

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



TESIS

*Análisis del proceso de Fact-Checking en Facebook:
Caso Ojo Público, 2024*

(Para optar el título profesional de Licenciada en Periodismo)

PRESENTADO POR:

Lariza Alejandra Quispe Gonzales



ASESOR (A):

Víctor Miguel Valdez Orriaga

LIMA – PERÚ

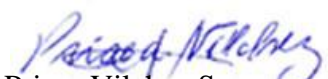
2024

INFORME DE SIMILITUD DE LA TESIS DE LARIZA ALEJANDRA QUISPE GONZALES

INFORME																			
Título del Trabajo de Investigación (Tesis)	<i>Análisis Del Proceso De Fact-Checking En Facebook: Caso Ojo Público, 2024.</i>																		
Autor/a del trabajo de investigación (Tesis)	Autora: Lariza Alejandra Quispe Gonzales DNI: 75995114																		
Asesor/a	Nombres y Apellidos: Víctor Miguel Valdez Orriaga ORCID: https://orcid.org/0000-0001-6048-0462 D.N.I: 06051016																		
Grado/Título para obtener	Título Profesional de Licenciada en Periodismo																		
Fecha de la aplicación del software Antiplagio	19 de mayo de 2025																		
Índice de similitud	14.79 %																		
Máximo permitido por la EPP de la UJBM	25 %																		
Responsable de la aplicación del software Strike Plagiarism	Mg. Prisea G. Vilchez Samanez																		
<div style="font-size: 0.8em; margin-bottom: 5px;"> <p>Título Análisis del proceso de Fact-Checking en Facebook_Caso Ojo Público 2024</p> <p>Autor Promotor Lariza Alejandra Quispe Gonzales Víctor Miguel Valdez Orriaga</p> <p>Unidades organizativas Universidad Jaime Bausate y Meza</p> </div> <hr/> <p>Registro de similitudes</p> <p style="font-size: 0.7em; margin-bottom: 10px;">Ten en cuenta que los valores altos de coeficientes no significan automáticamente el plagio.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center; margin-bottom: 10px;"> <div style="text-align: center;">  <p>14.79% 14.79% CS 1</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>1.59% 1.59% CCot</p> </div> </div> <p>Listas activas de similitudes</p> <p style="font-size: 0.7em; margin-bottom: 10px;">En particular, los fragmentos requieren atención, que se han incluido en el CS 2 (marcado en negra). Use el enlace "Marcar fragmento" y vea si son frases cortas dispersas en el documento (similitudes casuales), numerosas frases cortas cerca de otras (plagio mosaico) o fragmentos extensos sin indicar la fuente (plagio directo).</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; font-size: 0.7em;"> <thead> <tr> <th style="width: 5%;">NO</th> <th style="width: 70%;">TÍTULO O FUENTE URL (BASE DE DATOS)</th> <th style="width: 25%;">NÚMERO DE PALABRAS IDENTICAS (FRAGMENTOS)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/download/65246/456445653772</td> <td style="text-align: right;">79 0.46 %</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>https://idus.us.es/bitstreams/f6499658-de0a-4891-a8f9-c2793c0fc894/download</td> <td style="text-align: right;">71 0.41 %</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>https://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/4207</td> <td style="text-align: right;">65 0.38 %</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/133756/1/%C3%89tica%20discursiva%20e%20inteligencia%20artificial.pdf</td> <td style="text-align: right;">57 0.33 %</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>https://idus.us.es/bitstreams/f6499658-de0a-4891-a8f9-c2793c0fc894/download</td> <td style="text-align: right;">55 0.32 %</td> </tr> </tbody> </table>		NO	TÍTULO O FUENTE URL (BASE DE DATOS)	NÚMERO DE PALABRAS IDENTICAS (FRAGMENTOS)	1	https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/download/65246/456445653772	79 0.46 %	2	https://idus.us.es/bitstreams/f6499658-de0a-4891-a8f9-c2793c0fc894/download	71 0.41 %	3	https://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/4207	65 0.38 %	4	https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/133756/1/%C3%89tica%20discursiva%20e%20inteligencia%20artificial.pdf	57 0.33 %	5	https://idus.us.es/bitstreams/f6499658-de0a-4891-a8f9-c2793c0fc894/download	55 0.32 %
NO	TÍTULO O FUENTE URL (BASE DE DATOS)	NÚMERO DE PALABRAS IDENTICAS (FRAGMENTOS)																	
1	https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/download/65246/456445653772	79 0.46 %																	
2	https://idus.us.es/bitstreams/f6499658-de0a-4891-a8f9-c2793c0fc894/download	71 0.41 %																	
3	https://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/4207	65 0.38 %																	
4	https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/133756/1/%C3%89tica%20discursiva%20e%20inteligencia%20artificial.pdf	57 0.33 %																	
5	https://idus.us.es/bitstreams/f6499658-de0a-4891-a8f9-c2793c0fc894/download	55 0.32 %																	

Nota: Ver informe de similitud completo

Lima, 23 de mayo del 2025


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

DEDICATORIA

Para mi abuelo, una de las mayores inspiraciones para alcanzar mis sueños y es una de las personas que más echo de menos en mi vida. También, a mis padres quienes me acompañaron en todo mi proceso de crecimiento personal, brindándome todo su amor y apoyo para no rendirme.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi familia, quienes siempre han sido mi pilar en todo momento, por su apoyo incondicional, por siempre confiar en mis capacidades y enseñarme a no rendirme ante las dificultades. Además, han sido el soporte emocional y económico para poder continuar con mis estudios.

Por último, agradecer a mi alma mater la universidad Jaime Bausate y Meza que me ha exigido tanto, pero al mismo tiempo me ha permitido obtener mi tan ansiado título.

ÍNDICE

Informe de similitud de asesor	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimientos	iv
Índice	v
Resumen	xii
Abstract	xiii
Introducción	xiv

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	16
1.1 Descripción del problema.....	16
1.2 Formulación del problema.....	18
1.2.1 Problema general	18
1.2.2 Problemas específicos.....	18
1.3 Objetivos de la investigación.....	18
1.3.1 Objetivo general	18
1.3.2 Objetivos específicos	18
1.4 Justificación	19
1.4.1 Teórica	19
1.4.2 Metodológica	19
1.4.3 Práctica	20
1.5 Delimitación de la investigación	20
1.5.1 Temporal.....	20
1.5.2 Espacial.....	20
1.5.3 Social	20

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO.....	21
2.1 Marco histórico.....	21
2.2 Antecedentes de la investigación.....	23
2.2.1 Antecedentes internacionales.....	23
2.2.2 Antecedentes nacionales	26

2.3	Bases teóricas.....	29
2.3.1	Bases teóricas de la categoría 1: Fact Checking.....	29
2.3.1.1	Teoría de la Aldea Global	29
2.3.1.2	Teoría de la Espiral del Silencio	30
2.3.1.3	Teoría de la Posverdad	31
2.3.1.4	Importancia.....	32
2.3.1.5	Características	34
2.3.1.6	Subcategorías	35
2.3.2.6.1	Recopilación de datos.....	35
2.3.2.6.2	Evaluación de la Fuente	35
2.3.2.6.3	Verificación de los Hechos	35
2.3.2.6.4	Desinformación	36
2.4	Definición de términos básicos.....	37
2.4.1	Desinformación	37
2.4.2	Fake News	37
2.4.3	Fact Checking	37
2.4.4	Facebook	37
2.4.5	Fuentes.....	38
2.4.6	Internet.....	38
2.4.7	Medios Sociales	38
2.4.8	Noticia	39
2.4.9	Redes Sociales	39
2.4.10	Verificación	39

CAPÍTULO III

	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	40
3.1	Las categorías y su operacionalización	40
3.1.1	Identificación de las categorías y su definición.....	40
3.1.2	Operacionalización de las categorías.....	40
3.2	Métodos de investigación	42
3.3	Tipo, nivel y diseño de investigación	42
3.3.1	Tipo de investigación	42
3.3.2	Nivel de investigación	42

3.3.3	Diseño de investigación.....	43
3.4	Población, muestra y muestreo	43
3.4.1	Población	43
3.4.2	Muestra	43
3.4.3	Muestreo	43
3.5	Técnicas e instrumentos cualitativos de recolección de datos.....	43
3.5.1	Técnicas	43
3.5.2	Instrumentos	44
3.5.2.1	Validez del instrumento	44
3.5.2.1	Confiabilidad del instrumento	44
3.5.2.3	Validez cualitativa (rigor científico).....	45
3.6	Técnicas de procesamiento de datos.....	45
CAPÍTULO IV		
RESULTADOS		
46		
4.1	Descripción de resultados	46
4.2	Sobre el Proceso de Fact Checking.....	46
4.2.1	Interpretación.....	48
4.3	Sobre la Recopilación de Información.....	48
4.3.1	Interpretación.....	50
4.4	Sobre la Evaluación de la Fuente.....	50
4.4.1	Interpretación.....	52
4.5	Sobre la Verificación de los Hechos.....	52
4.5.1	Interpretación.....	54
4.6	Sobre la Desinformación.....	54
4.6.1	Interpretación.....	56
CAPÍTULO V		
DISCUSIÓN		
57		
5.1	Descripción de los resultados	57
CAPÍTULO VI		
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		
65		
6.1	Conclusiones.....	65

6.2 Recomendaciones 67

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Operacionalización de la categoría 1: Proceso de Fact Checking	41
Tabla 2.	Validación de juicio de expertos.....	44

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Categoría 1: Proceso de Fact Checking	46
Figura 2.	Categoría 1: Proceso de Fact Checking	47
Figura 3.	Subcategoría: Recopilación de la Información	49
Figura 4.	Subcategoría: Evaluación de la Fuente	51
Figura 5.	Subcategoría: Verificación de los Hechos	53
Figura 6.	Subcategoría: Desinformación.....	55

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1.	Matriz de coherencia.....	77
Anexo 2.	Guía de entrevista	79
Anexo 3.	Fichas de validación del instrumento	80
Anexo 4.	Transcripción de entrevistas	84

Resumen

La investigación actual tiene como objetivo general analizar en qué consiste el proceso del *Fact Checking* que utiliza la plataforma Ojo Público ante las noticias del 2024, en la red social de Facebook. Consiste en una investigación con enfoque cualitativo, de tipo aplicada, que recurrió a la técnica de la entrevista para abordar a una muestra compuesta por tres especialistas en el área de verificación, materia de la presente investigación. Realizadas las entrevistas en profundidad, sus resultados fueron tabulados a través del software cualitativo, ATLAS.ti, que diseñó mapas semánticos en base a la codificación previa realizadas a las respuestas de cada uno de los entrevistados. En conclusión, que el proceso de *Fact Checking* está constituido por siete pasos: primero consiste en identificar la desinformación. El segundo, implica realizar una pre-revisión, que consiste en consultar al menos tres fuentes diversas, que pueden ser documentos académicos, jurisprudencia o expertos, para confirmar que hay suficiente sustento. El tercer paso, consiste en buscar la réplica, dependiendo de la información para obtener detalles adicionales. El cuarto paso, revisar todas las fuentes académicas, documentos, escritos o bibliográficos. El quinto paso es la redacción final. El sexto paso es la segunda revisión de todo, desde el titular hasta las fuentes, para evitar errores. El séptimo paso, es donde se define si se publica la nota.

Estas fases del proceso de Fact Checking aplicadas por Ojo Público en sus redes sociales son fundamentales para mitigar los daños causados por las noticias falsas a la sociedad civil.

Palabras claves: Fact Checking, Recopilación de información, Evaluación de la fuente, Verificación de los hechos, Desinformación.

Abstract

The current research aims to analyze the process of Fact Checking used by the Ojo Público platform in response to news in 2024 on the Facebook social media network. It is a qualitative, applied research that used interviews as the technique to address a sample consisting of three specialists in the field of verification, the subject of this study. After conducting in-depth interviews, the results were tabulated using the qualitative software ATLAS.ti, which created semantic maps based on the prior coding of the responses from each interviewee. It was concluded that the Fact Checking process consists of seven steps: The first step involves identifying misinformation. The second step is to perform a pre-review, which includes consulting at least three diverse sources, such as academic documents, case law, or experts, to ensure there is enough support. The third step is to search for a rebuttal, depending on the information, to obtain additional details. The fourth step involves reviewing all academic sources, documents, writings, or bibliographies. The fifth step is the final draft. The sixth step is a second review of everything, from the headline to the sources, to avoid errors. The seventh step determines whether the news will be published. These phases of the Fact Checking process applied by Ojo Público on its social media are crucial for mitigating the damage caused by fake news to civil society.

Keywords: Fact checking, Information gathering, Source evaluation, Fact verification, Disinformation.

Introducción

Tras el surgimiento del COVID-19, este virus trajo consigo una pandemia mundial que no solo generó crisis económica y sanitaria, sino también trajo consigo la proliferación de las noticias falsas. Según *El Diario* (2020) al inicio de la pandemia, la cantidad de noticias tuvieron un aumento significativo. Se ha observado que, durante esta coyuntura, la propagación de desinformación fue particularmente acelerada debido a la incertidumbre y el temor generalizado. Esto llevó a la rápida difusión de teorías de conspiración y noticias falsas sobre el virus, las vacunas y las medidas que el Estado brindaba.

Desde años anteriores, las noticias falsas han sido un problema en la sociedad que ha ido incrementándose y evolucionando a lo largo del tiempo, especialmente en los momentos más caóticos o críticos. El fenómeno de las noticias falsas no es reciente, pero el auge de Internet y las redes sociales ha magnificado enormemente su alcance y su impacto potencial. (Lazer, D. M. J., et al. (2018). Según *El Diario*, en el 2021 esta situación continuó agravándose con la difusión de noticias falsas en torno a temas políticos, sociales y de salud, propagadas principalmente en redes sociales. Lamentablemente, la adaptación de los medios escritos a las redes sociales ha facilitado la evolución y propagación de las noticias falsas en estas plataformas. La desinformación que circula a menudo utiliza logotipos de medios conocidos para viralizarse, con el propósito de generar una falsa confianza en la sociedad sobre lo que están leyendo. El cambio del periodismo tradicional a la distribución de noticias dominada por plataformas ha remodelado el panorama mediático, permitiendo la rápida difusión de noticias falsas. (Bell y Owen, 2017).

Para hacer frente a esta situación, surgieron diversos medios que intentaron contrarrestar esta problemática, uno de ellos fue el medio Ojo Público, desde 2002 ha desarrollado un segmento dedicado a desmentir noticias no verificadas. Este espacio, denominado *Ojo Biónico*, está integrado por periodistas altamente capacitados que promueven un periodismo ético y sólido, funcionando como un antídoto contra la información de baja calidad.

Los periodistas del medio Ojo Público diariamente deben esforzarse por evitar compartir inadvertidamente información errónea. Esto debido a que, todos los días, observan desinformación en diversas redes sociales. Luego, al identificar una noticia falsa, tienen que cumplir un rol crucial: verificar la información que encuentran. Este proceso de verificación no es nada fácil, ya que está constituido por siete pasos exhaustivos que, en muchas ocasiones, pueden tardar días en completarse, dependiendo de la complejidad del tema.

En la Actualidad, el periodismo enfrenta el desafío de adaptarse a los constantes cambios relacionados con las noticias falsas para evitar ser víctima de ellas. La aparición de la inteligencia artificial ha hecho más compleja la tarea de distinguir entre información verdadera y falsa, lo que resalta la importancia de verificar siempre las fuentes de cada noticia. Según Lippmann, en 1922 expresó que una noticia sin fuentes verificables, la información se convierte en propaganda. La confianza en las fuentes es lo que sustenta el periodismo responsable y ético.

Por lo tanto, es relevante analizar el fenómeno de la desinformación, y cuál es el proceso para verificar una información errónea. Es así como se estudiará al medio periodístico Ojo Público, con la finalidad analizar el proceso del Fact Checking en la red social de Facebook, 2024.

En ese sentido la estructura que presenta el trabajo de investigación es la siguiente: Capítulo I problema de investigación, en el cual se resalta que el principal problema de que las noticias falsas subsistan en la actualidad es debido a la evolución de la tecnología. Capítulo II marco teórico, que trata de como inicio la desinformación, desde la edad media empezaron a proliferar las noticias falsas. Capítulo III metodología de la investigación, se centra en el enfoque de esta investigación de tipo cualitativo, porque nos permite explorar en detalle las perspectivas y opiniones de especialistas en verificación. Capítulo IV resultados, se obtuvieron distintas perspectivas que enriquecieron la investigación. Capítulo V discusión de resultados, se encontraron similitudes con nuestros datos obtenidos, pero también se discutió con resultados que no mostraron similitud.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del problema

En estos tiempos, el *Fact Checking* ha evolucionado gracias al avance de la tecnología, proporcionando a la población mayor seguridad y confianza en el contenido difundido en redes sociales. Sin embargo, el principal desafío de esta herramienta son las noticias falsas, que han proliferado con el progreso tecnológico. Además, muchas personas pasan largas horas en las redes sociales, donde cualquier usuario con numerosos seguidores puede publicar noticias sin fuentes confiables, las cuales se vuelven virales. Las personas que comparten estas publicaciones sin verificar su veracidad contribuyen involuntariamente a un peligroso círculo de desinformación.

