persona, dañar la imagen del ministerio o dañar la imagen de una entidad por querer ganarle a la inmediatez y en Nacional, no tenemos esa política nacional. Siempre nos han pedido que verifique información antes de publicarla para evitar ese tipo de problemas.

Alexander Marcelo: Claro, efectivamente, es algo que todos debemos primar antes de hacer la publicación. Siempre el contraste, que es parte de un rol del periodismo. ¿La interactividad de los usuarios en la red social Facebook originan la desinformación periodística sobre la Covid19?

Emily Quispe: En ellos comentan a cada información va a traer comentario, pero desinformación. Creo que si la nota no te es completa no va a caber. Sin lugar a duda, si la información que tú estás dando es completa y es precisa, va a haber. Así como el que desinforma y dice, pero ¿Qué fue? ¿Por qué no dijeron va a haber que les responda? Oye en el párrafo 5 está lo que tú estás preguntando. Y creo que eso también es bueno en las redes sociales. Hay muchas personas que se guían por el título y por y porque es simple. Se conoce aquí los nuevos precios de tal cosa. Y el titular dice. “Increíble...”, Y la gente dice sí, que es increíble que tal persona fue intervenida haciendo eso, no que esa persona la captaron haciendo lo otro. ¿Cómo es posible que se haya desembolsado tanto dinero? Y cuando ingresas a la nota te explica qué pasó, como se dio o cómo se trabajó. Entonces es así como hay personas que solamente leen el título de la nota. Hay personas quienes se toman la molestia de ingresar, leen el contenido y le dicen: “Oye, por si acaso lo que te estás diciendo en el segundo párrafo ya te respondió o en el primer párrafo te está diciendo toda la información. No te guía solamente por el título y por eso mismo ayuda mucho a la política que tiene Twitter cuando tú quieres retuitear una noticia Te dice ¿Has leído el artículo completo? Dale clic aquí y lee el artículo. Entonces, antes de compartir el artículo, te pide que lo leas para evitar eso de la desinformación entre usuarios, tanto en Facebook como en Twitter que suele pasar. Han visto indignante. Noticias. Entonces, si quieres empezar a compartir algo, es mejor leerlo. Y si no, siempre creo que lo mismo que hace el usuario por desinforma, hay un usuario que informa.

Alexander Marcelo: Definitivamente, Los periodistas digitales de un medio que publican una noticia falsa, ¿Deben ser destituidos de su cargo por faltar a la verdad?

Emily Quispe: Una noticia falsa, pues si alguien publica una noticia falsa sin verificar que daña una entidad, que daña a una persona, supongo que de acuerdo con las políticas que tenga la empresa va a ser sancionada y lo más seguro es que sea retirada o suspendida o castigada. Pero hoy el medio va a tener que emitir un comunicado. El periodista va a tener que retractarse. Va a tener que informar algo. Pero si lo más seguro es que sea sancionado, ningún periodista, por lo menos ningún periodista o comunicador, debería publicar una noticia falsa, porque una noticia falsa puede dañar la integridad de una persona. La moral de una persona. La imagen institucional publica de algún personaje, sea político o no, sea artista, no sanción tiene. Y aunque no sea una sanción de la empresa, sanción pública siempre hay, ¿no? Ya pierdes credibilidad. Y cuando pierdes credibilidad pierdes todo, porque la gente ya no confía en ti y no te contratan más porque saben que no eres una persona correcta y que la gente no va a creer en tus palabras. Entonces es un poco difícil que un periodista se arriesga a eso. Por lo general, quienes hacen publicaciones con noticias falsas lo hacen a través de páginas engañosas. No ponen su nombre, no, no se manchan. Tampoco quieren arriesgarse a perder la credibilidad que tienen.

Alexander Marcelo: Claro, sencillamente porque de por sí también se juega un poco la imagen del medio. Y es ahí como un poco difícil poder recuperarla, porque ya cuando la confianza de un medio se pierde, la misma población va a hacer un juicio. Y ese juicio más adelante va a traer consecuencias.

Emily Quispe: Claro, sólo van a van a haber comentarios negativos e incluso van a denunciar la página y la van a dar de baja los mismos usuarios.

Alexander Marcelo: Claro, definitivamente sabemos que existe un código deontológico en el tema de periodismo, que es uno de ellos. El respeto a la verdad en la actualidad. ¿Tiene vigencia este código en el periodismo digital?

Emily Quispe: Sí, claro. Nosotros debemos tener cuidado cómo redactamos la nota. No podemos, por lo menos nosotros. En Nacional no podemos juzgar, emitir una opinión, sino que generamos opinión a través de la información clara, precisa. No, no buscamos calificar algo como negro o blanco. Siempre damos la información

para que la gente pueda emitir un juicio a través de la información, de la noticia que ellos están viendo. La verdad, sí. Si hay algo que se da un hecho, por ejemplo, robo millonario, simplemente es un robo, sea grande, sea pequeño, es un robo. Entonces es robo. Y siempre eso es lo que buscamos hacer. Poner la información, publicar la información sin faltar a la verdad. Por ejemplo, tal persona hizo ¿Qué? Nosotros no calificamos de mala quienes juzgarán. Si la acción que tomó la persona es buena o mala, será el Ministerio Público o el Poder Judicial. La Policía Nacional, quienes actuarán conforme a la ley y solucionaran en eso, dará una norma, dará alguna sanción o algún municipio que se tenga que pronunciar. Nosotros, como medio de comunicación, no emitimos un juicio. Informamos a la persona, hizo eso, tal entidad hizo esto, tal empresa hizo esto y será la justicia quien tomará la decisión, no nosotros.