Según Mantzaris (2015) menciona que el *Fact Checking* es un proceso riguroso que implica la verificación de declaraciones, la identificación de hechos verificables y la presentación transparente de conclusiones.

A nivel mundial, se ha observado un aumento en el uso de herramientas de verificación, impulsado por el notable incremento de las noticias falsas. Cada vez más personas están tomando conciencia de la importancia de verificar las noticias que encuentran en redes sociales para evitar caer en la desinformación. Según *Pew Research Center* (2022) indicó que había un creciente interés en las herramientas de verificación de hechos debido a la difusión de información engañosa y la desinformación en línea. Organizaciones de Fact Checking como Snopes, FactCheck.org y PolitiFact ganaron reconocimiento por su labor en la verificación de información.

Durante la pandemia, el aumento de noticias falsas llevó a un mayor uso del *Fact Checking*, lo que ayudó a salvar vidas al desmentir información que ponía en riesgo la salud de las personas. Es alarmante que cualquier usuario con un gran número de seguidores pueda desinformar, ya sea para generar caos o para obtener algún beneficio.

Una de las organizaciones pioneras en verificación a nivel mundial es La Voz Pública-Chequeado creada en 2009 por Julio Aranovich, José Alberto Bekinschtein y Roberto Lugo. Esta es una de las ocho instituciones iniciales establecidas para verificar discursos públicos. Debido a la poca difusión de las fake news existían pocas organizaciones encargadas de verificar estas noticias. Actualmente, hay alrededor de 50 organizaciones identificadas en el

mundo, aunque varias dejaron de funcionar, debido principalmente a la falta de recursos económicos. Estas organizaciones no son creadas fácilmente ya que deben cumplir ciertos criterios establecidos por el International Fact-Checking Network (IFCN).

A nivel nacional, no se conoce con precisión el número de organizaciones dedicadas al Fact Checking en Perú. Sin embargo, se sabe que varios medios de comunicación utilizan esta herramienta para mantener informados a sus lectores y evitar que caigan en la desinformación, lo que añade un valor periodístico a sus notas informativas. Entre estas organizaciones se encuentran La República, Útero, Ojo Público, entre otras.

Ojo Público lucha constantemente contra las noticias falsas, buscando frenar su propagación. Asimismo, no todas las personas conocen este medio de comunicación, que se identifica con el lema: “Las historias que otros no te quieren contar.”

Lamentablemente, en América Latina, casi el 70% de los latinoamericanos no sabe cómo verificar una noticia ni cómo reconocer si la información en internet es verdadera o falsa, lo que demuestra un alto grado de desconocimiento sobre el tema. Según cifras de la compañía Kaspersky, Perú ocupa el primer lugar a nivel internacional en este aspecto, con un 79% de la población que no sabe cómo identificar una noticia falsa y desconoce completamente el tema. Además, quienes más confían en el contenido que circula en redes sociales son las peruanas, con un 63%, seguidas por las colombianas y mexicanas, con un 47%.

Por ello, es fundamental conocer esta herramienta que ha ayudado a miles de personas a evitar caer en la desinformación. Este es uno de los motivos por los que elegí este tema, ya que lo vivo y observo diariamente. Un sector de la población peruana no conoce la herramienta del Fact Checking, ni cómo es su proceso ni las características que la hacen exitosa. Por ello, analizaré el proceso de verificación que aplica Ojo Público en Facebook.

Debido a que, en la actualidad esta problemática sigue renovándose e incrementando, debido al avance de la tecnología los países más amenazados con la proliferación de las noticias falsas son Estados Unidos, México, Perú, etc. Ya que debido a que han surgido diversas plataformas de Inteligencia artificial (IA) que crean un contenido más rápido y económico, donde pueden falsificar la voz o imagen de un artista, político o influencer que esté narrando una noticia falsa. Este contenido es mucho más creíble y es difícil que una persona logre distinguir la realidad de la fantasía.

Finalmente, es crucial analizar el proceso de verificación que emplean los expertos de *Ojo Público* para informar a la población peruana sobre cómo funciona esta herramienta y cuáles son sus características. Es esencial que las personas adquieran este conocimiento, ya que, a medida que la tecnología avanza, las noticias falsas continuarán proliferando y serán cada vez más difíciles de identificar.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿En qué consiste el proceso de Fact Checking que utiliza la plataforma “Ojo Público” ante las noticias del 2024?

1.2.2 Problemas específicos

¿Cuáles son las herramientas que emplea la plataforma “Ojo Público” durante la recopilación de información?

¿Cuáles son las herramientas que emplea la plataforma “Ojo público” para la evaluación de la fuente?

¿Cuál es la labor del Fact-checker de la plataforma “Ojo Público” entorno a la verificación de los hechos?

¿Cuáles son las principales características de la desinformación que detecta la plataforma “Ojo Público” en su página Facebook?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Analizar en qué consiste el proceso de Fact Checking que utiliza la plataforma “Ojo Público” ante las noticias del 2024, esto con el fin de saber que rol desempeña el Fact Checking en su página oficial de Facebook.

1.3.2 Objetivos específicos

Identificar las herramientas que emplea la plataforma “Ojo Público” durante la recopilación de información.

Describir las herramientas que emplea la plataforma “Ojo público” para la evaluación de la fuente.

Analizar la labor del Fact-checker de la plataforma “Ojo Público” entorno a la verificación de los hechos

Describir cuáles son las principales características de la desinformación que detecta la plataforma “Ojo Público” en su página Facebook.

1.4 Justificación

1.4.1 Teórica

Al revisar la bibliografía de los últimos cinco años para explorar los antecedentes, encontré que la investigación de Correa Cáceres y Velásquez Sánchez (2023) muestra ciertas similitudes con nuestro estudio. Ambos destacan que la verificación de una noticia falsa no es un proceso rápido, sino que requiere seguir una serie de pasos rigurosos.

Asimismo, se identificó en las bases teóricas conceptos clave como la Teoría de la Espiral del silencio, donde el Fact Checking puede contrarrestar este fenómeno al proporcionar información verificada que respalda opiniones minoritarias, incentivando a las personas a expresar sus puntos de vista sin temor a ser marginadas. Por otro lado, el concepto de la aldea global destaca la rápida difusión de la desinformación, lo que hace que el Fact Checking sea crucial para corregirla a nivel global y asegurar que la información verificada llegue a una audiencia amplia. Esta revisión teórica ha sido fundamental para estructurar mejor mi investigación y comparar mis conclusiones y hallazgos obtenidos a través de la aplicación de mis instrumentos.

1.4.2 Metodológica

El presente proyecto de investigación se desarrollará a través de un enfoque cualitativo, recaudando experiencias y conocimientos, sobre cómo se desarrolla el proceso del Fact Checking en la plataforma Ojo Público.

En consecuencia, se justifica metodológicamente porque se ha seguido una ruta de rigor científico, Asimismo, se ha diseñado una guía de entrevistas para analizar en qué consiste el proceso de Fact Checking y cómo los periodistas de Ojo Público aplican estos pasos para realizar una correcta verificación.

1.4.3 Práctica

El estudio ofrece diversos beneficios a periodistas y aspirantes a periodistas, quienes con el tiempo enfrentarán el desafío de combatir la desinformación, que está en constante evolución para no ser evidenciados. También, la sociedad se verá beneficiada al aprender sobre el proceso de verificación de Ojo Público, lo que les ayudará a ser más cautelosos con la información que consumen en redes sociales.

1.5 Delimitación de la investigación

1.5.1 Temporal

De 02 de Marzo al 14 de Julio

1.5.2 Espacial

El trabajo de campo tuvo lugar en Lima, concretamente en el medio Ojo Público.

1.5.3 Social

El estudio se centra en analizar las entrevistas realizadas a periodistas especializados en Fact Checking, con el objetivo de conocer sus diversas opiniones, perspectivas y conocimientos sobre el proceso de verificación que aplican en Facebook.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Marco histórico

Con el transcurso de los años, el concepto de Fact Checking ha experimentado cambios hasta alcanzar su forma actual, los cambios han ido desarrollándose debido al incremento de las noticias falsas.

El avance tecnológico no solo impulsa la innovación de las noticias falsas, sino también de las plataformas que cumplen el rol de informar, haciendo que los medios tradicionales incursionen en las plataformas modernas, conocidas como redes sociales. Entre ellas, Facebook se destaca como una de las más populares y frecuentadas, especialmente por jóvenes y adolescentes. Esta aplicación no solo permite compartir contenido visual como fotos y videos, sino que también fomenta la interacción mediante funciones como los "me gusta" y los comentarios.

Lamentablemente, esta situación ha seguido afectando a las nuevas generaciones, aunque comenzó mucho antes de la existencia de las redes sociales; la construcción de otras realidades data de la antigua Grecia.

Una de las primeras noticias falsas en la historia contemporánea apareció en el periódico neoyorquino *The Sun* en 1835, donde se informaba sobre seres que habitaban la luna. Esta noticia causó un gran impacto en Estados Unidos debido a tres factores: Uno de ellos fue la aparición de prensas de alta capacidad, otro fue la disminución del precio de los periódicos, como en el caso del periódico *Penny Press*, y el último fue la llegada de nuevos medios de transporte que superaban en gran escala la velocidad de los caballos. Por primera vez, una información falsa y sensacionalista se presentó bajo el disfraz de una noticia verdadera.

Desde la antigüedad, la verdad y la mentira han coexistido, moldeando la percepción de los acontecimientos históricos. Según el historiador francés Paul Veyne, estas realidades falsas han influido en el presente, ya que muchas veces la sociedad no encuentra la verdad, sino que la construye al igual que su historia.

En la antigua Roma, los gobernantes comprendían el poder de la información y la utilizaban para sus fines políticos, independientemente de su veracidad. Debido al alto índice de analfabetismo, la población dependía de imágenes para informarse. Según el investigador

Néstor Marqués, estas imágenes frecuentemente difundían noticias falsas sobre los emperadores o futuros gobernantes.

Con el paso de los siglos, los avances tecnológicos cambiaron la forma de transmitir noticias. A finales del siglo XIX, la invención del telégrafo y la linotipia permitió enviar información más rápido y producir periódicos en masa, mientras que los nuevos medios de transporte facilitaron su distribución. Sin embargo, esta época también marcó un aumento en la desconfianza hacia los medios. Un ejemplo clave ocurrió en 1898, cuando los periódicos estadounidenses manipularon información sobre la Guerra de Cuba, promoviendo mentiras que justificaron la entrada de Estados Unidos en el conflicto.

El siglo XX fue testigo de otros episodios donde la verdad fue víctima de la guerra, como lo señala un viejo dicho periodístico. Durante la Guerra de Vietnam (1955-1975), el incidente del Golfo de Tonkín evidenció la manipulación informativa. Este periodo vio nacer diarios de circulación masiva y el escepticismo hacia ellos, una desconfianza que persiste en la actualidad, amplificada por la irrupción de las redes sociales, donde muchos creen erróneamente que estas son más veraces que los medios tradicionales.

Así, la era moderna y contemporánea se ha convertido en un caldo de cultivo para las noticias falsas, con los conflictos bélicos como contexto recurrente de manipulación informativa.

En adición, las *fake news* han generado grandes caos hasta el momento. Una de las guerras que se declaró por una noticia falsa fue en el año 2014, cuando se distribuyó una información sin veracidad por diferentes medios rusos. Este medio hablaba sobre Galyna Pyshnyak, una mujer que decía ser una refugiada rusa, pero Pyshnyak era en realidad una militante. Se narró que un niño pequeño y la esposa de un miliciano fueron ejecutados frente a ella, en medio de la guerra en Ucrania.

Aquella mujer aseguró entre lágrimas que los soldados ucranianos habían crucificado públicamente a un niño de tres años frente a su madre. Narraba que el pequeño lloraba desconsoladamente, desangrado, mientras la gente se desmayaba, según sus palabras. También manifestó que el niño sufrió durante una hora y media antes de morir, siendo asesinada después su madre. Lamentablemente, todo esto fue mentira; según el ejército, fue un invento. Aunque no muchos ucranianos creyeron esta noticia, Rusia sí tomó armas para atacar.

Como hemos observado, las *fake news* han tenido una evolución. Queda claro que siempre han existido, aunque no han sido tan frecuentes como en la actualidad. Ahora, gracias a las nuevas tecnologías, de la mano de las redes neuronales y de la inteligencia artificial, es posible crear contenidos falsos con una facilidad alarmante. Esto permite que cualquier figura pública o famosa pueda "decir" lo que alguien desee, utilizando recursos de código abierto o libres, lo que representa un peligro mayor que las *fake news* tradicionales.

El problema de la veracidad es que esto podría ser solo el comienzo de lo que nos espera. En muchos medios ya han surgido formas de crear contenido falso utilizando inteligencia artificial, como discursos que nunca se pronunciaron. Estas técnicas hacen creer a la audiencia que lo falso es real, demostrando cómo las noticias falsas han evolucionado a lo largo de los años. Anteriormente, se difundían mediante imágenes o voceros que iban montados a caballo; en 2022, se reemplazan los rostros de personas famosas en discursos ficticios, todo gracias a la IA o programas de edición.

Finalmente, la problemática de las noticias falsas es amplia, y queda claro que existía mucho antes de la llegada de Internet. Representan un peligro para el periodismo, ya que debilitan su credibilidad y dificultan la tarea de informar con precisión. Este problema es difícil de erradicar, ya que no existen leyes específicas que impidan la difusión de noticias desinformativas. Son pocas las agencias y compañías que están preparándose para enfrentar esta realidad, y muchas aún no están listas para lidiar con la inteligencia artificial. Lo único que podemos asegurar es que en los próximos años las noticias falsas seguirán evolucionando y generándose en mayor cantidad.

2.2 Antecedentes de la investigación

2.2.1 Antecedentes internacionales

Céspedes (2022) Tuvo como objetivo principal analizar los mecanismos utilizados por AFP factual y Fast Check CL en la verificación de información relacionada con la pandemia del COVID-19, entre marzo de 2020 y mayo de 2021. Se utilizó una metodología mixta, combinando enfoques cuantitativos y cualitativos, con el objetivo de abordar las labores periodísticas desde diversas perspectivas. El método cuantitativo ayudará en el procesamiento y análisis de datos numéricos, mientras que el cualitativo se centrará en interpretar el contexto basado en la observación y la recolección de datos. El instrumento que se utilizó fueron las entrevistas y archivos del sitio web de marzo 2020 a mayo del 2021. Entre los hallazgos más destacados, Isidora Osorio explicó que, en un principio, el sitio web clasifica la información

verificada en dos categorías: el discurso público, que incluye contenido político o de interés público emitido por una autoridad en el ámbito público o privado, y el contenido viral, que abarca publicaciones generadas por usuarios anónimos o identificables en redes sociales de alto tráfico o en mensajerías instantáneas móviles (MIM).

En conclusión, durante el periodo analizado, marzo 2020 - mayo 2021, AFP Factual y Fast Check CL abordaron temas vinculados a la salud pública, utilizando herramientas muy similares, pero con un estilo propio; AFP Factual apunta a una selección de contenido proveniente de las redes sociales, de carácter internacional, mientras Fast Check CL aprovecha su plataforma para dar a conocer información de interés público, así como informes gubernamentales con temas valiosos. A pesar de las diferencias en el tamaño de cada medio, sus equipos de trabajo y sus dinámicas, ambos se enfocaron en profundizar en las historias detrás del contenido viral.

Ferrández y López (2022) El propósito es analizar las organizaciones de fact-checking de España y Argentina para conocer su modelo y establecer comparaciones entre ambos países mediante el estudio de las publicaciones de dichas instituciones. El método de la investigación es el analítico con un enfoque cualitativo. Los instrumentos empleados incluyeron una ficha de observación a través de la cual se ha estudiado de manera individual cada una de las organizaciones que aparecen en este análisis para así clasificar dichas organizaciones. Después de analizar las fechas de fundación de las organizaciones de fact-checking, entre los hallazgos observados se encuentra la organización "Chequeando". Esta fue la pionera de Argentina fundada en 2010. También, es de resaltar que 7 de las 9 organizaciones activas en España y Argentina fueron establecidas entre los años 2018 y 2019.

En conclusión, el fact-checking ha experimentado un notable crecimiento en España y Argentina entre los años 2018 y 2019 en semejanza con los informes que recogen el gran incremento durante los últimos cinco años de las organizaciones dedicadas a esta especialidad. Otra conclusión alcanzada por esta investigación es que todas las entidades examinadas comunican de manera explícita y transparente la metodología empleada en sus procesos de verificación, a excepción de "Poletika", la cual detalla en su página web la identidad de los responsables de estas actividades.

López y Rodríguez (2020) El objetivo es luchar contra la desinformación, las percepciones erróneas y las falsas noticias en el nuevo ecosistema comunicativo en el que las redes sociales adquieren relevancia como fuente de información, y en el que es cada vez más

fácil y asequible a miles de millones de ciudadanos producir, editar y distribuir información falsa. La metodología del método es cualitativa, los instrumentos empleados incluyeron entrevistas, análisis de sitios web de verificación y las actividades de chequeo de información, La población de estudio consistió en periodistas que han liderado iniciativas de fact-checking en nuestro entorno. La muestra incluyó a Jesús Escudero de La Chistera de El Confidencial, Jesús Espinosa de Miniver, Patricia Rodríguez del Blog Hechos en El País, Josu Mezo de Malaprensa y Clara Jiménez de Maldita.es.