Alexander Marcelo: Definitivamente hay personas, autoridades, sobre todo lo que tienen que tomar cartas en el asunto, otros no. ¿Qué repercusiones consideras tú que provocan las desinformaciones periodísticas sobre la Covid-19 en las redes sociales Facebook y WhatsApp

Emily Quispe: La muerte, la muerte. Porque si tú le dijiste a una persona que probablemente confía mucho en ti hoy y ¿Sabes qué? Te puedes sanar consumiendo azitromicina a Ivermectina y esa persona es alérgica a uno de ellos dos. Se puede morir si tú le dices consume dióxido de cloro, creo que era uno. Si tú le dices consume tal y esa persona no le hace bien, se puede morir como un pequeño. Pero fue dos años, si mal no recuerdo que su mamá le dio el dióxido de cloro para que se recuperara y a la mañana siguiente despertó muerto. Por qué no recibió atención médica en su tiempo. Entonces la desinformación causa muerte en su máxima, en su máxima expresión. Porque tú le estás diciendo a una persona que mal lo que no, no, no le hace bien. Por eso lo mejor es llamar a un médico y decirle "Me comunico con el Ministerio de Salud o al doctor que puedas acudir. Me siento mal ir a la posta, llamar de emergencia", porque si tú consumes algo que no es para ti, te puedes morir intoxicado o te puede dar algún tipo de problema. Y en el caso puede generar delincuencia, vandalismo, asalto. Si tú le dices a la gente que mañana van a cerrar todos los mercados, puede ser que la gente vaya en grupo a los mercados a poder llevar todo lo que pueda y cuando haya gente que no encuentre lo que necesita, ir a buscar quién sabe qué en su desesperación pueda robar, puede entrar a algún lugar, tomarlo por asalto ante la carencia de algunos productos, salir a las calles, generar que más se contagien y generar más muerte. Entonces, con relación a la pandemia, la desinformación puede generar muerte con relación, porque es una enfermedad que está matando miles de personas a nivel mundial y por eso es que es responsabilidad del periodismo tener cuidado con lo que dice, cómo lo dice y evitar que la gente, pues en esta situación que preocupa a todos, que tienen hijos, que tienen abuelos, que tienen familiares que tengan algún tipo de comodidad, se ve afectada y tengan miedo, entonces nosotros como periodistas lo que tenemos que buscar es concientizar, sí, pero no aterrar, no atemorizar. Debemos tener las cosas con precaución. Hay una forma de actuar correcta y hay una forma de publicar las cosas correctas y la no es la forma sin contrastarlo. Buscar a un doctor que te diga cómo se tiene que hacer. Buscar un especialista. Si tu niño tiene algún problema y sufre alergias, evita consumir tal cosa. Publicar, pero con base, no publicar cualquier cosa porque efectivamente, en las manos de una persona puede estar la vida de otra y eso puede causar cosas que quizás el periodista no sepa, pero causas, consecuencias.

Alexander Marcelo: Definitivamente lo que mencionas, es algo sorprendente, pero en realidad la muerte es ese es el punto donde va a ser reflejado la desinformación periodística en tiempos de pandemia. ¿Qué debe primar cuando estamos frente al cursor antes de publicar la noticia en la red social Facebook o WhatsApp?

Emily Quispe: ¿Qué debe primar? Yo creo que primero es releer tus notas, antes de publicar siempre releo escribí bien la oración que he publicado, tiene sentido. La imagen que estoy poniendo va de acorde que voy a casar. ¿Qué va?, ¿Qué efecto va a tener? ¿Mi nota es correcta? y ¿Tiene los motivos correctos? Porque una vez publicada, ya la huella digital quedó de por vida. Entonces lo correcto es que el periodista, antes de darle click, diga por si acaso, por si acaso voy a leer de nuevo lo que acabo de escribir. "A ver, mediante un comunicado tal empresa informó que no se dé miércoles a jueves el servicio de agua va a ser cancelado..." porque puede ser que una coma cambia todo el sentido de la oración. Y por una coma, por una palabra, por un no, por un sí, por un qué, por un por qué; das puesto toda una nota incorrecta. Entonces revisar la nota, revisar tu publicación y evitar cometer errores. Entonces, antes de dar click, creo que lo primero es releerlo, releer y darte cuenta si lo que tú estás tratando de comunicar es correcto y si no, mejor no publicarlo hasta que lo hagas bien.

Alexander Marcelo: Claro que sí. Y para finalizar, Emily comparte un testimonio que tú hayas visto en el medio en el cual estás trabajando sobre la desinformación periodística en relación con la Covid19.