Entre los hallazgos se destacó que, en España apenas tiene presencia en las cabeceras de referencia y tampoco en los medios regionales o locales. Ni ABC ni La Razón ni El Mundo cuentan con secciones propias de fact checking. Tampoco las emisoras de radio, ni –salvo en el caso de la Sexta TV– las televisiones. En febrero de 2019, la agencia de noticias EFE anunció, entre sus proyectos de transformación, la iniciativa de crear un potente equipo de verificación interdisciplinar. En abril de 2019, se lanzó la agencia EFE Verifica.

En conclusión, Los medios convencionales y los periódicos en línea en España emplearon la verificación de datos principalmente durante la campaña electoral de abril de 2019, con un enfoque particular en los debates. Solo El País mantiene dos secciones fijas que se actualizan regularmente y que guardan similitudes con los verificadores de datos (Bulos en Internet y Hechos). Otros medios realizan verificaciones con menor frecuencia.

Blanco *et al.* (2021) Su objetivo es describir las características constitutivas del proceso de fact-checking y su eficacia para desenmascarar los bulos. La metodología del método cualitativo, los instrumentos que se aplicaron son guía de observación. Además, la población que se estudió fue la base de datos de Newtral, y la muestra que se analizó y observado fue de 2.894 registros de Newtral correspondientes al año 2018 y 2019 al completo. Durante la investigación se obtuvieron hallazgos importantes, La fuente más común de los mensajes dudosos reportados por los usuarios a Newtral fueron los medios de comunicación, con 840 registros (29,1% del corpus), seguida por WhatsApp con 592 registros (20,4% del corpus) y Twitter con 484 registros (16,7% del corpus). Además, en 267 casos (9,2%), los usuarios no pudieron identificar la fuente de origen del mensaje.

En conclusión, al examinar la categorización de los mensajes verificados por Newtral durante el periodo estudiado, se observa una predominancia de contenidos falsos (41,22%) en comparación con los contenidos verdaderos (32,52%). Este hallazgo subraya la desconfianza generalizada de los ciudadanos hacia la información que reciben, reflejando que los usuarios

cuestionaron la veracidad de 941 mensajes que, posteriormente, se confirmaron como verdaderos.

Peña *et al.* (2021) tuvo como objetivo principal es contribuir al análisis del fenómeno respecto a las diferentes formas de producción y difusión de los contenidos falsos y su relación con la distorsión de la realidad. la metodología del método mixto. La población de esta investigación fue analizar cinco elementos que intervienen en la propagación y difusión de contenidos falsos, abordando tanto de manera individual como comparativa entre España e Italia durante los meses de enero a mayo. La muestra consistió en 365 casos de información falsa analizados en España y 225 casos en Italia. Como instrumentos se utilizaron entrevistas y observaciones.

Los hallazgos más importantes fueron que en España, un total de 128 casos fueron propagados a través de WhatsApp, representando aproximadamente el 35% del conjunto analizado. El segundo grupo más ampliamente difundido incluye diversas plataformas digitales, entre las que se destacan Facebook, Twitter e Instagram, con 131 bulos, que equivalen a casi el 36% del total. Por otro lado, YouTube, enfocado en la difusión de contenidos en formato vídeo, presentó un total de 44 bulos, equivalente al 12%.

Por otro lado, en Italia se identificaron 6 episodios de contenidos difundidos a través de WhatsApp, representando el 20,44% del total, confirmándose esta aplicación como el principal medio para la propagación de noticias falsas. El segundo grupo más relevante incluye otras redes sociales, con 83 casos (36,88%). Específicamente, 51 de estos bulos, equivalente al 22,6%, se distribuyeron entre Facebook, Instagram y Twitter, mientras que YouTube contribuyó con un 14,22%.

En conclusión, aunque España e Italia comparten *a priori* estructuras similares en cuanto a los contenidos falsos en los temas más generales, siendo ambos territorios los más afectados por la pandemia y por su cercanía geográfica, este estudio ha revelado diferencias significativas tanto en la manera como en los temas discursivos que han impulsado los bulos y las noticias falsas.

2.2.2 Antecedentes nacionales

Estrada y Ruiz (2022) Tuvo como objetivo principal describir la metodología de verificación de datos y la organización interna de Ama Llulla y cómo se articulan los mensajes a través de su cuenta de Instagram. Asimismo, usó la metodología mixta que combinó

entrevistas semi estructuradas con periodistas y miembros de la red, junto con un análisis de contenido cuantitativo enfocado en el estudio de las publicaciones de su cuenta de Instagram. Las entrevistas semi estructuradas se llevó a cabo con cuatro integrantes del medio de comunicación Ama Llulla. La muestra seleccionada representa casi la mitad del universo de nuestra población y cumple con los criterios de representatividad basado en las características y roles sociales de los entrevistados, todos pertenecientes al medio periodístico bajo estudio.

Entre los hallazgos más destacados es que en las publicaciones de Instagram de la red Ama Llulla, el 71,43% fueron verificadas utilizando fuentes primarias, el 4,29% a través de fuentes secundarias, el 22,86% por especialistas, mientras que el 21,43% no especificó la fuente de verificación.

En conclusión, Ama Llulla muestra una organización y metodología similar a otras iniciativas independientes a nivel mundial. Sin embargo, consideramos que investigaciones futuras podrían dirigirse no solo al estudio de las características internas de los medios de fact-checking, sino también a la interacción de estos con el público. Explorar cómo responde el público o cómo interactúan los medios de verificación de datos en plataformas digitales son preguntas que podrían ser abordadas en estudios futuros.

Mejia (2022) Tuvo como objetivo principal describir el uso del Fact Checking en los medios de comunicación peruanos como opción estratégica para combatir las fake news en las coberturas y publicaciones periodísticas. La metodología utilizada en este estudio adoptó un enfoque cualitativo, empleando como instrumento una matriz de análisis, complementada con entrevistas semiestructuradas para alcanzar de manera más precisa los objetivos de la investigación.

Además, se examinaron las páginas web de los medios de comunicación La República y Ojo Público, durante el periodo del 10 al 15 de noviembre de 2020. Entre los hallazgos más relevantes se destaca que cada unidad periodística presenta un estilo único, influenciado por diversos factores que guían su producción y que se priorizan según los objetivos de cada medio, como el flujo de trabajo y la fecha de publicación. Ambas partes coinciden en que, al operar en plataformas digitales y enfrentar una competencia intensa diaria, la rapidez es crucial para publicar la noticia lo más pronto posible, con la debida verificación.

Según los estudios realizados, se concluye que el Fact Checking se considera un elemento periodístico que se emplea como complemento de una noticia, ya que corresponde de

por sí a una verificación de información autónoma, más no está obligada a la profundización del contenido, como tampoco a seguir la estructura que implica una nota informativa en web.

Rosas (2023) Tuvo como objetivo consistió en determinar de qué manera las estrategias mencionadas influenciaron en los impactos diferenciados alcanzados por Verificado 2018 y Ama Llulla durante los procesos electorales de México, en el 2018, y Perú, en el 2021. Se usó la metodología del método cualitativo utilizando como instrumento entrevistas a creadores y participantes de ambas iniciativas. Además, para enriquecer la investigación se llevó a cabo un análisis exhaustivo del contenido de una selección de verificaciones efectuadas por ambos proyectos, así como de los copys y piezas de difusión en plataformas sociales. Este análisis se fundamentó en los criterios y metodologías del marketing viral delineados por Paús *et al.* (2014) y Martínez (2016).

En conclusión, según los proyectos analizados se descubrió que muestran semejanzas notables en la producción de contenido; sin embargo, son las estrategias de difusión, especialmente en cuanto al seguimiento, donde se identifican diferencias significativas que, junto con otros factores, habrían incidido en los diversos impactos logrados por ambas iniciativas en la plataforma social Twitter.

Correa y Velásquez (2023) Este estudio tuvo como objetivo describir el fact checking de prescriptores sobre el COVID-19, entre mayo y septiembre del 2020, en sus redes sociales. Se usó la metodología del método cualitativa, utilizando como instrumento la guía de entrevistas. Además, se eligió como población a los prescriptores peruanos que realizaron fact checking durante la pandemia, acerca de noticias falsas y mitos sobre COVID-19 en sus redes sociales. Para la muestra se eligieron cinco prescriptores que fueron seleccionados por conveniencia, de acuerdo con la facilidad de acceso y disponibilidad de las personas. Entre los hallazgos más importantes después de seleccionar y contrastar la información se descubrió que se construye un contexto informativo y explicativo, sin opinar, pero sí clasificando la noticia en una escala de niveles de falsedad. Esto difiere de los resultados obtenidos en la presente investigación sobre la fase de edición del contenido y publicación de los prescriptores peruanos sobre la COVID-19 en sus redes sociales.

En conclusión, el Fact Checking sobre COVID-19 de los prescriptores peruanos seleccionados presenta similitudes significativas con el proceso de verificación de datos llevado a cabo por los medios periodísticos. Aunque existen algunas excepciones notables: en primer lugar, seleccionan cuidadosamente la información que desmienten en redes sociales,

considerando el impacto social del tema y la falta de fuentes confiables. Durante la fase de investigación, suelen recurrir a fuentes documentales y a especialistas, evitando figuras mediáticas. En la etapa de preparación, cada uno sigue su propia rutina para redactar y publicar. Sin embargo, omiten la fase final de clasificación de los chequeos realizados.

Gutierrez (2021) Tuvo como objetivo principal analizar cómo fue el proceso de verificación de la publicación en Facebook sobre las mascarillas que estaban causando muerte por neumonía bacteriana, con el fin de saber que rol desempeña el Fact Checking en La República. Se usó la metodología del método cualitativa, con un diseño hermenéutico. Su población se fundamentó por noticias publicadas desde el 17 de abril hasta el 30 de abril del 2020. Los instrumentos que utilizó para la recopilación de datos fueron la Guía de entrevista semiestructurada y la Guía de observación.

Entre los hallazgos más importantes se observó que las características principales del desorden informativo identificado por la plataforma "Verificador" son tres: la intencionalidad, la viralidad y el sesgo informativo. Estas características facilitan la propagación de contenidos falsos debido a su alta perniciosidad.

En conclusión, el papel del Fact Checking en esta plataforma es crucial para desacreditar la desinformación que impacta o afecta la vida de las personas, especialmente en temas de salud que proliferan en las redes sociales.

2.3 Bases teóricas

2.3.1 Bases teóricas de la categoría 1 - Fact Checking

2.3.1.1 Teoría de la Aldea Global. Marshall McLuhan y Powers desarrollaron la investigación de la aldea global: transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo xxi en la década 1989, antes de ellos el término Aldea global ya se conocía desde 1964 en "Understanding Media". La idea de la Aldea Global ha ayudado a contextualizar y anticipar la influencia de los medios en la configuración del mundo contemporáneo y ha proporcionado un marco para comprender las transformaciones en nuestras vidas a medida que entramos en la era digital e hiperconectada.

En una entrevista televisada en la década de 1960, Marshall McLuhan afirma que, La Aldea Global no implica necesariamente armonía. En este mundo, las personas están profundamente preocupadas por los problemas de los demás y comprometidas con las vidas ajenas. Esto no se traduce en paz, tranquilidad o armonía, sino en una intensa participación en

los asuntos de los otros. Así, la aldea global es a la vez tan grande como el planeta y tan pequeña como la oficina de correos de un pueblo.

En la actualidad, gracias a la innovación en los medios de comunicación, la humanidad ha entrado en una nueva etapa evolutiva, donde los sistemas de información se han convertido en una especie de neocorteza cerebral colectiva. Los medios han evolucionado, incorporando en sus sitios web la herramienta de verificación de hechos (Fact-Checking) para detectar noticias falsas que circulan en las redes sociales. McLuhan creía que los medios de comunicación podrían unificar a la humanidad; sin embargo, con el avance de la tecnología, esto es incierto, ya que hay un aumento masivo de noticias falsas, lo que se ha convertido en una causa principal de desunión, impidiendo la formación de una comunidad global interconectada.

McLuhan fue un sociólogo de la comunicación y profesor de literatura canadiense, reconocido como uno de los pioneros en los estudios sobre los medios de comunicación. Siendo considerado uno de los pensadores más importantes en el campo de la comunicación y la cultura mediática del siglo XX. Además, ha sido recordado como uno de los grandes visionarios de la sociedad de la información actual y futura. A finales de la década de 1970, McLuhan introdujo el término "aldea global" para describir la interconexión humana a escala global, facilitada por los medios electrónicos de comunicación.

2.3.1.2 Teoría de la Espiral del Silencio. Elisabeth Noelle-Neumann escribió el libro *La Espiral del Silencio: Opinión Pública: Nuestra Piel Social*, publicado por primera vez en 1980. En este libro se desarrolla la teoría de la "espiral del silencio", en la cual se investiga cómo las personas tienden a suprimir sus pensamientos u opiniones cuando sienten que están en minoría, por temor a ser rechazadas o aisladas de la sociedad. Esta teoría tuvo un impacto significativo en el campo de la comunicación y en la teoría de la opinión pública.

En el libro, Tocqueville (1980) manifestó que las personas temen más al aislamiento que al error. Así, por temor al aislamiento, terminan afirmando estar de acuerdo con las opiniones de la mayoría.

Habitualmente, los medios de comunicación promueven en la sociedad la información a través de las noticias, generando así la opinión pública y dando lugar a la prominencia de ideas, pensamientos y opiniones. Con la evolución de los medios, hoy en día se sigue observando la aplicación de la teoría de la Espiral del Silencio en las redes sociales. Las personas a menudo temen expresar sus opiniones por el riesgo de enfrentar ataques masivos de

usuarios anónimos, quienes, si no están de acuerdo con su punto de vista, pueden atacarlas e incluso hackear sus cuentas.

Según Locke (1980) indico que ni siquiera una de cada diez mil personas es tan insensible como para no importarle que el medio social le niegue su aprobación.

No solo en redes sociales se observa esta teoría, si no en campañas electorales, donde los medios de comunicación se dedican a dar ganadores mediante sondeos que nunca concuerdan con la realidad. Un ejemplo, fue en la campaña electoral de Donald Trump cuando daban como ganadora a Hillary Clinton, lo cual en realidad nunca pasó. Lamentablemente debido a estas informaciones que brindan los medios de comunicación, hacen que la sociedad evite dar sus descargos sobre porque no desearían votar por otra persona ya que temen ser aislados o rechazados.

En el libro, de Tocqueville (1980) señala que,

La espiral del silencio era tan precisa como la de un botánico. Hoy se puede demostrar que, aunque la gente vea claramente que algo no es correcto, se mantendrá callada si la opinión pública (opiniones y conductas que pueden mostrarse en público sin temor al aislamiento) y, por ello, el consenso sobre lo que constituye el buen gusto y la opinión moralmente correcta, se manifiesta en contra. (p.5)

Noelle-Neumann fue una politóloga alemana, estudió periodismo en la Universidad de Misuri. En los años 60, lanzó uno de sus estudios más destacados sobre la evolución de la opinión pública, que posteriormente se convertiría en su modelo más famoso: la espiral del silencio. Este concepto se introdujo en su obra *La espiral del silencio Opinión pública: nuestra piel social* (1977). Esta teoría consiste en el comportamiento humano en relación con la opinión pública y la comunicación social. Noelle-Neumann estaba interesada en comprender por qué algunas opiniones o puntos de vista se vuelven dominantes en la sociedad, mientras que otros son suprimidos o silenciados.

2.3.1.3 Teoría de la Posverdad. Jean Baudrillard, filósofo y sociólogo francés, desarrolló la teoría de la posverdad en el contexto de su trabajo sobre la simulación y los simulacros. En sus obras más influyentes, como *Simulacros y Simulación* (1981), Baudrillard describe cómo los medios de comunicación y la tecnología han creado una nueva realidad en la que la distinción entre lo real y lo simulado se difumina, y donde las percepciones, más que los hechos objetivos, moldean la comprensión de la realidad. Para Baudrillard, la posverdad no

es simplemente la manipulación de los hechos, sino la sustitución de la realidad por simulaciones que son aceptadas como ciertas, creando un mundo donde lo importante no es la verdad en sí misma, sino la construcción de narrativas emocionales que resuenan con las creencias personales y las ideologías de los individuos.

Baudrillard argumenta que en la era de los medios masivos y las redes sociales, las opiniones y las percepciones sustituyen a los hechos verificables. Este fenómeno se ha intensificado en el siglo XXI con la expansión de internet, donde las noticias falsas y la desinformación se difunden rápidamente, mientras que la verdad se vuelve cada vez más relativa. Baudrillard destaca que la posverdad es una forma de simulacro en la que las imágenes y los discursos no reflejan la realidad, sino que crean una nueva versión de ella que responde a intereses particulares. A medida que la sociedad se aleja de los hechos verificables, la posverdad se convierte en una fuerza dominante que reconfigura la política, la cultura y la comunicación, donde las emociones y las creencias se convierten en las nuevas "verdades" de una era profundamente influenciada por los medios.

2.3.1.4 Importancia. La investigación sobre la teoría de la aldea global es una de las más reconocidas de su obra. En ella, McLuhan aborda el impacto de los medios de comunicación masiva y explica que, debido a la velocidad con la que las comunicaciones han avanzado gracias a la tecnología, la información ahora llega mucho más rápido a la sociedad, lo que transforma su estilo de vida en algo similar al de una aldea. En otras palabras, la tecnología ha permitido que todos nos conozcamos y comuniquemos instantáneamente. Sin embargo, este concepto es contradictorio, ya que McLuhan lo concebía como un futuro utópico, en el que la conexión entre las personas fuera positiva. Lamentablemente, muchas de estas conexiones no ocurren de esa manera

Es impresionante cómo, a través del tiempo, estas teorías siguen aplicándose en la actualidad. Gracias al avance de los medios de comunicación, podemos comunicarnos de forma directa e instantánea, incluso si no estamos cerca unos de otros; solo se necesita una cámara y un micrófono para contactarte con las personas. En relación con la investigación, esta teoría tiene aspectos positivos y negativos. Lo positivo es que ha generado un entorno global interconectado, donde las personas pueden informarse al instante. Lo negativo es que no toda la información que se difunde a través de las redes sociales es verificada o proviene de una fuente confiable, lo que resalta la importancia del Fact-Checking para ayudar a que la sociedad se informe de manera segura.

Un ejemplo, fue las protestas y manifestaciones relacionadas con Black Lives Matter, un movimiento social que lucha contra la violencia racial y la discriminación hacia los afroamericanos, especialmente por parte de la policía. Este evento no solo tuvo lugar en ciudades de Estados Unidos, sino que, gracias a las redes sociales, se difundió a nivel mundial. Este fenómeno global se propagó rápidamente debido a las redes sociales, lo que permitió que la información llegara de inmediato a las personas que buscaban hacer justicia y promover un cambio social en torno al racismo.

Asimismo, esta investigación ha generado un impacto significativo en la forma en la que pensamos sobre los medios de comunicación y cultura, su legado es complejo y su impacto puede ser evaluado de manera diferente según la perspectiva, algo positivo es que ayudó a concientizar sobre la influencia profunda que tienen los medios de comunicación, ya que pueden moldear no sólo la información que el receptor recibe sino la forma en la que piensan y perciben el mundo. Esto ocasionó que analicemos críticamente la influencia de los medios en la sociedad.

Por otro lado, una de las teorías importantes que se observa en la actualidad es el espiral del silencio, es muy observada en redes sociales, donde las personas tienen miedo a debatir o a brindar sus opiniones mediante una situación, ya que tienen miedo a ser atacada o ser insultadas mediante perfiles falsos. Un ejemplo, fue en elecciones 2021 cuando Keiko Fujimori se enfrentaba a Pedro Castillo, cuando ambos candidatos postulaban para la presidencia del Perú. Durante esta contienda política se observó al Perú dividido, y si dabas tu opinión sobre cierto candidato los que estaban en su contra te denigraban o insultaban en redes sociales, por ello muchas personas optaron por no opinar sobre ningún partido político por el temor a ser marginadas.

En relación con la presente investigación, la teoría de la espiral del silencio resalta la formación de opiniones y la difusión de información en la sociedad. En un entorno donde algunas opiniones prevalecen, dependiendo del poder de la persona. Es decir, existe un riesgo de que algunas informaciones erróneas sean promovidas mediante los medios de comunicación, ocasionando que la sociedad crea que es verdad debido a la presión social.

El Fact Checking cumple un papel crucial en este ámbito, ya que ayudará a que toda información falsa que ha sido propagada por medios de comunicación sea desmentida. Además, esta herramienta ayudará a contrarrestar la teoría de la espiral del silencio, brindando confianza

y seguridad a las personas que tienen miedo a emitir sus opiniones porque tendrán información verificable con la cual se podrán defender.

Asimismo, La teoría de la posverdad de Baudrillard es importante para comprender los desafíos actuales relacionados con la información y la comunicación en la era digital. Según Baudrillard, vivimos en un mundo donde los hechos objetivos han sido reemplazados por simulaciones, y las emociones y creencias personales tienen más peso que los datos verificables. Esta noción es crucial para analizar la propagación de noticias falsas y la manipulación mediática en las redes sociales, que tienen un impacto significativo en la política, la cultura y la opinión pública. En la actualidad, las plataformas digitales, como las redes sociales, juegan un papel central en la creación y difusión de narrativas que no se basan necesariamente en la verdad, sino en lo que es emocionalmente atractivo o ideológicamente conveniente.

2.3.1.5 Características. La teoría de la aldea global se caracteriza por la idea de que las tecnologías de comunicación, especialmente los medios electrónicos, han reducido las distancias geográficas y culturales, creando un espacio en el que las personas de todo el mundo pueden interactuar y compartir información instantáneamente.

McLuhan sostenía que, gracias a estos avances tecnológicos, la humanidad se encuentra más conectada que nunca, de manera similar a una aldea pequeña donde todos se conocen. Esta interconexión, sin embargo, no está exenta de contradicciones, ya que, aunque facilita la comunicación, también puede generar aislamiento, pérdida de privacidad y un exceso de información. En la aldea global, las personas están simultáneamente más informadas y vulnerables a los impactos de las tecnologías de la información, lo que transforma la manera en que nos relacionamos con el mundo y entre nosotros mismos.

La teoría de la Espiral del Silencio se caracteriza por varios elementos fundamentales. Primero, la percepción del clima de opinión, donde las personas evalúan cuáles son las opiniones mayoritarias o dominantes en su entorno. Segundo, el temor al aislamiento social, que motiva a las personas a silenciar sus propias opiniones si creen que son impopulares o contrarias a la mayoría. Tercero, la autocensura, un mecanismo en el que los individuos reprimen expresarse para evitar conflictos o rechazo. Finalmente, el refuerzo del consenso, ya que las opiniones mayoritarias tienden a ganar más visibilidad, mientras que las minoritarias se vuelven menos visibles, profundizando la espiral de silencio.

Las características de la teoría de la posverdad se centran en la idea de que los hechos objetivos han sido reemplazados por emociones y creencias personales. En lugar de basarse en

datos verificables, la realidad es construida a través de simulaciones creadas por los medios y las redes sociales. Esto da lugar a una hiperrealidad, donde lo real y lo ficticio se mezclan y las personas prefieren consumir información que confirme sus propias creencias, en lugar de desafiar sus opiniones con hechos.

2.3.1.6 Subcategorías

2.3.1.6.1 Recopilación de Información. Este es uno de los primeros pasos fundamentales en el Fact-Checking, este proceso refiere a la recopilación de información para corroborar si una noticia es falsa o verdadera.

Según Borel (2016) en su libro *The Chicago Guide to Fact-Checking*, resalta la importancia de la recopilación de datos, mencionando que es uno de los pilares fundamentales del Fact-checking. También, en su libro destacó la de abordar la recopilación de datos con rigor y atención al detalle para garantizar la precisión y la veracidad en el proceso de Fact-Checking.

2.3.1.6.2 Evaluación de la fuente. Este término se refiere al proceso de valorar la credibilidad y utilidad de la información obtenida de diversas fuentes como revistas, artículos, libros, etc.

Boorstin en su libro *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America* (1961) sostuvo que la mayor parte de las noticias son versiones del mundo distorsionadas por la ansiedad, o simplificadas por la ociosidad. Nuestra tarea es no dejar que la fuente nos controle, no hay que pensar que una cosa es como es porque así es como se nos cuenta.

Esta cita destaca la importancia de no aceptar cualquier información que nos proporciona una fuente, sin antes cuestionar la credibilidad y de donde proviene dicha información que la fuente nos proporciona.

2.3.1.6.3 Verificación de los hechos. Kovach expresó en su libro *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect* (2001) que el rigor en la verificación de los hechos es esencial para evaluar la calidad del trabajo periodístico. Además, él considera que un periodista que no verifica adecuadamente los hechos corre el riesgo de difundir información inexacta o engañosa, lo que puede socavar la confianza del público en los medios de comunicación.

El periodista enfatiza la importancia crítica de este aspecto para respaldar la precisión y la integridad en la cobertura de noticias. Kovach resaltó que la verificación de los hechos es uno de los pilares fundamentales del periodismo responsable y ético.

2.3.1.6.4 Desinformación. La desinformación se refiere a la propagación de información falsa o engañosa, y por ello está relacionada con las herramientas de verificación, las cuales son fundamentales para combatirla, ya que se centran en determinar si la información compartida es verdadera o falsa.

Wardle y Derakhshan menciona en su libro *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe report (2017) denomina la desinformación como información falsa que se crea deliberadamente para causar daño a una persona, grupo social, organización o país.

2.4 Definición de términos básicos

2.4.1 *Desinformación*

Se trata de información falsa que se difunde intencionalmente para engañar y manipular a un sector de la población. A esto concuerda con Floridi, que en su libro "The Philosophy of Information" (2011) manifestó que la "información errónea", se refiere a la información falsa, sin intencionalidad, ya que suele ser accidental o inocente. Por otro lado, el término disinformation, "desinformación", corresponde a aquella información que se difunde de manera deliberada con el objetivo de engañar a quienes la reciben.

2.4.2 *Fake News*

Es una información falsa que usa elementos periodísticos para parecerse a una noticia verificada, buscando engañar al público, manipulando sus opiniones o creencias.

Según Alonso y Garcia en el artículo Livro de Atas do IV COBCIBER (2015) expreso que gracias al Internet y las redes sociales el rumor cobra una dimensión nueva en la que entra en juego factores como "velocidad, amplitud y universalidad, vectores que potencian el auge de su difusión amparados en la participación, el anonimato, la fuente oculta y la dificultad para borrar su rastro

2.4.3 *Fact Checking*

Reconocida en español como verificación o chequeo de datos, es decir, es el proceso de verificación que realizan los periodistas antes de publicar una noticia, teniendo como objetivo encontrar la veracidad entre tanta posverdad.

Según Bradshaw y Howard, en su libro The Global Disinformation Order: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation (2019) mencionan que el periodismo de verificación de datos, hechos factuales o discursos públicos, conocido en inglés como *fact-checking journalism*, está en pleno apogeo con un crecimiento y una relevancia constante auspiciada, especialmente, en épocas electorales. Como señala un reciente informe de la Universidad de Oxford.

2.4.4 *Facebook*

Es una de las primeras redes sociales, que fue creada con la finalidad de hacer más rápida la comunicación, que ayudará a generar mayor contacto entre las personas, compartiendo noticias o información sobre distintos temas.

Turkle (2011) en su libro *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*, discute los efectos sociales y psicológicos de la tecnología, incluyendo las redes sociales como Facebook. Turkle examina cómo Facebook y otras plataformas sociales pueden influir en la forma en que nos relacionamos con los demás y en nuestra percepción de la intimidad y la privacidad.

2.4.5 Fuentes

Se entiende que puede ser una entidad, persona, artículo, hecho que brinda información verificada a un periodista para que el pueda elaborar la noticia en base a esos datos que le brindó la fuente.

Kovach y Rosenstiel (2001) en su libro *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*, discuten el papel fundamental de las fuentes en el periodismo. Argumentan que los periodistas deben ser escépticos y críticos al evaluar las fuentes de información, y que deben esforzarse por obtener múltiples perspectivas y puntos de vista para proporcionar una cobertura equilibrada y precisa de los eventos.

2.4.6 Internet

Es una red global de computadoras interconectadas que facilita el acceso a enormes volúmenes de información, como bases de datos, archivos, libros, videojuegos, programas, herramientas, aplicaciones móviles, compras en línea, búsqueda de amigos e incluso servicios sexuales, tanto reales como virtuales. Además, permite el intercambio de información y la comunicación entre dispositivos en todo el mundo.

2.4.7 Medios sociales

Este término también conocido como Social Media, abarca todas las redes sociales, es decir, se refiere a todas las redes y medios que han surgido hasta la actualidad.

Stier et al., (2018). En su libro *The role of social media in the spread of misinformation: A global perspective* sostiene que este mecanismo de circulación de información, propio del entorno digital, convive con la difusión vertical practicada por los medios tradicionales, lo que provoca importantes repercusiones sobre los contenidos que llegan a la audiencia, de forma que los efectos de la mediación inducida por los medios sociales provocan que las plataformas sociales no sean una fuente de datos ideal para los ciudadanos que buscan una información claramente estructurada.

2.4.8 Noticia

Es la información sobre algún hecho o acontecimiento importante, es decir son relatos que día a día son transmitidos por medios digitales. Por ello, Del Río considera que la noticia es el núcleo de la información, y aporta una definición lacónica, y, posiblemente bastante acertada si se refiere al periodismo informativo, al definirla como “la célula del periodismo”. Asimismo, Martín Vivaldi comparte esta idea afirmando que el periodismo es un nuevo género literario que nace alrededor de la noticia.

2.4.9 Redes Sociales

Las redes sociales en el mundo virtual son sitios webs o aplicaciones que maneja la sociedad hoy en día, ya sea para comunicarse, enviar fotos, etc.

En el artículo Redes sociales en el aula: socializando contenidos (2010) Gallego define, La red social como conjunto de individuos que se encuentran relacionados entre sí. En el ámbito de la informática, la red social hace alusión al sitio web que estas personas utilizan para generar su perfil, compartir información, colaborar en la generación de contenidos y participar en movimientos sociales.

En su libro Tecnologías de la Información y de la Comunicación. Técnicas Básicas. (2010) Gallego indico que las relaciones de los usuarios pueden ser de muy diversa índole, y van desde los negocios hasta la amistad. Asimismo, Christakis y Fowler en su libro Connected: The surprising power of our social networks and how they shape our lives. Little, Brown and Company. (2010) aseguran que una red social es un conjunto organizado de personas formado por dos tipos de elementos: seres humanos y conexiones entre ellos.

2.4.10 Verificación

Es una acción fundamental en el proceso de Fact Checking, donde es la acción de corroborar, examinar información para revisar si determinada información es verdadera.

Bill Adair, el cofundador de PolitiFact, en su libro The Fact-Checker's Bible: A Guide to Getting It Right (2010) definió la verificación como "el proceso de determinar si una declaración es verdadera o falsa, generalmente a través de la revisión de pruebas o la consulta de expertos". Además, enfatiza la importancia de la evidencia y el análisis objetivo en el proceso de verificación.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Las Categorías y su operacionalización

3.1.1 Identificación de las categorías y su definición

Kessler, G. *et al.* en su proyecto The Washington Post Fact Checker (2007) sostuvieron que, en un mundo inundado de información, el Fact Checking es un faro de luz que ayuda a separar los hechos de la ficción. Es un servicio público vital en la era de la desinformación"

3.1.2 Operacionalización de las categorías

La operacionalización del análisis del proceso del Fact Checking está establecida de la siguiente forma, luego de analizar todos los aspectos que se investigarán.

Tabla 1*Matriz de operacionalización de la categoría 1*

Categoría 1: Proceso de Fact-Checking		
Sub Categoría 1/ Dimensiones/	Sub Categoría 2/ Indicadores/	Items/Criterios
Recopilación de Información	Noticias	¿Qué características presentan las noticias falsas, de qué manera podrías identificarla?
	Entrevistas	¿De qué manera se investigan y utilizan las entrevistas para validar una noticia falsa?
	Observación	¿Cómo se aplica la herramienta de observación, durante el proceso de Fact checking?
	Pruebas	¿Considera que buscar pruebas como parte del proceso del Fact Checking, complica o dificulta la verificación?
Evaluación de la Fuente	Validez	¿Qué herramientas se utilizan para la validez de una Fake news antes de que se publique en la página de Facebook “Ojo público”?
	Exactitud	¿Cómo pueden garantizar la exactitud de la información, para que una nota periodística sea confiable?
	Relevancia	¿Qué opina usted sobre la relevancia de una noticia, esto influye en la rapidez con la que se realiza su Fact-checking?
	Objetividad	¿Por qué el Fact-checker debe mostrar objetividad y no tener preferencias políticas?
	Credibilidad	¿Considera usted que el medio “Ojo público” toma en cuenta la credibilidad histórica de una fuente al verificar una afirmación?
Verificación de los Hechos	Verificación de la Fuente	¿Cómo se realiza la verificación de la fuente de una Fake news, esto forma parte del proceso del Fact checking?
	Verificación Cruzada	¿Considera usted que la verificación cruzada es un método efectivo para detectar falsedades en la información?
Desinformación	Sátira o Parodia	¿Considera usted que el medio “Ojo Público” ha verificado noticias sátiras o parodia?
	Contenido engañoso	¿Qué realiza usted para verificar si el contenido contiene información engañosa antes de realizar el Fact-checking?
	Conexión falsa	¿Porque cree usted que es creada la conexión falsa entre afirmaciones, es creada intencionalmente para generar confusión?
	Contexto falso	¿Cuál es su accionar ante las Fake news que presentan títulos llamativos con contexto falso, para llamar la atención de los usuarios?
	Contenido Impostor	¿Considera usted que las Fake news usan marcas de agua de medios de comunicación populares para viralizarse?

Nota: Elaboración propia, 2024.