Emily Quispe: En estos tiempos lo que nos ha tocado vivir es bastante difícil ver información acerca del consumo de medicinas, de medicamentos y yo creo que es un ejemplo que podría haber. Es ver cómo la gente pública y el consumo de algunas yerbas, incluso como medicamento, y ver cómo la consecuencia es la muerte, entonces es en Radio Nacional. Nuestro jefe siempre ha sido muy claro, que informemos, siempre nos ha dicho no bajemos la guardia, es el eslogan de gobierno, no bajemos la guardia e informemos si se ha muerto alguien por haber ido al mercado. Informen cómo está pasando la situación para que no se olvide que tienen que cuidarse ellos, que tienen que cuidar sus familiares. Por ejemplo, hace poco hemos estado trabajando infografías y hasta haciendo las infografías. Te das cuenta de que en un que una sala te puedes enfermar en menos de dos horas y enfermar a 10 personas en menos de dos horas, Y eso puede ser fatal porque tú no lo sabes, pero esa persona se va a su casa y enferma en menos de dos horas a otras, a otras 10 personas más o 20 personas que viven consigo mismo. Entonces, esas noticias que nosotros publicamos buscan informar. Yo puedo rescatar que he visto como todos mis compañeros estaban poniendo ese granito de arena, para para buscar, informar y tal lugar se ha decretado confinamiento de nuevo. Publiquemos ahora para que la gente se entere de que otros países se están tomando las medidas y nosotros no podemos ser ajenos a esas medidas que están tomando, porque como ciudadanos tenemos que cuidarnos también. Entonces me parece muy importante que se pueda revisar eso, ver cómo los médicos a los que se entrevistan todos los días nos dicen que ellos, incluso personas mayores, exministros que hemos entrevistado, que son médicos que tienen más de 60 años, iban a trabajar. Y es loable, como pese a que ellos exponen y dan su vida por personas que no tienen conciencia y nosotros podemos verlo y tenemos que publicarlo. Hemos entrevistado al doctor Ciro Maguiña, al doctor Fernando Carbone, médicos que se han enfermado, no como el doctor Carbone, que decía: "Yo he estado mal, he visto familiares, cómo se han enfermado y yo he guardado cuarentena sin poder ver a mis nietos, sin poder ver a mi familia. Pero. Pero he guardado la cuarentena de vida, he ido al hospital, he estado allí..." Todo por salvar otras vidas, Y ellos informan. Y ahora que están ahí, alertan y te dicen "Por ir a tu reunión de Navidad. Ahora vas a estar en quincena de marzo, no vas a estar tocando la puerta a los hospitales y no va a haber camas UCI. Y no vamos a poder sacar a una persona a la que le ha dado un paro cardíaco de una cama, con respirador para poner un paciente COVID 19, porque durante la pandemia se estuvo poniendo a pacientes COVID 19 como prioridad en las camas UCI, pero ahora si se desentendieron a personas que también lo necesitaban como mujeres embarazadas que tenían alguna complicación, alguna persona que salía, que tenía algún accidente, que tenía algún paro cardíaco y no se ponían camas UCI para darle prioridad a los pacientes

Covid19. Eso no se está haciendo ahora se está atendiendo tanto pacientes Covid19 como pacientes no Covid para evitar que haya muertes por otro tipo de problemas que no sea el coronavirus". Entonces nos decía el doctor. "No vamos a sacar a un paciente, no covid19 que está en una cama UCI para poner a ti que te has ido a hacer tu fiesta de fin de año. Y de forma irresponsable. Para sacar a una persona que le ha dado un paro cardíaco por causas, pues no sé, de naturales, congénitas". Entonces, eso que el doctor transmite. Nosotros también tenemos que transmitirlo. Y es fuerte escucharlo, ponerlo. Y uno como periodista se impacta, pero también como persona, no como ser humano, como madre, como hijo o como hermano. Y dice si generas conciencia, entonces eso. Cada declaración que yo he escuchado de cada médico se me ha quedado grabado. Y yo digo sí, hay que tener limpieza, hay que lavar la fruta, las verduras. Hay que tener cuidado cuando hablas con una persona está bien. Si tú sabes que esa persona está bien, entonces perfecto. Pero siempre, como decía, con prueba molecular de por medio. Y suena un poco a la broma. Pero como hay que cuidar a los demás, porque nosotros no. Ahorita no estamos libres de nada y hasta que llegue la vacuna y aun cuando llegue la vacuna y esta ha sido e inoculada varias personas, llega hasta nosotros. Entonces primero vendrán las vacunas para el personal de salud, las enfermeras, personal de limpieza, los hospitales y después a nosotros. Y eso va a tomar un poco de tiempo. Mientras tanto. Yo repito las palabras de esos médicos tomemos conciencia las compartimos con mis compañeros, en el Facebook, en el Instagram. No bajemos la guardia, cuídense, cuídense. No existe. Ve como el primer eslogan. Yo me quedo en casa. Si te quieres, yo me quedo en casa. Entonces evitar ir a enfermar a otras personas, porque puede ser que uno como joven nos enferme o que el pase muy ligero, Pero hay siempre personas mayores a las que tú ves y se pueden enfermar, pueden caer, pueden morir. Y la muerte ya no tiene regreso de regreso a la muerte. Hoy llegó a tu vida y ese familiar que tanto quieres por irte a una pichanga ya no volvió. Tu por irte a tu partido de fútbol, por irte a tomar con tu amigo, por no tener el protocolo debido, porque nadie te dice que no, que no veas otras personas, porque ya puedes irte a tomar café con una persona manteniendo la distancia debida contra los protocolos que están manteniendo, pero ya todo bajo nuestro propio riesgo. Sobre todo, en esta situación en la que vemos como a otros países en Europa están determinando confinamiento de nuevo está en Inglaterra y en otros países. En Alemania ya están volviendo a las medidas fuertes y nosotros recién estamos un poquito abriéndonos. Entonces no podemos darnos también allá. ¿Ya se fue la pandemia? No se ha ido y sigue ahí presente. Y sigue y sigue estando con nosotros. Y mientras no llegue la vacuna tendremos que aprender a vivir con ella, como las medidas necesarias, con la limpieza necesaria. Y como dice el periodismo hoy, tiene una responsabilidad de educación, de información, de decirle a la gente oye, lávate las manos y que puede parecer muy sencillo, pero que la gente puede olvidarse. Oye, la mascarilla no se usa aquí, si no se usa aquí, tienes que cubrirte todo como tienes que estar, te vas a subir a un auto, ponte la mascarilla, el protector facial, ten cuidado. Incluso al tocarla la baranda de una escalera. Todo el contacto humano hay que tenerlo porque no hay que perderlo, pero con cuidado, con responsabilidad, Ahora no recuerdo bien, pero a un entrevistador dijo distanciado sí, pero simplemente distanciado físicamente, pero el corazón, el cariño por el otro, el cuidado por el otro se refleja en el fondo en protegerlo, en cuidarlo y evitar que se enferme, evitando que se muera y evitar que su madre, esa persona muera y evitar que su hijo muera. Evitar que tú no sabes que le puede pasar.

Alexander Marcelo: Claro, es un poco tal vez extremista lo que comentas, pero es la realidad de la situación la cual puede llevarlo la desinformación y más aún cuando el periodismo no cumple su rol de transmitir la verdad. Creo que ahí entra mucho a tallar los valores Y dejando de lado, también es la ciudadanía otra pieza fundamental

que a veces se deja sobrellevar y no hay nada contra la situación. Emily ha sido un gustazo conversar contigo sobre ese tema, agradecido de antemano y bueno, hasta una próxima oportunidad.

Emily Quispe: Muchísimas gracias igualmente. Muchas gracias.

ENTREVISTA SEMIESTRUCTURA #03: Luis Ciudad.

Alexander Marcelo: Muy buenas tardes, nos encontramos con Luis, es periodista digital y esa tarde estaremos conversando acerca del uso de las redes sociales como una fuente desinformación periodística en medio de la pandemia Covid19. Luis, Consideras tú que ¿En la red social Facebook hay noticias que generan la desinformación periodística sobre la Covid-19? ¿Por qué?

Luis Ciudad: De hecho, que, al inicio de Facebook, más allá del tema de pandemia, era más una red social, ahora se ha vuelto más una red informativa, mientras que otras redes como el Instagram o el mismo TikTok, por ejemplo, ya se han vuelto más redes sociales. Pero el Facebook se ha vuelto más una red informativa, al igual que Twitter, por ejemplo. Y de hecho que sí hay muchas personas que incluso no son periodistas, pero buscan informar. Tienen ese don o ese gusto por querer informar. Entonces, en ese afán de querer informar y como bien se dice la red social es inmediatez, pueden tener estas equivocaciones. Ya ha pasado en televisión, ha pasado en radio, pasado en todos lados, en redes sociales aún más ya que no hay ningún control o ningún filtro que te diga este o que asemejo, que te diga que realmente una información es verídica y que de hecho que existe de acuerdo a que la red social de una manera u otra se prestan para la información. Obviamente que hay medios que sí son verificados y que ayudan a evitar este tipo de noticias falsas fakenews, Pero en temas generales sí hay desinformación en las redes sociales sobre todo en Facebook.

Alexander Marcelo: Claro que sí, Un usuario de WhatsApp, puede ser parte de la desinformación periodística a la hora de reenviar contenidos a sus contactos, ¿Está de acuerdo con lo afirmado anteriormente?

Luis Ciudad: Sí, sí, lo he vivido en carne propia. A veces me llega a mí, a mi propio chat, informaciones o psicosociales, aún más en tiempos de pandemia, aparecen personas que indica: "Oye, tal día van a cerrar las fronteras, van a salir los militares", cuando en realidad no hay ninguna información verídica sobre ellos. Entonces, de una manera u otro, nosotros somos instrumentos o herramientas que ayudan también a desinformar. Así como también hay personas responsables que buscan verificar la información. También hay personas que lamentablemente se dejan guiar por el tío, el primo a la familia o el amigo le dijo el WhatsApp como medio también, que a pesar de que es más una red para interactuar, para conversar. Se ha vuelto también una especie de red de desinformación.

Alexander Marcelo: Claro que sí, creo que todos hemos sido testigos de ello. Antes y durante, y también en el transcurso actualmente de la pandemia, como las alertas han llegado y los contactos siempre, traía una información que no estaba contrastada. Y más cuando se hacía masivo, generaba el pánico. ¿Cuándo el periodista tiene una noticia de último minuto, está obligado a contrastar la noticia antes de publicarla o debe omitirla por la inmediatez?

Luis Ciudad: De hecho, que desde las aulas siempre nos inculcan, nos dicen pues, nosotros somos el cuarto poder, el periodismo es un cuarto poder hablando de forma social. Entonces tenemos una muy grande responsabilidad para con toda nuestra ciudadanía en general. Y de hecho que la situación a la acción de verificar una información

antes de difundirla debe ser ley para un periodista o para un comunicador. La llegada de las redes sociales y de las plataformas digitales ha hecho que sí y que incluso el mismo Twitter que pasa una información. Me voy a Twitter porque sé que ahí van a publicar en un último minuto de forma bastante rápida. Pero ha pasado. También hay casos donde se han equivocado. Hay periodistas y tengo colegas, amigos, conocidos que por precisamente por la inmediatez que se han equivocado. Entonces a veces uno dice y se pone a ponderar que vale más la inmediatez, obtener la primicia, pero equivocarme o demorarme de repente, no sé, 20 minutos, quince minutos, pero publicar algo verídico. Y evidentemente el hecho de contrastar información antes de difundirla conlleva una gran responsabilidad. Así que más allá de la inmediatez, que si puedes verificar de forma rápida eso es cierto, pero debe sobrepasar y sobre tener prioridad en cuanto a la verificación de la información.

Alexander Marcelo: Claro que sí, es algo primario para el periodista sobre todo el contraste de todo lo que se va a publicar a la comunidad. Sobre todo, porque eso más tarde va a tener efectos.

Luis Ciudad: Y a la larga te ayuda. Porque qué, pasa si no revisas vas a patinar, Entonces la misma gente no te va a creer, te va a dejar de seguir, va a dejar de seguir tal medio y pierde credibilidad. Entonces es mejor dar unos minutos, contratar, porque también tienes tu colega, tus fuentes de información. Obviamente que como periodista y como comunicador, así que es mejor esperar un poquito.

Alexander Marcelo: Otro punto ¿La interactividad de los usuarios en la red social Facebook originan la desinformación periodística sobre la Covid-19?