3.2 Métodos de investigación

La investigación presente utilizó el método análisis porque es aquel por el cual el investigador recoge datos mediante su propia observación. En su libro *El proceso de la investigación científica* (2006) Tamayo menciona que este enfoque permite una exploración profunda de la experiencia de los periodistas, al facilitar una inmersión detallada en los datos. Además, contribuye a la confiabilidad y validez de los resultados, al minimizar la influencia de sesgos personales.

3.3 Tipo, nivel y diseño de investigación

3.3.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación es básica, ya que su objetivo principal es analizar en que consiste el proceso del Fact Checking que utiliza la plataforma Ojo Público ante las noticias del 2024, esto con el fin de saber que rol desempeña la herramienta de verificación en su página oficial de Facebook.

En el caso de la presente investigación, se busca analizar las entrevistas que se realizaron a los especialistas en el área de verificación del medio de comunicación Ojo Público, para conocer el proceso de esta valiosa herramienta. Ante esto, se utilizarán métodos científicos rigurosos, como la técnica observación y recolección de datos. Esto con el fin de realizar un correcto análisis y obtener datos valiosos.

3.3.2 Nivel de investigación

El nivel de investigación es exploratorio, porque en el libro *Metodología de la investigación* (2006) el autor Hernández tiene como objetivo examinar un tema o problema de investigación poco estudiado del cual se tienen muchas dudas o se ha abordado antes. Es decir, cuando existen solo ideas vagamente relacionadas con el tema.

Aunque existen antecedentes sobre el tema, la investigación en torno al proceso de Fact-Checking es aún incipiente y no ha sido ampliamente abordada en el contexto de plataformas como Ojo Público. Por ello, se utiliza un enfoque exploratorio para generar nuevas ideas y obtener información más detallada, lo cual permite comprender mejor este fenómeno. Además, se realizaron entrevistas a 3 especialistas de la plataforma Ojo Público, con el fin de profundizar en el tema, aportar resultados y conclusiones que puedan ser útiles para investigaciones futuras.

3.3.3 *Diseño de investigación*

Besse (1999) El diseño de investigación se define como el plan global de investigación que intenta dar de una manera clara y no ambigua respuestas a las preguntas planteadas en la misma. De acuerdo con esto, el diseño es la guía central que rige toda investigación social.

La investigación adoptó el diseño de estudio de casos, ya que examinamos detalladamente el proceso del Fact Checking y sus características.

Simons (2009) El estudio de casos es una estrategia de investigación particularmente útil cuando el fenómeno bajo investigación es complejo, multifacético, y cuando la comprensión de su naturaleza profunda y detallada es de importancia primordial.

3.4 Población, muestra y muestreo

3.4.1 *Población*

La población está conformada por 4 Periodistas profesionales en verificación del medio Ojo Público, pero solo se entrevistarán a 2 redactores y 1 editor del área de verificación.

3.4.2 *Muestra*

El área de Fact Checking de Ojo Público está integrado por 4 miembros, se entrevistará a 3 profesionales que tiene experiencia en las noticias falsas y serán entrevistados en base a la guía de entrevistas.

3.4.3 *Muestreo*

El muestreo es no probabilístico, ya que se seleccionó a una población que no tenían probabilidad de ser seleccionados. Es decir, no se eligió periodistas al azar, sino a personas específicas basadas en su experiencia o su rol en el área de Fact Checking.

3.5 Técnicas e instrumentos cualitativos de recolección de datos

3.5.1 *Técnicas*

Una de las primeras técnicas que se utilizó en esta investigación es la entrevista porque según Arias Galicia (1976) es una forma de comunicación interpersonal que tiene por objeto proporcionar o recibir información, y en virtud de las cuales se toman determinadas decisiones.

Asimismo, se aplicó la técnica de observación durante las entrevistas, donde obtendremos datos importantes y podremos observar directamente como es la verificación de

una fake news. Además, al analizar las entrevistas a los especialistas y podremos deducir las características del Fact Checking.

Gil et al. (1996) indican que la observación consiste en utilizar los sentidos para observar hechos y realidades sociales presentes. Constituye un proceso deliberado y sistemático que ha de ser orientado con un propósito o problema.

3.5.2 Instrumentos

El instrumento que se utilizó es la guía de entrevistas, porque de acuerdo con (León, 2006, p. 180) La guía para la entrevista es una herramienta que permite realizar un trabajo reflexivo para la organización de los temas posibles que se abordarán en la entrevista.

Asimismo, según Hernández (2006), las entrevistas implican que una persona calificada aplica el cuestionario a los sujetos participantes, el primero hace las preguntas a cada sujeto y anota las respuestas.

3.5.2.1 Validez del instrumento. La validez de un instrumento se refiere a la capacidad y exactitud de una herramienta de medición para evaluar de manera precisa lo que se pretende medir.

Tabla 2

Validación de juicio de expertos

Nº ord	Apellidos y Nombres	Puntaje	Valoración
1	Mg. Smith Corrales, Cesar	40	Válido, precisar
2	Mg. Schunke Rojas, Christian	39	Válido, precisar
3	Mg. Aguilar Culquicondor, Juan Carlos	48	Válido, aplicar
4	Dr. Serrato Sánchez, Segundo	40	Válido, precisar

Nota: Elaboración propia, 2024.

Como se muestra en la tabla, los expertos evaluaron el instrumento, confirmando así su validez para ser utilizado en el proyecto de investigación.

3.5.2.2 Confiabilidad del instrumento. Según Guba y Lincoln (1985) en su libro *Naturalistic Inquiry* definen la confirmabilidad como uno de los cuatro criterios fundamentales de rigor en la investigación cualitativa, junto con la credibilidad, la transferibilidad y la dependabilidad. Además, este rigor brinda mayor seguridad y confianza ya que es un grado en

el que los resultados pueden ser corroborados y confirmados por otros investigadores, asegurando que los hallazgos sean producto del estudio y no las preferencias del investigador.

3.5.2.3 Validez cualitativa (rigor científico). La validez cualitativa es fundamental porque asegura que los hallazgos reflejen con precisión el contexto y la perspectiva de los entrevistados, garantizando recopilación de información precisa y fiabilidad. Según Berlo en su obra *The Process of Communication*, considera que la credibilidad es una medida de la confianza y la autoridad que el receptor le otorga al comunicador. Esta confianza se construye a partir de la reputación y la experiencia percibida del emisor. el principio de credibilidad esta deferido al comportamiento ético que tiene el investigador al tratar la data cualitativa. En efecto, la presente investigación cumple con este requisito porque hemos recopilado cuidadosamente los datos.

La credibilidad según Lincoln y Guba (1985) se refiere a la confianza en que los resultados de la investigación son precisos y reflejan fielmente la realidad del fenómeno estudiado. Esta noción es esencial en la investigación cualitativa, ya que asegura que los datos recolectados y su interpretación sean verídicos. Por otro lado, la confirmabilidad según Guba y Lincoln (1989) está relacionada con la objetividad de la investigación, garantizando que los resultados pueden ser verificables por otros investigadores y evitando que los hallazgos estén influenciados por las percepciones del investigador. Finalmente, la transferibilidad según Lincoln y Guba (1985) se refiere a la capacidad de aplicar los resultados de una investigación a otros contextos o grupos. Este concepto permite que los hallazgos sean relevantes más allá del estudio original, siempre que se proporcione suficiente contexto para evaluar su aplicabilidad en situaciones similares.

3.6 Técnicas de procesamiento de datos

En la presente investigación, se interpretarán los datos obtenidos de las 3 entrevistas a periodistas del área de Fact Checking del medio Ojo Público. Sin embargo, se utilizará el software Atlas Ti que me ayudará a codificar y organizar los datos que he obtenido.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

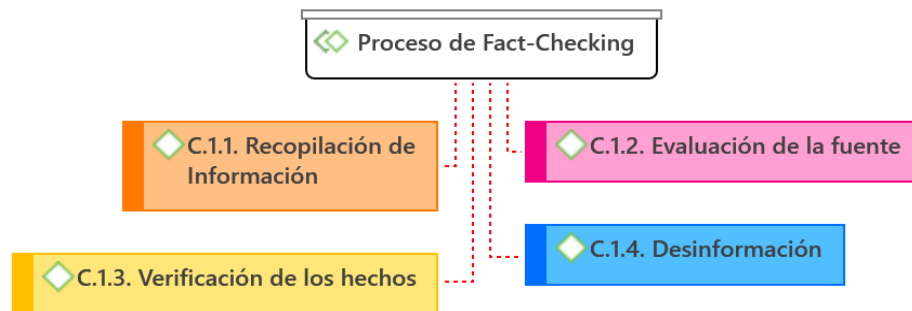
4.1 Descripción de Resultados

Con el fin de comparar el Análisis del proceso de Fact-Checking en Facebook: Caso Ojo Público, 2024, se realizaron 3 entrevistas a periodistas del área de fact checking del medio Ojo Público, Integrados por Gianella Tapullima (Editora general del área de verificación), Hugo Geanmarco Velarde Laurente (Redactor) y Jackeline Cárdenas (Redactora). La experiencia y perspectiva nos ayudaron a enriquecer nuestra investigación.

4.2 Sobre el Proceso de Fact-Checking

Figura 1

Categoría 1: Proceso de Fact-Checking



Nota: Elaboración propia, 2024.

4.2.1 Interpretación

De acuerdo con el mapa semántico arrojado por el AtlasTi, el proceso de Fact-Checking se apoya en la participación de periodistas profesionales, que cuentan con una amplia experiencia en el área de verificación que te ofrecerá un análisis detallado y fundamentado sobre la problemática. Asimismo, se destaca una tendencia a enfocarse en subcategorías como Recopilación de información (1), Evaluación de la fuente (2), Verificación de los hechos (3) y Desinformación (4).

El primer gráfico, nos brinda una percepción general sobre el proceso de Fact-Checking en Facebook, mostrando una postura clara y precisa sobre que criterios se usan para validar una información errónea. Esta información que recopilamos es importante porque demuestra las distintas perspectivas al seleccionar y analizar la desinformación que constantemente ingresan al medio Ojo Público. Ante ello, los redactores y la editora del medio Ojo Público narran su accionar ante esta problemática y en qué consiste cada pasa del proceso de verificación. Además, entendemos como buscan sus fuentes confiables para no caer en la desinformación.

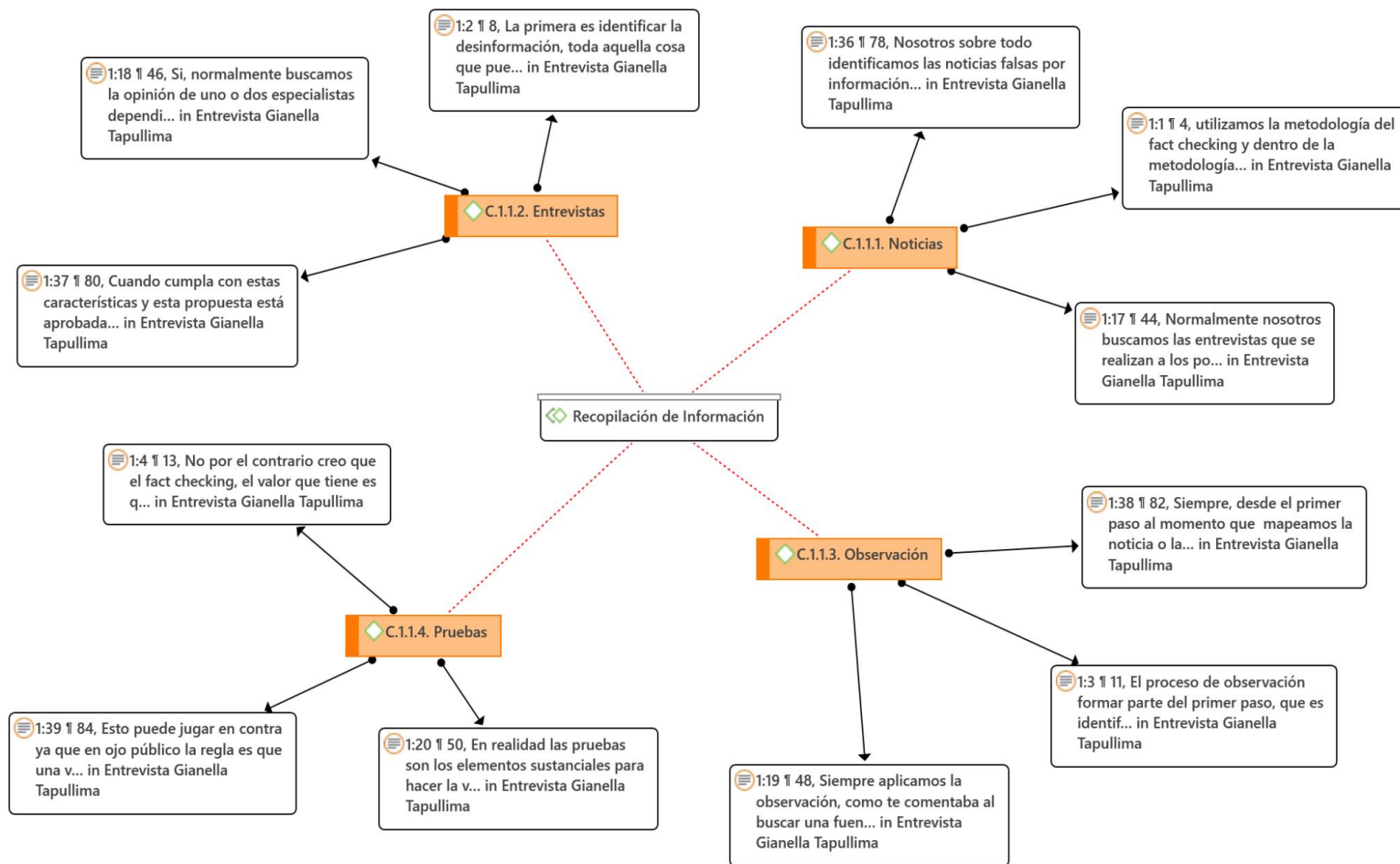
Asimismo, se aprecian los siete pasos cruciales que utilizan para la verificación de una fake news, el primero es identificar la desinformación, y tiene que ser toda información que pueda ser contrastada con evidencia. La segunda, sería realizar una pre-revisión, esto consiste en verificar si la noticia falsa cuenta con al menos 3 fuentes para su verificación. El tercer paso, consiste en buscar la réplica. El cuarto paso, revisar todas las fuentes académicas no tengan cargos ilícitos. El quinto paso, es la redacción final. El sexto paso, es la revisión completa de toda la nota redactada, de arriba abajo. El séptimo paso, es calificar la nota y definir en que red social se publica.

A continuación, se interpretará en función a cada subcategoría.

4.3 Sobre La Recopilación de Información

Figura 3

Recopilación de información



Nota: Elaboración propia, 2024.

4.3.1 Interpretación

La periodista Gianella Tapullima expresó que para hablar sobre la recopilación de información es importante conocer que la desinformación no solo se reduce a una noticia falsa o una fake news que es lo que comúnmente se conoce, pero eso significa reducir lo que en realidad significa. La entrevistada sostiene que la desinformación es parte de toda una contaminación informativa. Asimismo, la desinformación es parte de un globo grande en el que justamente está integrado por la post verdad, los discursos de odio, la información engañosa, falsa o errónea.

La periodista considera que una de las herramientas para la recopilación de información le dan un valor al Fact Checking, en estos tiempos donde hay demasiado sobre información, en el que muchas personas no pueden discernir de lo que es cierto o falso. Esta herramienta son las pruebas, este método de recaudación de información le da un valor a la práctica periodística, Asimismo, ayuda a ser un trabajo de constante vigilancia del poder, porque a veces nuestros políticos o autoridades pueden sentir impunidad cuando manifiestan alguna afirmación o dato.

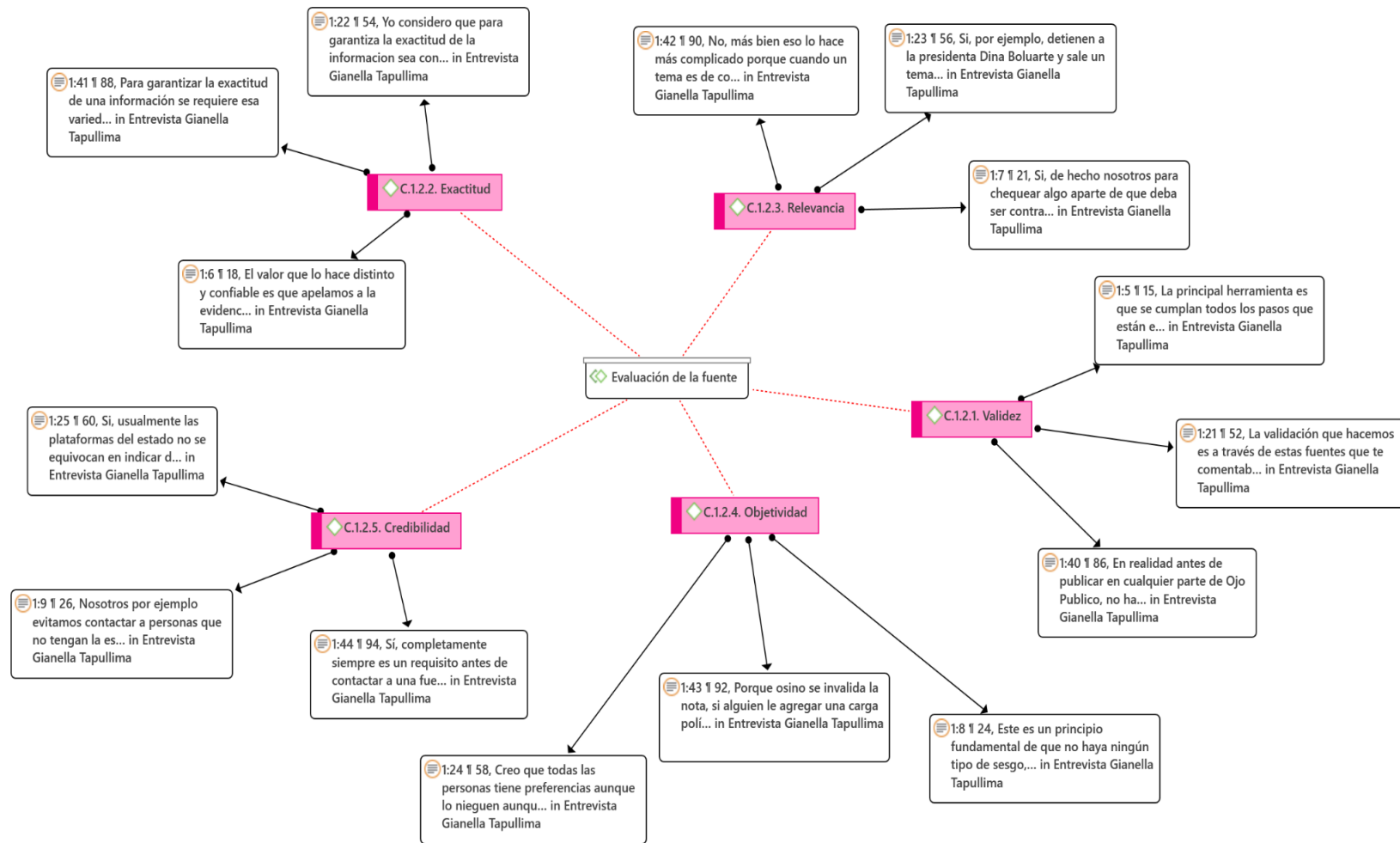
Otra herramienta que siempre se utiliza es la observación, según la entrevistada esto forma parte del primer paso de la verificación, al momento de revisar entrevistas, artículos, o al ver los debates públicos. Se realiza este monitoreo, identificamos en estos espacios la desinformación, y así es como lo chequeamos, así es como constantemente aplicamos la observación. Ante ello, el entrevistado Hugo Geanmarco Velarde, indicó que como redactor no suele aplicar el método de observación en diarios o periódicos ya que anteriormente detectó que estos medios suelen caer en el error y no brindan información 100% verificable porque sus redactores no cuentan con el tiempo suficiente ya que estos medios exigen a sus redactores publicar al día 8 notas aproximadamente.

Finalmente, la entrevistada Jackeline Cárdenas afirmó que utiliza la herramienta observación desde inicio a fin, El primer momento es cuando mapean la noticia o desinformación, cuando revisamos entrevistas, fotos que comparten en redes sociales. Asimismo, la observación se usa durante el proceso de verificación, donde se leen muchos documentos de fuentes académicas o de la jurisprudencia. Según la periodista la observación se utiliza durante todo el proceso de verificación, porque al finalizar todos los datos mencionados, se tiene que dar una releída a la nota para evitar fallas ortográficas o algún error con una fuente.

4.4 Sobre la evaluación de la fuente

Figura 4

Evaluación de la fuente



Nota: Elaboración propia, 2024.

4.4.1 Interpretación

La evaluación de la fuente es un componente crucial para la verificación ya que garantiza la validez, la exactitud, la relevancia, la objetividad y la credibilidad. Es importante realizar una rigurosa evaluación de fuente, porque podrías correr el riesgo de propagar información falsa y por error caer en la desinformación, lo cual cuestionaron la credibilidad del medio donde fue publicado.

Según Tapullima, la principal herramienta para validar una información falsa es que se cumplan cada paso con rigurosidad, evitando omitir algún paso de la metodología de verificación, si algún dato no está disponible, no está actualizado o hay algo que falta para cumplir los pasos, se opta por no publicar la nota.

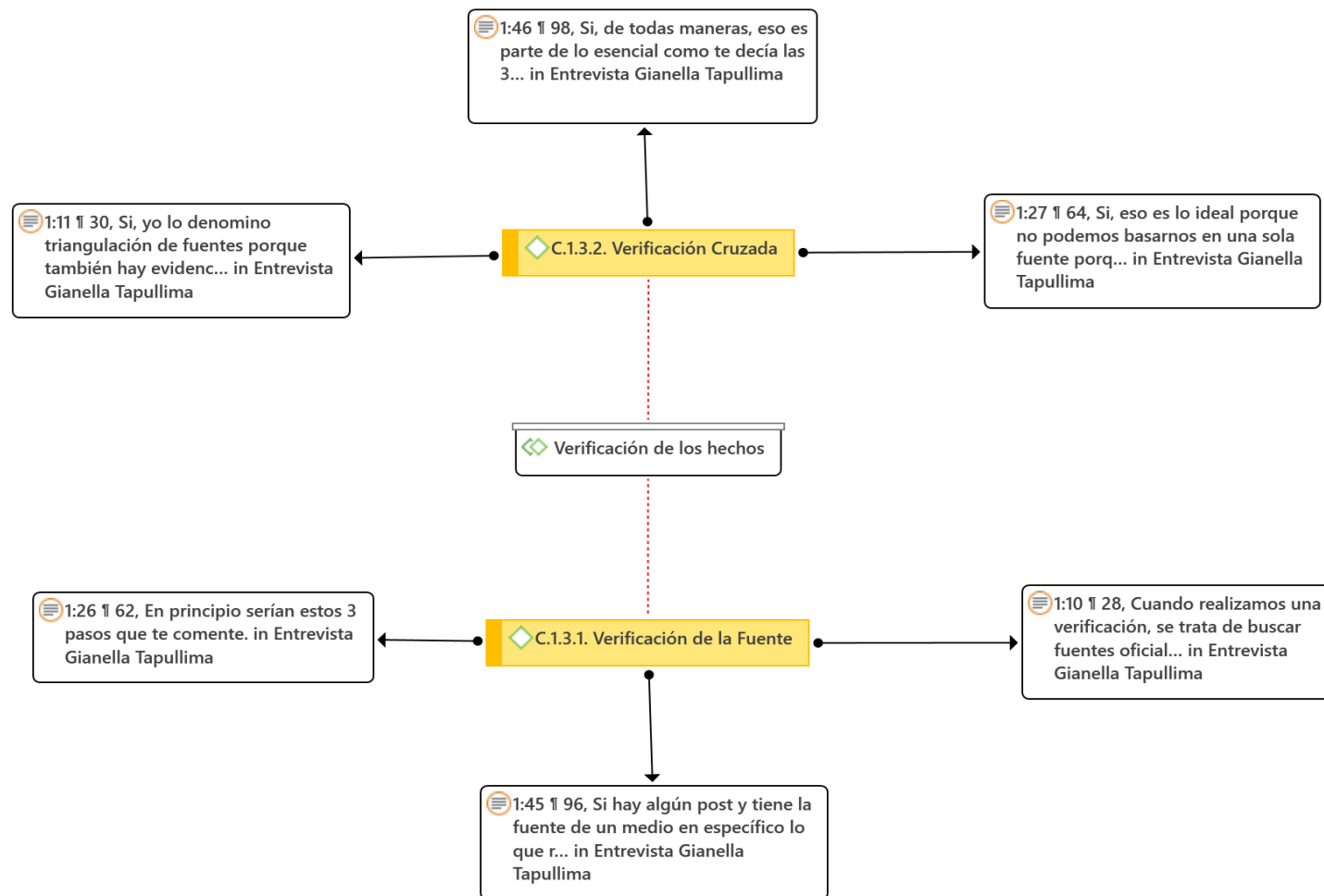
Asimismo, Velarde sostuvo que no existe una herramienta que esté disponible en web donde tu coloques tus datos y te diga al 100% si es falso o verdadero. La verificación es un trabajo de investigación por el cual el periodista debe utilizar varias fuentes para determinar si algo es falso o verdadero.

Finalmente, Cárdenas expresó que para garantizar una información sea confiable, se requiere una variedad de fuentes, es decir, se requieren mínimo 3 fuentes y tener la versión de la otra parte de quien estamos verificando, para tener más contexto y saber si hubo un error en su entrevista o si esta persona se cierra en su idea. Esto te ayuda a delimitar lo que estás verificando. Sin embargo, para elegir estas fuentes, deben pasar por algunos filtros. Uno de ellos es que no tengan denuncias y que no hayan estado involucrados en algo ilegal.

4.5 Sobre la verificación de los hechos

Figura 5

Verificación de los hechos



Nota: Elaboración propia, 2024.

4.5.1 Interpretación

La verificación de los hechos es fundamental durante el proceso del Fact Checking, porque asegura la precisión de la información previniendo caer en la desinformación. También, fortalece la credibilidad y la integridad del medio donde se publica la verificación.

El entrevistado Hugo Velarde considera que para detectar falsedades en la información lo ideal es aplicar la verificación cruzada, esto nos ayuda a no basarnos en una sola fuente, porque esta puede contener algún error o no podría ser 100% confiable. Lo ideal sería siempre verificar de dos, tres o más fuentes.

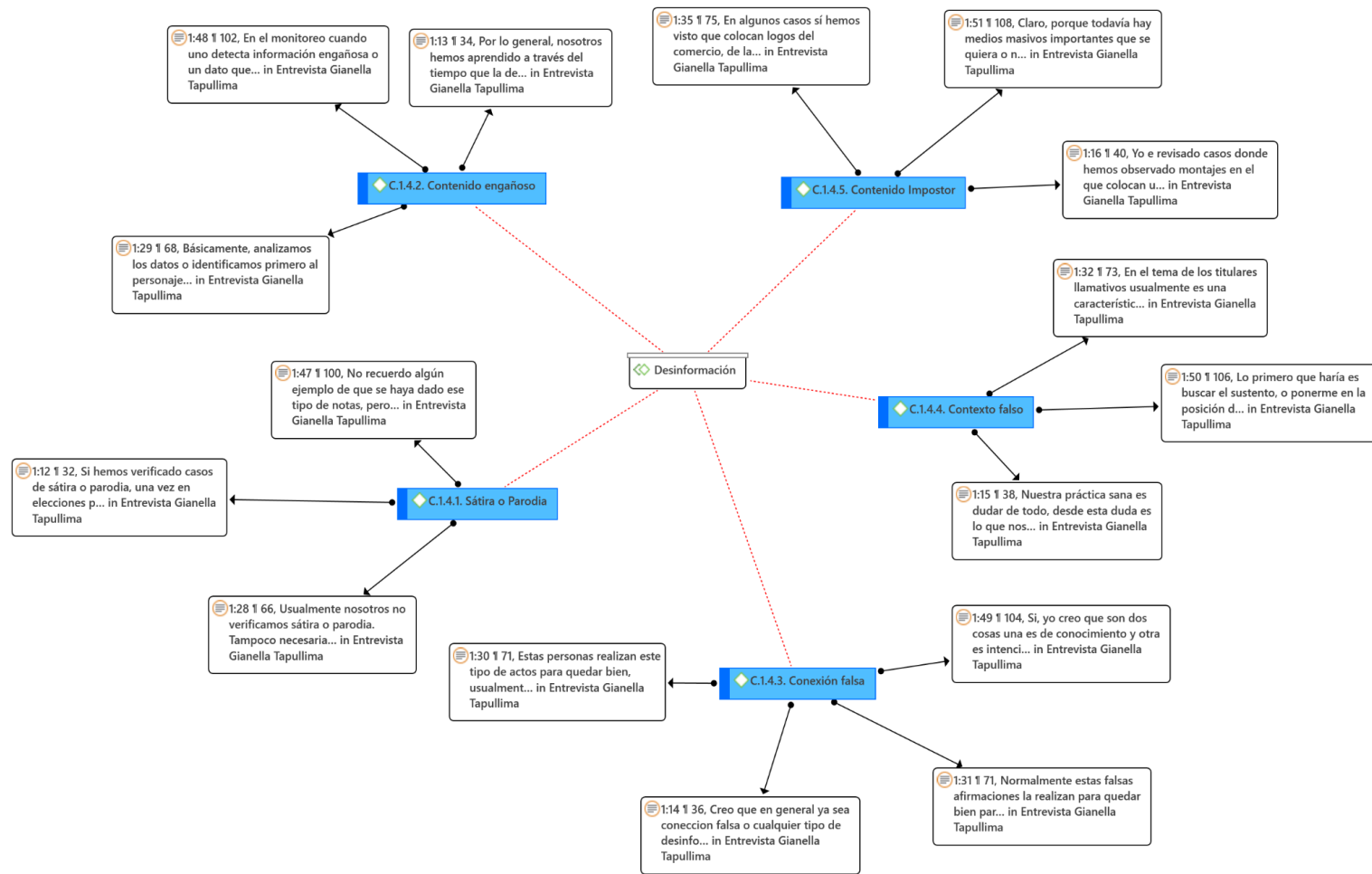
En adición, Tapullima denomina esta acción como una triangulación de fuentes, y que este método no solo se aplica en el Fact Checking sino en el periodismo de datos o de investigación, porque de alguna forma ayuda a no depender de una sola fuente, si no que ayuda a ampliar la visión del tema y no conformarse con una sola fuente.

Por otro lado, para garantizar una correcta verificación de hechos, se tiene que cumplir con ciertos paradigmas, como la verificación de la fuente. Tapullima opina que cuando se realiza una verificación, se trata de buscar fuentes oficiales sobre el tema para no desinformar al público. En Ojo Público se trata de buscar fuentes académicas, fuentes de organismos internacionales, al cruzar esas fuentes se identifica si lo que se señala se condice o se contradice o hay un matiz que debemos tomar en cuenta.

4.6 Sobre la desinformación

Figura 6

Desinformación



Nota: Elaboración propia, 2024.

4.6.1 Interpretación

Actualmente, la desinformación juega un papel central en la necesidad y la práctica del Fact-Checking, ya que vivimos en un mundo saturado de información que no siempre es verdadera. Esta suele ser engañosa o manipuladora y se propaga rápidamente por diversas plataformas. Esto afecta negativamente a la población en su toma de decisiones y, en algunas ocasiones, estas noticias falsas atentan contra su salud.

Hugo Velarde manifestó que su accionar al toparse con contenido engañoso es analizar los datos o identificar al personaje al cual están verificando, para que brinde mayor detalle sobre la información identificada. Luego se toma nota de los datos que menciona y se responden estos datos, investigando sus fuentes o si el tema es complicado se realizan entrevistas a especialistas para que ayuden a verificar este contenido.

Tapullima sostiene que a través del tiempo aprendió a identificar este tipo de contenido engañoso, suelen ser desinformación muy cíclica, temas que son desmentidos y vuelven a ser señalados por algún político, esto se responde de inmediato ya que se sabe que es correcto o incorrecto. En cambio, si un dato es nuevo, se tiene que seguir los pasos de la metodología para verificarlo.

Por otro lado, la conexión falsa entre afirmaciones persiste durante la búsqueda de información. Según Hugo Velarde esto se realiza con el fin de quedar bien para impresionar o a veces para justificar temas legales, cuando quieren sustentar algo o argumentar sobre un tema contra la fiscalía, la Junta Nacional de Justicia, la defensoría etc.

Gianella Tapullima opina que en general ya sea una conexión falsa o cualquier tipo de desinformación, resulta igual de dañina. Asimismo, la editora cree que estas son creadas por intereses políticos, económicos, por tener cierta visibilidad o incluso por atacar ciertos sectores, o por amplificar estereotipos.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1 Descripción de los resultados

En el presente capítulo se analizó, comparó e interpretó, los resultados obtenidos durante el trabajo de campo, con los hallazgos de los antecedentes de investigación y las reflexiones de las bases teóricas del presente trabajo.

Respecto al objetivo general analizar en qué consiste el proceso de Fact Checking que utiliza la plataforma Ojo Público ante las noticias del 2024, trazado con el fin de saber qué rol desempeña el Fact-Checking en su página oficial de Facebook., se encontró que el proceso de verificación consiste en verificar si una noticia es falsa, verdadera o engañosa, para lo cual se aplican siete pasos, El primero consiste en el mapeo de la información e identificar la desinformación, toda aquella cosa que pueda ser contrastada con evidencia.

El segundo paso sería que cuando se detecta algo se hace una pre-revisión para saber si hay el sustento suficiente, ya que los redactores de Ojo público tienen como requisito consultar como mínimo tres fuentes, estas tres fuentes deben ser diversas, de distintas procedencias, pueden ser documentos, informes, artículos, consultas a especialistas o consultas a los involucrados.

Luego de comprobar que hay suficiente sustento para verificar la información, seguimos con el tercer paso que consiste en buscar la réplica, este paso depende de la información, ya que nos ayuda a obtener información más detallada. El cuarto paso sería revisar todas las fuentes académicas, documentos, escritos o bibliográficas. El quinto paso sería la redacción final. El sexto paso sería la segunda revisión de todo, desde el titular hasta las fuentes, para evitar errores y el séptimo paso es publicar la nota.