Luis Ciudad: La interacción. De hecho, que el usuario de las redes sociales de variopinto, el nivel de usuarios es muy distinto en las redes sociales, no discrimina evidentemente. Entonces, el hecho de interactuar sí te puede llevar a desinformación, porque estás de repente en el feed de Facebook buscando alguna noticia y encuentras alguna sobre un tema político y te pones a leer los comentarios porque te da curiosidad. Precisamente la red social es para eso, para entretenerte también. Entonces te da curiosidad los comentarios encuentras otra información que desmienta esta noticia. Entonces tienes a quién le voy a creer y sigue leyendo y buscas información interesante también. La interacción en la red también generar desinformación, lo cual no debería ser así. Pues no, pero lamentablemente no hay todavía un control o un filtro para poder discernir sobre qué es lo real y que es lo irreal.

Alexander Marcelo: Claro, aún todavía no hay los mecanismos. Google comenzó a ser un primer momento una plataforma pionera de poder instalar esos tipos de controles, pero en tema de redes sociales no se ha visto aplicada. Pasamos a otro punto y es que sabemos de qué hay, periodistas informales que no tienen todavía la certificación para ser denominadas periodistas. Ellos también publican noticias, porque el poder ciudadano también hace que ellos se puedan poner como evidencia para poder obtener seguidores.

Luis Ciudad: No hay un filtro. Sí he visto varias páginas, incluso con nombres propios, Juan Pérez informa, por ejemplo, y publican información y publican información y lamentablemente no hay ningún filtro. Puede que sí tengan la información real, pero como yo lo verifico, tengo redes de canales oficiales. Tenemos mismo. Radio Nacional de Perú, Agencia Andina, los mismos portales del Estado, entonces hoy hay portales en los cuales yo sí puedo verificar esta información. Si que de repente Pepito Pérez público el 30 de diciembre hay toque de queda desde las 6 de la tarde. ¿Cómo lo verifico? De repente entro al portal del gobierno o entro a los canales oficiales como la Agencia Andina, que es uno de los portales más importantes del país, Así que de hecho que no hay ninguna regulación a veces más siguen a al periodista o al seudoperiodista, a la persona que está informando más por afinidad, porque te cae bien, pero no tanto porque tenga la información verídica. Yo creo que eso se va

construyendo conforme pasa el tiempo. Si realmente no se aciertas a todo, pero si tienes una muy buena formación, lo cual no local no lo cataloga como periodista en teoría, pero en la práctica se podría decir que sí.

Alexander Marcelo: Claro que sí, hay un tema también que Los periodistas digitales de un medio que publican una noticia falsa, ¿Deben ser destituidos de su cargo por faltar a la verdad?

Luis Ciudad: Mira, ya ha habido casos, ha habido casos en la televisión, en la prensa escrita, donde han habido errores, Y ahí ha habido dos casos también donde se le pide al periodista comunicador rectificarse, sea en televisión o en medios escritos o incluso en la misma radio. Esa es una pedir a la rectificación en cuanto a la información. Y la otra también que he visto es que sale el medio como tal, con un comunicado indicando que se van a tomar las medidas correctivas de que son cosas que no van a procurar que no se repita. Y por ahí el periodista o comunicador no pasa a segundo plano, es decir, ya no forma parte de esta casa periodística. En mi concepto, yo creo que más allá de que está el periodista, también tiene un equipo atrás tiene asistentes, tiene productores que también son parte muy importante porque el periodista acomodará en la televisión da la cara, por ejemplo, pero detrás de él tiene una pauta y esa pauta lo construye producción. Entonces es una serie de errores que se van conjugando en el caso de la televisión, en la radio, o sea en un medio impreso, a título personal, yo considero que es loable, que, si el periodista se equivocó por su error, que brinde las disculpas del caso.

Alexander Marcelo: Claro que sí. Sobre todo, porque la opinión pública va a hacer juicio más adelante. Y después ya va a ser un poco más complicado recuperar esa confianza que en un minuto, un segundo puede que todo lo trabajado tirarlo a la borda. Sabemos que existe el código deontológico, que es el respeto a la verdad en la actualidad, bajo tu punto de vista, ¿Consideras que tiene vigencia en el periodismo digital?

Luis Ciudad: El código ético, incluso deontológico, de un periodista o de un comunicador por más que este en cualquier medio que sea, e incluso la digital debe primar. ¿De qué se esté aplicando o no se está aplicando? Me parece que no, sobre todo en los medios digitales. De hecho, que es algo que es común en los médicos, que en su código también no se debe romper por más en cualquier instituto o institución o centro de salud que esté, con cualquier situación que esté, incluso entonces. El periodista también tiene. Tiene un código deontológico, un código de ética periodística que no debe romper por más que es un medio digital, televisivo, radial o escrito. O sea, el contexto no debe o debe alterar lo que uno como periodista debe respetar siempre. Yo considero que no se está respetando en algunos casos, porque tampoco no podemos decir que todos los medios digitales o todos los periodistas que usan las plataformas digitales son irresponsables. No es así tampoco. Pero si no se viven más casos en las plataformas digitales.

Alexander Marcelo: ¿Qué repercusiones considera usted que provocan las desinformaciones periodísticas sobre la Covid-19 en las redes sociales Facebook y WhatsApp?