Estos pasos son fundamentales para garantizar una verificación satisfactoria, sin errores que puedan poner en riesgo la credibilidad del medio. Desde el mapeo de la información, se identifica si la información debe pasar por el proceso de Fact Checking, para evitar perder el tiempo en identificar algo que no tiene suficiente sustento, no solo la noticia debe tener como característica que sea relevante o de coyuntura si no debe tener suficiente sustento para poder verificar y señalar si es una noticia falsa, engañosa o verdadera. De cierta manera, las noticias de coyuntura pueden garantizarte un gran alcance en redes sociales pero lo importante son las

fuentes con la que tu puedas contrastar la información, ya que sin fuentes no se puede hacer un trabajo correcto de verificación.

Asimismo, el Fact Checking no solo consiste en verificar la validez de una información, esto va mucho más allá de definir si algo es verdadera o falso, esto consiste en puntos importante como la contextualización de afirmaciones para evitar malentendidos, desmontar narrativas falsas o sesgadas. Otro punto sería la búsqueda y evaluación de una fuente, recopilación de información en documentos, artículos, entrevistas. Toda esta responsabilidad cae en los fact-checker, que son los encargados de proporcionar un panorama completo, identificar la desinformación y explicar el contexto para la comprensión precisa de la información.

Este hallazgo es similar al estudio realizado por Gutierrez (2021) En esta investigación se encontró muchas similitudes, ya que el periodista Mario Quispe Moreno explicó que en el diario La República primero detectan una frase o afirmación que tenga potencial a ser falsa, y en ese sentido la toman en cuenta la viralización o la relevancia si lo ha dicho algún personaje público muy conocido, después de ese paso se comienza hacer la verificación para ello se buscan las fuentes que puedan respaldar, confirmar o desmentir la noticia que es verificada, y en caso de las imágenes se hace una búsqueda inversa, en buscadores como Google. Esta investigación demostró que sigue los mismos pasos del medio Ojo Público durante el proceso del Fact Checking, y que ésta no sólo consiste en validar información si no que consta en la búsqueda exhaustiva de fuentes para poder hallar la información precisa y realizar una verificación exitosa.

Por otro lado, el presente hallazgo se puede comparar con el trabajo de Estrada y Ruiz (2022), quienes encontraron que es necesario una vez seleccionada la noticia a verificar, se debe conocer de dónde y en qué contexto círculo lo dicho. Este es uno de los primeros pasos que menciona en la presente investigación, donde la editora precisó que antes de identificar la desinformación se debe ver si es verificable o no, para obtener información más detallada se debe consultar al autor de ese mensaje para saber si hubo algún error en sus palabras, si desea retractarse o se mantiene en su posición.

Efectivamente, el Fact Checking no solo consiste en descifrar una información, la verificación no es solo agarrar una información que circula en redes sociales y adjuntarlo en algún programa de inteligencia artificial que te diga si es verdadero o falso, esto es imposible y de ser posible ese programa no te brinda información verídica. El Fact Checking es mucho más

que eso, es un arduo trabajo periodístico que está compuesto por distintos pasos que son cruciales para una correcta verificación.

Respecto al objetivo específico uno, Identificar las herramientas que emplea la plataforma Ojo Público durante la recopilación de información, se encontró que una de las herramientas más importantes es la observación, esto forma parte del primer paso del proceso de verificación, que es identificar la desinformación, donde el fact checker revisa entrevistas, artículos, documentos, etc. Se realiza constantemente este monitoreo para identificar en estos espacios la desinformación. Uno de los entrevistados encontró que Ojo Público no suele observar diarios porque anteriormente se ha detectado que pueden caer en error y no es información 100% verificable, ya que las notas que se generan en estos medios no son hechas con rigurosidad. Esto es debido a que los redactores tienen que cumplir con publicar ocho o siete notas al día, y tienen que ser publicadas al instante para que no pierdan relevancia. Por ello, el fact checker no puede poner en riesgo la credibilidad del medio usando notas que no son 100% verificadas.

Se concuerda con lo dicho por el periodista Hugo Velarde, es importante hallar fuentes fidedignas que nos brinden seguridad de que la información que estamos validando tenga un respaldo sólido. Pero esto depende del fact checker al buscar fuentes confiables, que no tengan denuncias por actos ilícitos o antecedentes de haber brindado datos incorrectos. Es fundamental no usar como fuente los diarios, ya que al publicar durante el día distintas notas, los datos que contienen no suelen ser 100% verificables, por lo cual no deberíamos usarlo ya que se caería en errores. Posiblemente, es lo más rápido para buscar como fuente, pero esa decisión podría poner en riesgo nuestra credibilidad ya que, al caer en error, las personas tendrían menos confianza en el medio Ojo Público.

El presente hallazgo es similar al estudio realizado por Mejia (2022) se encontró que La república y Ojo público, cuando recolectan información para poder argumentar un resultado posterior de cada noticia, recurren a los espacios digitales y herramientas de búsqueda en internet para poder atender un dato que no está del todo cubierto. En este caso no precisan exactamente si utilizan la herramienta de observación, pero se deduce que sí la aplican, ya que, al buscar información en espacios digitales o en internet, es necesario emplear la observación. No se trata de audiolibros o páginas que no se vayan a leer, sino de fuentes que deben observarse minuciosamente para hallar los datos que respalden la verificación.

En adición, en el estudio de Gutierrez (2021) se encontró que la página chequeado utilizan la herramienta chequeabot para automatizar el procedimiento de verificación de datos, pero el diario La República no cuenta con la verificación automatizada, debido a que no cuentan con los recursos por parte de la misma plataforma. Sin embargo, para la recopilación de información usan datos abiertos y documentos en línea. En el caso de datos abiertos consultan a el portal de gobierno peruano y datos de diferentes áreas en los distintos ministerios.

Todos los medios durante el proceso de recopilación de información siempre aplican las herramientas de observación, otro de las herramientas principales sería el cumplimiento de todos los pasos que están en la metodología de verificación, ya que, si algún dato no está disponible o no está actualizado, se opta por no publicar la nota.

Respecto al objetivo específico dos describir las herramientas que emplea la plataforma “Ojo público” para la evaluación de la fuente, no existe una herramienta o una plataforma donde podamos adjuntar nuestras fuentes y automáticamente nos descifre si la fuente es confiable o no, Por ello, uno de los pasos más importantes del fact checker es siempre investigar la credibilidad historia de cada fuente, para descartar que la fuente sea una persona que suele desinformar o difundir noticias falsas.

Ante ello, la periodista Tapullima sostuvo que se debe evitar contactar personas que no tengan especialidad de un tema que estamos verificando. Segundo, de que esta persona no haya formado parte de una investigación fiscal o tenga antecedentes de haber desinformado en algunas ocasiones. Siempre cuando un especialista sea nuestra fuente debemos chequear que no estén involucrados en algún problema o que sean partidarios políticos de algún sector. Además, la periodista sugiere que se debe tratar de consultar a personas que sean técnicas o académicas en el tema que estamos verificando, valoramos más su producción académica que su visibilidad en los medios.

Por otro lado, no solo los especialistas pueden caer en error, es poco creíble que las plataformas del estado se equivoquen, pero se ha observado en algunas situaciones cometer errores. Por ejemplo, según Velarde cuando ha hecho seguimiento a la ejecución presupuestal del ministerio de economía, esta te brinda una lista de aplicativos donde puedes verificar cual es el presupuesto gastado por los ministerios o todas las instituciones del estado, hay una opción de color azul, que te brinda datos diarios y mensuales. La otra opción es color rojo que te brinda algunos datos adicionales, pero estas no coinciden con las otras opciones, ya se ha detectado

que alguna de las informaciones no es correcta por ello los redactores de Ojo Público prefiere no usarlo.

Por ello considero que el Fact Checking no solo consiste en validar si una información es verdadera o falsa, La verificación es una investigación a profundidad que no se puede realizar en horas, esto podría demorar 1 o 2 días dependiendo de la complejidad del tema. El fact checker tiene una gran responsabilidad al buscar sus fuentes y que estas sean de confianza, que no tengan antecedentes que puedan manchar la verificación.

Por otro lado, en el presente hallazgo no encuentra similitudes con el estudio realizado por Correa y Velásquez (2023) no se encontró precisamente la herramienta para la evaluación de las fuentes, pero según Monteblanco, es importante mantener una base de datos, donde podamos tener distintas fuentes confiables en las que podamos apoyarnos para recaudar información. De este modo no solo contaremos con una fuente sino con diversas fuentes que nos enriquecerán de sus conocimientos y perspectivas. Asimismo, Monteblanco manifiesta que nuestra fuente debe ser una persona que domine el tema y que tenga estudios necesarios como para dar una respuesta a nuestras preguntas.

Estoy a favor de lo que expresó Monteblanco (2023), ya que si nosotros elegimos que una de nuestras fuentes sea un especialista debemos asegurarnos de que este sea un profesional con amplia experiencia en el tema, para que nos pueda dar respuestas asertivas ante nuestras preguntas. Por otro lado, concuerdo de que es casi imposible que exista una herramienta digital donde rápidamente nos diga si estas fuentes son confiables o no ya que las fuentes que el fact checker va recopilando pasa por una investigación previa, para evitar errores que atente contra su credibilidad.

Respecto al objetivo específico tres Analizar la labor del fact-checker de la plataforma Ojo Público entorno a la verificación de los hechos, Todo fact checker debe demostrar su ética periodística, y no tener ninguna opción política. Según Tapullima toda persona tiene sesgos, pero es importante ser conscientes de eso, para ser transparentes al verificar algún dato o hecho. Encontré que durante la verificación de los hechos o para detectar falsedades usan la técnica verificación cruzada, a la cual Tapullima denomina triangulación de fuentes, es muy confiable aplicar esta técnica ya que no solo se usa en el fact checking sino en periodismo de datos o de investigación. Esto ayuda a no depender de una sola fuente, ayuda a tener mayores conocimientos y ampliar la visión sobre el tema que se investiga.

Considero que esta técnica, no solo te ayuda a verificar los hechos que narran en una desinformación, si no, te ayuda conocer a profundidad el tema, y volverte más especialista en la verificación, al tu contrastar con distintas fuentes podrás encontrar posibles contradicciones que te generan nuevas interrogantes, que tendrás que descifrar. Esta técnica enriquecerá y fortalecerá tu labor como periodista.

Por otro lado, en el presente hallazgo se encontró similitudes con el estudio realizado por Gutierrez (2021) no precisan exactamente si utilizan la técnica de verificación cruzada para la verificación de los hechos, pero según Irene Ignacio expresó en general para poder verificar primero debemos tener en cuenta dos criterios principales que son la gravedad del asunto y la viralidad, en el caso de las mascarillas que causan muerte de neumonía bacteriana, se buscaron distintas fuentes y buscar a cuatro médicos especialistas en el tema y se revisó artículos de la OMS, para poder verificar correctamente esa publicación.

Me queda claro que en esa investigación se aplicó la verificación cruzada, no lo precisa, pero al recaudar distintas fuentes, porque al tener información de distintas fuentes se tendrá que comparar la información, para verificar si la noticias es falsa o verdadera, o si te generó más interrogantes que te llevarán a profundizar tu investigación. Por otro lado, un periodista siempre debe realizar un periodismo de calidad, es decir demostrar ética y profesionalismo al redactar una nota de verificación, esto depende también de que cumpla con las reglas de todo fact checker. Una de ellas es jamás confiar en una sola fuente, porque este error podría poner en riesgo la credibilidad del medio ya que con una sola fuente nunca puedes validar una información.

Respecto al objetivo específico cuatro describir cuáles son las principales características de la desinformación que detecta la plataforma “Ojo Público” en su página Facebook se encontró que una de las características principales son portadas o publicaciones con títulos llamativos. Según Velarde, no solo se analiza frases de políticos, también imágenes, videos y audios que circulan en Facebook con el fin de desinformar. Otra de las características que se encontró fue el uso de marcas de agua de medios populares, según Gianella Tapullima a revisado muchas veces este tipo de montajes, en el cual colocan un titular y el logo de RPP, La república o algún medio de comunicación, esto con el fin de darle credibilidad a una desinformación. Además, la periodista expresó que no suele confiar en nada que se publique en redes sociales ya que pueden presentar distintas características llamativas, por ello antes de

compartir o difundir una noticia es mejor revisar su fuente y verificar si la información publicada es verdadera.

Considero que las características brindadas por los especialistas no son las únicas que se pueden encontrar en publicaciones falsas de Facebook, ya que los encargados de generar esta desinformación están en constante evolución para que sus publicaciones sean más creíbles. Otra de las características comunes que estas publicaciones presentan son errores ortográficos y no cuentan con fuentes ni autores, conocer estas características te ayudará como periodista a no caer en la desinformación.

Por otro lado, en el presente hallazgo no se encontró similitudes con el estudio realizado por Gutierrez (2021) En esta investigación no especifica qué características presenta una noticia falsa en Facebook, pero da a conocer una de las técnicas que aplican en los encabezados antes de publicar un post, este se llama Click Bait. Según Yulvitz Quiroz que hay muchos medios de comunicación que, a través de las redes sociales, utilizan lo que se conoce como clickbaits, la cual busca que a través de los titulares llamativos hacer que sus seguidores hagan clic. Y cuando van a leer la nota, esta información es muy distinta, resultando ser un contenido engañoso.

La especialista en Fact Checking da a entender que esta característica es muy usada en las redes sociales y no solo se trata de títulos llamativos, si no del encabezado que tenga cada publicación. Porque muchos posts son publicados en Facebook con títulos llamativos, pero se ha detectado que estos títulos llamativos tienen una sola función llevar al espectador al enlace de la desinformación con un solo clic.

En el estudio realizado por Correa y Velásquez (2023) se detectó que las redes sociales utilizan la misma técnica de clickbait. Según Montenegro, encontró muchas noticias falsas en periódicos online, periódicos informales en redes sociales o en páginas web, donde el tipo de sistema que tiene es muy clickbait.

Estas características que se encontraron cumplen un papel crucial en la propagación de la desinformación, considero que el clickbait y los títulos llamativos son características que se complementan para lograr que la desinformación llegue a consumirse. Normalmente, las personas dan clic a estos enlaces sin conocer el contenido y se influyen en el titular llamativo y engañoso, es una técnica peligrosa para la sociedad ya que no muchos conocen esta característica.

Estos hallazgos encontrados nos invitan a la reflexión para que, a nivel de comunicadores sociales, periodistas, a institucionalizar la práctica del Fact Checking para evitar la difusión de las fake news. Nos ayuda conocer más a fondo cómo ha evolucionado la desinformación y cuál es el rol que cumple todo periodista para brindar una verificación correcta.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

6.1.1 La presente investigación ha explorado el proceso del *Fact Checking* en *Facebook* del medio Ojo público, donde se ha entrevistado y cuestionado a profesionales del área de verificación del medio Ojo Público. Esto demuestra que la validez de una información no es un proceso sencillo ni se limita al uso de herramientas de inteligencia artificial para determinar si una noticia es confiable. Por el contrario, se trata de un procedimiento amplio y detallado, que en muchas ocasiones requiere una investigación exhaustiva. Según la complejidad del tema, este proceso puede tomar entre uno y dos días, ya que implica analizar minuciosamente los datos, contrastar fuentes y evaluar la información en su contexto.

6.1.2 Respecto al objetivo general uno, se concluyó que el proceso del *Fact Checking* no es una investigación simple, la verificación que aplica el medio Ojo Público en siete rigurosos pasos que se deben cumplir para realizar una correcta verificación, y que no se ponga en riesgo la credibilidad del medio Ojo Público. El proceso comienza con un mapeo inicial de la información, cuyo objetivo es identificar casos de desinformación que puedan contrastarse con evidencia sólida. Luego, se realiza una pre-revisión de las posibles afirmaciones detectadas, para determinar si cuentan con un sustento adecuado. En esta etapa, los redactores de Ojo Público tienen la regla de consultar al menos tres fuentes diversas, las cuales pueden incluir documentos, informes, artículos, opiniones de especialistas o declaraciones de los involucrados.

Una vez confirmado que hay suficiente respaldo, se procede al tercer paso: buscar una réplica, lo que permite obtener información más detallada dependiendo del caso. Posteriormente, en el cuarto paso, se realiza una revisión exhaustiva de todas las fuentes disponibles, ya sean académicas, documentales o bibliográficas.

El quinto paso consiste en la redacción final del contenido, seguido del sexto paso, que implica una revisión integral de todo el material, desde el titular hasta las fuentes citadas, para asegurar la precisión y evitar errores. Finalmente, en el séptimo paso, se publica la nota, completando el riguroso proceso de verificación.

Ojo Público es un medio que destaca por su riguroso proceso de verificación. Estos pasos deben seguirse para completar el proceso de calificación antes de publicar la nota.

Además, esta debe pasar por varios filtros para determinar si se publica únicamente en Facebook o en todas sus redes sociales.

6.1.3 Respecto al objetivo específico uno, Los resultados recaudados revelan que una de las herramientas que utilizan para la recopilación de datos, es la observación, esto nos permite detectar datos directamente de la realidad, sin intermediarios. Esta herramienta es útil de inicio a fin, sin esta herramienta no podríamos iniciar a realizar la verificación y tampoco obtendríamos datos relevantes para verificar.