Luis Ciudad: Trae consecuencias muy graves, porque no es que la persona tiene esa mala noticia y se lo guarda, ya no es así, porque, al contrario, tiene una noticia errada y lo difunde porque no sabe que es errada y eso se hace una masa y todas las personas empiezan a escuchar, paso en incluso en medio pandemia. No sé si te acordarás, el caso donde se hablaba en las redes sociales sobre una niña circulaba un audio donde la niña que decía que no salgan de su casa tal día porque hay un humo, un vapor en las calles que está entrando en las casas y que es dañino. Y la gente no salió de su casa ese día, me acuerdo hasta un par de días después precisamente por esa información. Por más que el Gobierno decía que no salgan de su casa, y lo vengo repitiendo durante toda la pandemia. Pero la gente le hizo caso este audio de la niña que decía que no salgan de sus casas. Entonces las noticias falsas o la misma desinformación te generan, te genera una corriente totalmente negativa. Lo hemos visto también cuando

entrevistaron en el canal 4, en el canal 9, en distintos medios televisivos, a un seudocientífico peruano que estaba en China. Si no me equivoco, está buscando la vacuna, en plena investigación sobre el tema. Y luego resultó que esta persona no era médico era un actor. Imagínate los mismos medios salieron a rectificarse. Entonces yo creo que la desinformación como tal, acarrea y trae consecuencias muy negativas para todas las personas, para todos los usuarios que usan las redes sociales, verifiquen siempre los portales y canales oficiales antes de difundir, porque es el peligro que tú lo difundas, ahí entra a tallar lo negativo.

Alexander Marcelo: Claro que sí. También puede provocar que todo un gobierno se desestabiliza. Que la gobernabilidad de un país se vea tirada sólo porque va a primar la desesperación de la población y esa desinformación que no fue controlada en su debido momento.

Luis Ciudad: Por eso que te comentaba al principio que el periodismo es un cuarto poder, tenemos que poder judicial, poder ejecutivo, poder legislativo y de forma variopinta tenemos al periodismo que es el cuarto poder.

Alexander Marcelo: Claro, ¿Qué repercusiones considera usted que provocan las desinformaciones periodísticas sobre la Covid-19 en las redes sociales Facebook y WhatsApp?

Luis Ciudad: En primer lugar, un periodista digital en cualquier medio tiene que saber qué es noticia. Tampoco puedes publicar cualquier cosa. No todo es noticia. Ojo, tienen que saber qué es noticia, saber qué repercusión va a causar, tienes que verlo como si fueras un usuario más. Si yo fuese un usuario, leo esto ¿me parece entretenido?, ¿me parece interesante? Se va a prestar a que yo transforme o cree una opinión propia, Evidentemente, después de ello, también ver si la noticia o lo que va a publicar es verdadero. Como siempre en las clases universitarias no indican y dar una noticia es como contar una historia. Entonces hacer que tu noticia, que tú historia sea atractiva para para el usuario, para el oyente, para el televidente. Son esas cositas que debes tener siempre en cuenta. No, no, no todo es noticia, por más que digan que el presidente se tropezó y es noticia. Tienes que saber discernir en que el leí lo interesante o lo polémico y en lo que realmente va a sumar a la ciudad de la ciudadanía, claro.

Alexander Marcelo: Y ahí entra también el por el lado del poder que el periodismo tiene para educarlo, sobre todo en las funciones que debería no solamente de por un lado informar, sino que también tiene que dar ese lado educación que también poco se ha visto, al menos de forma reflejada en el periodismo digital, para finalizar coméntanos de un testimonio que tú hayas visto de la desinformación periodística, coméntanos un poco.

Luis Ciudad: Sí, bueno, recordando el caso que te comentaba del seudocientífico peruano que estaba allá en China. Recuerdo que en nuestro medio también lo íbamos a sacar, no lo sacamos, pero lo vamos a publicar como nota web, TV Perú si lo entrevisto. Pero no sé, por obra y gracia del destino no lo sacamos. Sinceramente, te soy súper sincero. Tampoco nosotros nos dimos el tiempo para saber si realmente este médico era médico también y ambos tienen miedo e íbamos simplemente a rebotar esta información, lo cual iba a ser sumamente responsable. Y es ahí donde nos dimos cuenta. Oye, mira qué pasaba. Y si rebotamos esta información también nos vamos a quedar mal, TV Perú tuvo que salir al aire para disculparse, Todos los medios empezaron a llamarlo rebotando y conocer gente. Señor, nunca dijo nada, pero todos empezaron a llamarlo hasta que al final se salió a la luz, que no era médico. Imagínate que en nuestro medio nacional hubiese rebotado. También hubiera sido responsable de nuestra parte. Por eso es muy importante sea no tanto con quedarte medio, que por más que lo saque el medio más prestigioso. También hay que verificar siempre, darse unos minutitos, un tiempito de repente para googlear el nombre porque a veces uno solamente a veces le llega a tu despacho notas de prensa de no sé, de tal municipio y lo escribes y dices, pero ¿Realmente esta persona es que es regidor de esta municipalidad? No lo sé, es una nota

de prensa x, mejor me doy el tiempo de repente dos o tres minutos más en buscar, pero estoy siendo totalmente responsable con la información que voy a brindar.

Alexander Marcelo: Y en temas de redes sociales, algo que tú hayas visto particularmente a lo largo de la pandemia. Compártenos un testimonio

Luis Ciudad: Por ejemplo, esto último de la nueva cepa que hay mucha gente que estaba hablando, que publicaba, me escribía no, simplemente nos están queriendo meter miedo para que nuevamente estemos en nuestra casa y nos dejen trabajar y entremos nuevamente en cuarentena, Hay mucha desconfianza también de la de los mismos usuarios de redes sociales de los medios, Porque esta nueva cepa la encontraron en Reino Unido, en Sudáfrica, y ahora hay más casos en otros países. Pero basándome en eso, en la desconfianza que tiene el lector o el usuario en redes sociales con todos los medios en general No, solamente porque somos medios del Estado, con los medios en general hay una. Hay una sensación de desconfianza entonces, Y así está bien, está bien que no todos crean, pero como te comenté al principio, hay de todo. En las redes sociales encontramos usuarios de todo nivel. Hay usuarios que se toman el tiempo de filtrar información y simplemente comparten, comparten y dan una opinión sin saber a ciencia cierta qué pasó. Y como te comentaba con esta nueva variante, con esta nueva cepa, hay mucha gente que cree que es simplemente estrategia del Estado o estrategia del periodismo para que metamos terror o metamos miedo a la ciudadanía, pero hay investigaciones como tal.

Alexander Marcelo: Bueno mí estimado, ha sido un gusto estar conversando contigo esta tarde y bueno, agradecer de antemano por esta aceptación de la entrevista. Un gustazo.

Luis Ciudad: Mucho, mucho gusto y nada. Suerte.

ENTREVISTA SEMIESTRUCTURA #04: Monica Caceda.

Alexander Marcelo: Considera usted que, ¿En la red social Facebook hay noticias que generan la desinformación periodística sobre la Covid-19? ¿Por qué?

Monica Caceda: No solamente es Facebook, si no todas las redes sociales donde se difunden noticias falsas, y va a depender de los mismos usuarios comprobar la veracidad. Esto es por las facilidades que tiene internet y estas plataformas para difundir noticias falsas.

Alexander Marcelo: Un usuario de WhatsApp, puede ser parte de la desinformación periodística a la hora de reenviar contenidos a sus contactos, ¿Está de acuerdo con lo afirmado anteriormente?

Monica Caceda: Generalmente los usuarios al tener un Smartphone que es el dispositivo móvil que le facilita acceso a la información por la rapidez no confirman la veracidad de la noticia y los comparten con sus contactos.

Alexander Marcelo: ¿Cuándo el periodista tiene una noticia de último minuto, está obligado a contrastar la noticia antes de publicarla o debe omitirla por la inmediatez?

Monica Caceda: La labor de todo periodista ya sea que trabaje en medios tradicionales o digitales, siempre es corroborar la información. Si no lo corrobora no lo publica.

Alexander Marcelo: ¿La interactividad de los usuarios en la red social Facebook originan la desinformación periodística sobre la Covid-19?

Monica Caceda: No, la interactividad es una característica esencial de la comunicación digital que ayuda, más bien el error de la desinformación no es por el uso de la plataforma, porque la plataforma existe para un determinado fin, va a depender del uso adecuado de los usuarios.

Monica Caceda: Cuando se trabaja en un medio digital o medio tradicional es necesario, es sumamente necesario que todas las noticias que lleguen a la sala de redacción o le llegue al periodista tiene que filtrarlo y corroborarlo la veracidad de esta, no se publicar algo que no ha sido verificado porque estaría en contra de su propia ética del medio y del mismo periodista, que es más grave.

Alexander Marcelo: Los periodistas digitales de un medio que publican una noticia falsa, ¿Deben ser destituidos de su cargo por faltar a la verdad?

Monica Caceda: Todos los medios tiene sus propios procedimientos o sus propias normas que le dan a conocer los periodistas y obviamente ellos tienen que tener en cuenta de eso, de las consecuencias que podrían ser objetos si no cumplen con esa normas, además el hecho de mentir es propio de una persona, ósea eso no tiene por qué estar regular, si es ético o no, es una decisión propia de cualquier profesional no solamente de un periodista.

Alexander Marcelo: El código deontológico “El respeto a la verdad”, en la actualidad, ¿Tiene vigencia en el periodismo digital?

Monica Caceda: Siempre la verdad va a ser un requisito fundamental para el periodista, no importa el medio no importa el tiempo siempre va a estar vigente.

Alexander Marcelo: ¿Qué repercusiones considera usted que provocan las desinformaciones periodísticas sobre la Covid-19 en las redes sociales Facebook y WhatsApp?

Monica Caceda: Cuando uno divulga noticias lo más lamentable que desinformas y lo segundo es causas alarma y no estás pensando en el bien común de las persona si no en tus propios intereses.

Alexander Marcelo: ¿Qué debe primar cuando estamos frente al cursor antes de publicar la noticia en la red social Facebook o WhatsApp?

Monica Caceda: Toda noticia y más en lo digital deben primar la investigación antes de publicar.

Alexander Marcelo: Cuéntanos un testimonio que hayas visto de fakenews (Noticias falsas) en redes sociales sobre la Covid19. Explícanos con detalles.

Monica Caceda: Hay muchas noticias, pero creo que la más recordada es cuando Peru21 público sobre la covid19, que las personas no cumplían con las normas de distanciamiento y puso una foto supuestamente del metropolitano si no que era del transporte público de Colombia y ahí te puedes dar cuenta que no hubo un filtro, que no se preocupan por la veracidad, luego el medio tuvo que disculparse, tuvo que salir también la propia directora para asumir el error. Y esto es un llamado a la reflexión que debemos tener mucho cuidado porque se ponen en juego la credibilidad del medio y del periodista.

Evidencias fotográficas de Entrevistas.



Figura 15: Entrevista Alonso B.

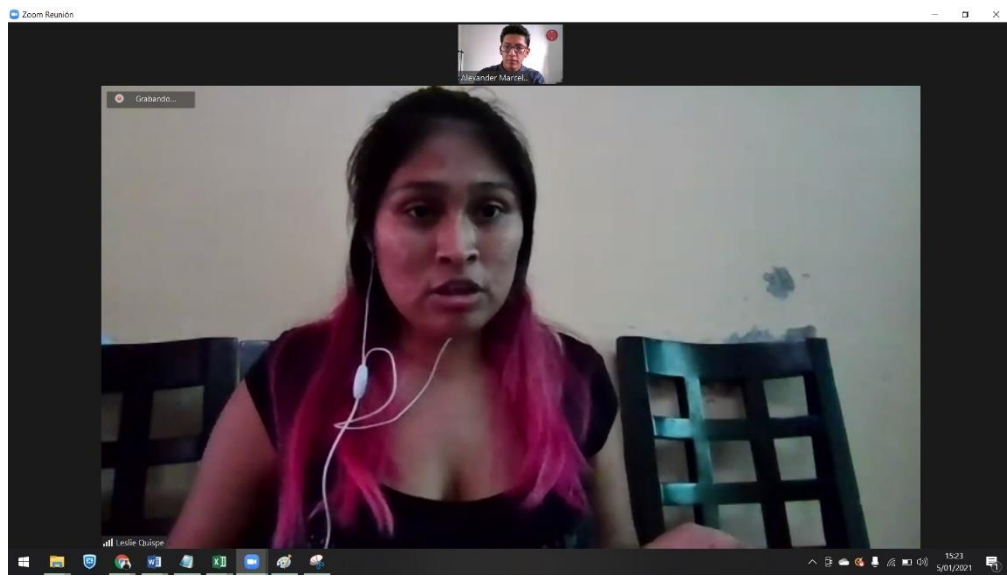


Figura 16: Entrevista Emily Q.

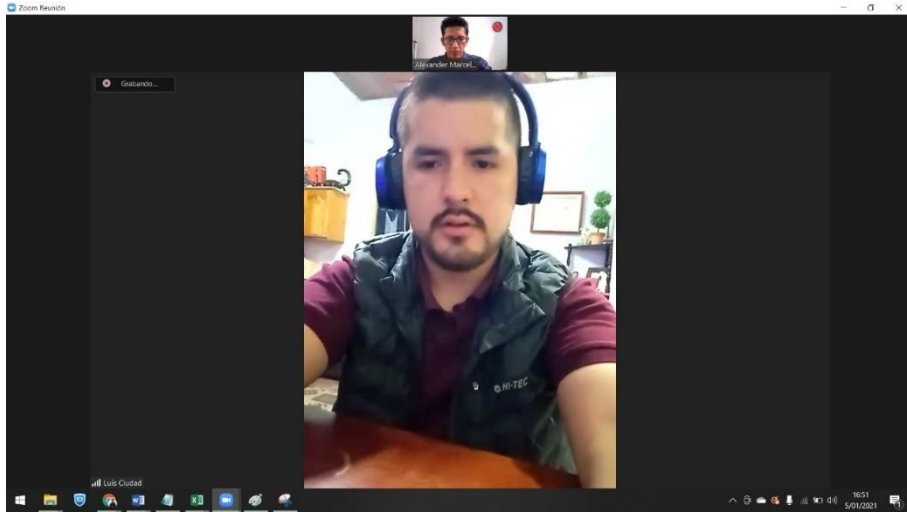


Figura 17: Entrevista Luis C

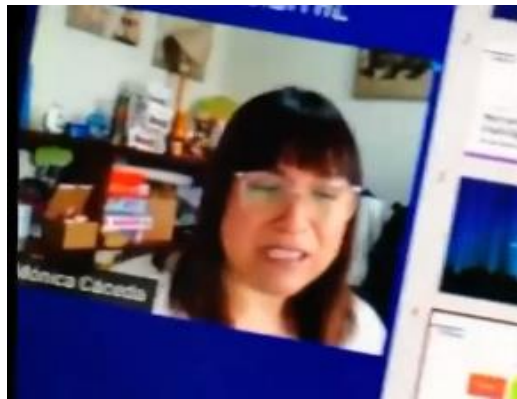


Figura 18: Entrevista Mónica Caceda

Anexo 06: Esquema de la tesis según enfoque Cualitativo.

Carátula (Tapa)
Datos de la tesis
Dedicatoria
Agradecimiento
Índice
Índice de Tablas
Índice de Figuras
Resumen
Abstract
Introducción

I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

- 1.1 Descripción del problema
- 1.2 Formulación del problema
 - 1.2.3 Problema general
 - 1.2.4 Problemas específicos
- 1.3 Objetivos de la investigación
 - 1.3.1 Objetivo general
 - 1.3.2 Objetivos específicos
- 1.4 Justificación de la investigación
 - 1.4.1 Teórica
 - 1.4.2 Metodológica
 - 1.4.3 Práctica
- 1.5 Delimitación de la investigación
 - 1.5.1 Temporal
 - 1.5.2 Espacial
 - 1.5.3 Social

II. MARCO TEÓRICO

- 2.1 Marco histórico
- 2.2 Antecedentes teóricos
 - 2.2.1 Nacional
 - 2.2.2 Internacional
- 2.3 Bases teóricas
 - 2.3.1 Bases teóricas de las categorías
 - 2.3.2 Bases teóricas de las subcategorías
- 2.4 Definición de términos básicos

III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

- 3.1 Las categorías
 - 3.1.1 Identificación de las categorías y su definición
 - 3.1.2 Operacionalización de las categorías
- 3.2 Tipo, nivel y diseño de investigación
 - 3.2.2 Tipo de investigación
 - 3.2.2 Nivel de investigación
 - 3.2.3 Diseño de investigación
- 3.3 Métodos de investigación

- 3.4 Población y Muestra
 - 3.4.1 Población
 - 3.4.2 Muestra
 - 3.4.3 Muestreo
- 3.5 Técnicas e instrumentos cualitativos de recolección de datos
 - 3.5.1 Técnicas
 - 3.5.2 Instrumentos (Validez cualitativa o rigor científico)
- 3.6. Técnicas de procesamientos de datos

IV. RESULTADOS

V. DISCUSIÓN

VI. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES

REFERENCIAS

ANEXOS:

- Anexo 1: Líneas de investigación
- Anexo 2: Matriz de consistencia
- Anexo 3: Instrumento de recolección de datos
- Anexo 4: Ficha de Validación de instrumentos.
- Anexo 5: Transcripción de las entrevistas
- Anexo 6: Esquema de la tesis