Otra de las herramientas serían las entrevistas, a través de las cuales se recopilan diálogos de personas que, en ocasiones, no brindan información precisa. Esto ocurre con mayor frecuencia en el caso de los políticos, quienes durante las entrevistas suelen mencionar cifras que muchas veces resultan ser falsas. Estas entrevistas se utilizan para someter la información al proceso de verificación y así informar a la población que los datos proporcionados por ese especialista o político no son reales.

6.1.4 Respecto al objetivo específico dos, se concluyó que no existe una aplicación creada por la inteligencia artificial para evaluar si una fuente es confiable o no. La evaluación de la fuente es uno de los aspectos más importantes del trabajo de un Fact checker, ya que, si no se cumplen las reglas al buscar una fuente, esto podría poner en riesgo la credibilidad del medio.

Por ello, existen algunos criterios que los periodistas de Ojo Público aplican al momento de buscar sus fuentes. El primero es buscar fuentes confiables, provenientes de páginas verificadas, como las de ministerios o instituciones académicas. También deben tomar en cuenta evitar usar como fuente a especialistas o expertos que tengan antecedentes de haber brindado declaraciones falsas o contradictorias. Estas fuentes no se toman en cuenta, ya que, a pesar de que el especialista se retracte de su error, queda censurado. Asimismo, las fuentes no deben pertenecer a partidos políticos ni tener denuncias por actos ilegales.

6.1.5 Respecto al objetivo específico tres, se concluyó que todo Fact checker debe actuar con objetividad para ofrecer un periodismo de calidad, La objetividad es crucial para un periodismo ético y responsable. Todo periodista con ética siempre realizará una correcta verificación de hechos, para ello deben buscar como mínimo 3 fuentes para que puedan verificar un dato erróneo.

En ojo público se aplicará la técnica de verificación cruzada, esto les ayuda a validar o a generar nuevas interrogantes, tener 3 distintas fuentes académicas, reportajes o un experto, nos ayuda a enriquecer nuestros conocimientos y al contrastarlas podemos encontrar alguna fuente que tenga errores, lo que nos ayuda a saber que no es una fuente confiable y que no debemos usarlas en futuras verificaciones.

6.1.6 Respecto al objetivo específico cuatro, se descubrió que una fake news en redes sociales contiene diversas características, no se puede dar un número en específico ya que los creadores de la desinformación están en constante evolución para que sus publicaciones cada día sean más creíbles.

Una de las características más mencionadas por los entrevistados son los títulos llamativos que va conectado con el clickbait, estos se relacionan para atraer más visualizaciones y aumentar los clics del documento que es creado con el fin de desinformar. Generalmente, los títulos engañosos y exagerados ofrecen más de lo que el contenido posee.

6.2 Recomendaciones

Dado que los hallazgos presentan cierta similitud en el proceso de verificación que los periodistas de Ojo Público aplican, pero es preocupante que las noticias falsas continúen en aumento. Por lo tanto, se recomienda que las universidades incluyan cursos de verificación en sus programas, para que todos los profesionales estén preparados y no caigan en la desinformación.

6.2.1 Dado que la presente investigación ofrece una visión detallada sobre la importancia del Fact Checking en el diario Ojo Público y su contribución para mejorar la calidad de la información y combatir la desinformación, se recomienda a los medios de comunicación y a las autoridades regulatorias implementar estrategias específicas para fortalecer este proceso. Entre estas estrategias se sugiere la creación de manuales estandarizados de verificación, es decir elaborar documentos que detallen de manera sistemática los pasos o procedimientos que los periodistas o medios de comunicación deben seguir en la verificación. También, se recomienda la capacitación continua de periodistas en el uso de herramientas tecnológicas y metodologías de verificación, y el diseño de indicadores que permitan evaluar el impacto de estas prácticas en la calidad informativa. Además, se aconseja a incluir el Fact Checking como parte integral en la formación académica de futuros periodistas, para que desarrollen competencias en análisis crítico y gestión de información verificada. Estas acciones metodológicas no solo servirán como referencia en el desarrollo de nuevos proyectos, sino que

también contribuirán a una sociedad mejor informada y más resistente frente a la desinformación.

6.2.2 Con respecto a los resultados obtenidos en relación con el objetivo específico Identificar las herramientas que emplea la plataforma “Ojo Público” durante la recopilación de información, se recomienda que los medios de comunicación implementen programas de formación continua orientados a periodistas y verificadores de hechos. Estos programas deben estructurarse de manera que proporcionen una comprensión profunda y detallada de las herramientas principales de verificación, abordando no solo su funcionamiento técnico, sino también su aplicación en diversos contextos informativos. Se sugiere incluir módulos prácticos sobre el uso de herramientas tecnológicas avanzadas, como la búsqueda inversa de imágenes, la verificación de datos en tiempo real y el análisis de fuentes. Además, se recomienda evaluar regularmente la efectividad de estos programas a través de indicadores de desempeño que midan la mejora en la precisión y la capacidad de los periodistas para realizar verificaciones de calidad. De este modo, se garantizará que el personal esté adecuadamente capacitado para enfrentar los desafíos emergentes en la era digital, manteniendo altos estándares de precisión y veracidad en sus redacciones.

6.2.3 Basados en los hallazgos relacionados con el objetivo específico de describir las herramientas que emplea la plataforma “Ojo público” para la evaluación de la fuente, se recomienda integrar tecnologías avanzadas, como la inteligencia artificial (IA) y el análisis de datos, en el proceso de verificación. Estas tecnologías pueden ser empleadas para identificar patrones de desinformación de manera más rápida y precisa, permitiendo así una evaluación más eficiente de la fiabilidad de las fuentes. En particular, se sugiere el desarrollo de algoritmos de IA que sean capaces de procesar grandes volúmenes de información y detectar incoherencias o señales de desinformación, lo que facilitaría una respuesta más ágil ante la circulación de contenidos falsos. Además, se recomienda la creación de herramientas automatizadas que ayuden a realizar un análisis preliminar sobre la confiabilidad de las fuentes, combinando el procesamiento de datos con el juicio humano en la etapa final de verificación. Este enfoque permitiría mejorar la eficiencia del proceso y aumentar la precisión de las evaluaciones. Según *Ojo Público*, actualmente no existe una plataforma que integre estas tecnologías de manera eficaz para detectar de forma rápida y confiable la veracidad de una fuente, lo que subraya la necesidad de innovar en este ámbito.

6.2.4 De acuerdo con el objetivo específico de Analizar la labor del Fact-checker de la plataforma “Ojo Público” entorno a la verificación de los hechos, se recomienda que las universidades y academias incluyan en sus programas académicos cursos especializados en ética periodística. Estos cursos deben abordar de manera integral los principios éticos que guían la práctica periodística, enfocándose en el análisis de dilemas éticos comunes en la verificación de hechos y en la toma de decisiones relacionadas con la publicación de información. Se sugiere que dichos cursos sean impartidos mediante una combinación de teorías éticas y estudios de casos prácticos, donde los estudiantes puedan aplicar los conocimientos adquiridos en situaciones reales. Además, se recomienda que los cursos se complementen con módulos prácticos en los que los futuros periodistas desarrollen habilidades para identificar posibles conflictos éticos durante el proceso de verificación, garantizando una correcta toma de decisiones sin comprometer la objetividad y la precisión de la información. Este enfoque fortalecerá la labor de los periodistas, promoviendo una verificación de hechos rigurosa que proteja la credibilidad y confianza del medio ante la audiencia.

6.2.5 Finalmente, con los hallazgos obtenidos y en base al objetivo específico de describir cuáles son las principales características de la desinformación que detecta la plataforma “Ojo Público”, se recomienda desarrollar e implementar programas educativos enfocados en la divulgación del proceso de Fact-Checking y las características esenciales de la desinformación. Estos programas podrían consistir en charlas, talleres y clases diseñados para enseñar a los participantes las técnicas y herramientas utilizadas para la verificación de hechos, así como los patrones más comunes de desinformación que circulan en las redes sociales. Además, se sugiere incluir actividades prácticas donde los asistentes puedan aplicar estas herramientas en ejemplos reales, facilitando la identificación de noticias falsas en diferentes formatos (texto, imágenes, videos). La implementación de estos programas contribuiría a sensibilizar al público sobre la importancia de verificar la información antes de consumirla o compartirla, lo que, a su vez, ayudaría a prevenir la propagación y viralización de desinformación. Esto fortalecería la capacidad crítica de los lectores y usuarios de las redes sociales, mejorando su habilidad para detectar contenido falso y fomentar una mayor responsabilidad en el consumo de noticias.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adair, B. (2010). *The fact-checker's bible: A guide to getting it right*. New York University Press.
https://books.google.com.pe/books?id=PKzc2FLS5qIC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Arias Galicia, R. (1976). *Teoría de la comunicación*.
- Ayala, T. (2012) *Marshall McLuhan, las redes sociales y la Aldea Global*. [Archivo, Universidad Metropolitana de Ciencias de la Educación].
- Alonso, M. y García, M.J. (2015). Noticias falsas en Internet: difusión viral a través de las redes sociales. En *Livro de Atas do IV COBCIBER*. Oporto: Observatório de Ciberjornalismo.
- Bell, E. y Owen, T. (2017) *The Platform Press: How Silicon Valley Reengineered Journalism*
<https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8R216ZZ>
- Besse, F. (1999). *Métodos y técnicas de investigación social*. Editorial [Taller abierto].
 file:///C:/Users/LARIZA/Downloads/Libro_Teoria-Metodos-y-Tecnicas-en-La-Investigacion-Social_Alfredo_Tecla.pdf
- Blanco, I., Chaparro, M., y Repiso, R. (2021). El fact-checking como estrategia global para contener la desinformación.
<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/76189/4564456558362>
- Borel, B. (2016) *The Chicago Guide to Fact-Checking*.
https://www.google.com.pe/books/edition/The_Chicago_Guide_to_Fact_Checking/eQH1DAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&printsec=frontcover
- Boorstin, D. (1961) *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*.
https://www.google.com.pe/books/edition/The_Image/_tAVkg75s0MC?hl=en&gbpv=1&printsec=frontcover
- Bradshaw, S. y Howard, P.N. (2019). *The Global Disinformation Order: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation*. <https://demotech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/12/2019/09/CyberTroop-Report19.pdf>
- Céspedes, A. (2022). *Fact Checking en tiempos de pandemia: el rol de AFP factual y Fast Check CL en la verificación de información*. [Tesis de Especialización, Universidad Nacional

- de La Plata].
https://perio.unlp.edu.ar/sistemas/biblioteca/files/_Cespedes_Flores_Andrena_Vanessa__TIF_Andreina_Cespedes.pdf
- Correa, E. y Velásquez, C. (2023). *Análisis del Fact Checking sobre el COVID-19 de Prescriptores Peruanos en sus Redes Sociales entre mayo y septiembre del 2020*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada Antenor Orrego]. Repositorio de la Universidad Privada Antenor Orrego.
https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12759/10253/REP_ELIANA_CORREA_CARMEN.VELASQUEZ_ANALISIS.DEL.FACT.CHECKING.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Christakis, N. A., y Fowler, J. H. (2010). *Connected: The surprising power of our social networks and how they shape our lives*. Little, Brown and Company.
https://www.google.com.pe/books/edition/Connected_The_Amazing_Power_of_Social_Ne/HajgcqSe2m8C?hl=en&gbpv=1&pg=PA3&printsec=frontcover
- Estrada, V. y Ruiz, N. (2022). *Ama Llulla: análisis del medio de fact-checking y contenido de sus mensajes de Instagram*. [Tesis de Licenciatura, Universidad de Lima]. Repositorio de la Universidad de Lima.
https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/17753/T018_74661372_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ferrández-Mas, A. y López-López, P. (2022). Análisis comparado de las herramientas de fact-checking de España y Argentina. *Cuaderno 161*. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación (2022/2023). pp. 125-139.
<https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/cdc/article/view/6982/11097>
- Floridi, L. (2011). *The Philosophy of Information*. Oxford University Press.
https://www.google.com.pe/books/edition/The_Philosophy_of_Information/4d0TDA_AAQBAJ?hl=en&gbpv=1&pg=PA1&printsec=frontcover
- Gallego, J. (2010). *Tecnologías de la Información y de la Comunicación. Técnicas Básicas*.
file:///C:/Users/LARIZA/Downloads/Tecnologias_de_la_informacion_y_la_comunicacion.pdf

- Gil, F., Rodríguez, G., y García, J. (1996). *Métodos de investigación en ciencias sociales*.
https://www.researchgate.net/publication/44376485_Metodologia_de_la_investigacion_cualitativa_Gregorio_Rodriguez_Gomez_Javier_Gil_Flores_Eduardo_Garcia_Jimenez
- González, A., Vázquez, L. y Ramos, J. (2021) La Observación en el Estudio de las Organizaciones. *New Trends in Qualitative Research (NTQR)*. Vol. 5, La práctica en Investigación Cualitativa.
<https://publi.ludomedia.org/index.php/ntqr/article/view/261/270>
- González, M. A. (2019). Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*. N° 45. (2019).
https://institucional.us.es/revistas/Ambitos/45/Mon/Fake_News-_desinformacion_en_la_era_de_la_sociedad_de_la_informacion_.pdf
- Guba, E, y Lincoln, Y. (1985) *Naturalistic Inquiry*
https://www.google.com.pe/books/edition/Naturalistic_Inquiry/2oA9aWINEooC?hl=en&gbpv=1&printsec=frontcover
- Guba, E. G., y Lincoln, Y. S. (1989). *Fourth generation evaluation*.
https://www.google.com.pe/books/edition/Fourth_Generation_Evaluation/k_zxEUst46UC?hl=en&gbpv=1&printsec=frontcover
- Gutierrez, J. (2021). *El fact-checking contra la desinformación caso: verificador de la república: “las mascarillas están causando muertes por neumonía bacteriana”*, Lima-2021. [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo]. Repositorio de la Universidad César Vallejo.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/88191/Gutierrez_ZJC-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación* (4a ed.). McGraw-Hill. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Ireton, C. y Posetti, J. (2020) Periodismo, “Noticias Falsas” & Desinformación.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373349/PDF/373349spa.pdf.multi>

- Kaspersky (04 de febrero del 2020) 70% de los latinoamericanos desconoce cómo detectar una fake news [Artículo]. https://latam.kaspersky.com/about/press-releases/70-de-los-latinoamericanos-desconoce-como-detectar-una-fake-news?srsltid=AfmBOoq1OALKicTm7QOMSG7HngK0LnI_yrR8N-U9nD81hzrmoCoz8Evb
- Kessler, G. (2007). *The Washington Post Fact Checker*. The Washington Post. <https://www.case.org/system/files/media/file/18JF%20feat%20Just%20the%20Facts.pdf>
- Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2001) *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect* https://www.google.com.pe/books/edition/The_Elements_of_Journalism/A1QdLpebfnIC?hl=en&gbpv=1&printsec=frontcover
- Lazer, D. (2018) The science of fake news https://scholar.harvard.edu/files/mbaum/files/science_of_fake_news.pdf
- Lippmann, W. (1922) *Public Opinion* https://monoskop.org/images/b/bf/Lippman_Walter_Public_Opinion.pdf
- Locke, J. (1980). La espiral del Silencio, Opinión pública: nuestra piel social https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5524496/mod_resource/content/2/Aula%2010_La_Espiral_del_Silencio%20LIVRO.pdf
- Lopez, P. y Rodríguez, J. (2020). El Fact Checking en España. Plataformas, prácticas y rasgos distintivos. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. 26(3) 2020: 1045-1065. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/65246/4564456553772>
- Martínez, J. (2023). *El desafío del desorden informativo*. <https://centroisur.co/que-es-el-desorden-informativo-y-cual-es-su-intencion/>
- McLuhan, M y Powers, B. (1989). LA ALDEA GLOBAL: *Transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI* https://monoskop.org/images/2/2c/McLuhan_Marshall_Powells_BR_La_aldea_global.pdf
- McLuhan, M. (1960). Marshall Mcluhan 'La Aldea Global' <https://www.youtube.com/watch?v=23F2C5eYbdA>

- Mejia, G. (2022). *Fact checking: la verificación de información como elemento periodístico de los medios de comunicación "La República" y "Ojo Público" en el marco del gobierno del expresidente Manuel Merino (10/11/20 - 15/11/20)*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/667637/Mej%c3%ada_CG.pdf?sequence=17&isAllowed=y
- Mondéjar, D. (2019). *Verificadores de verificadores, la Unión Europea y Facebook: actores en la lucha contra la desinformación*. <https://mip.umh.es/blog/2019/05/17/verificadores-union-europea-facebook-desinformacion/>
- Monteblanco, N. (2023). ANÁLISIS DEL FACT CHECKING SOBRE EL COVID-19 DE PRESCRIPTORES PERUANOS EN SUS REDES SOCIALES ENTRE MAYO Y SEPTIEMBRE DEL 2020 https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12759/10253/REP_ELIANA_CORREA_CARMEN.VELASQUEZ_ANALISIS.DEL.FACT.CHECKING.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Noelle-Neumann, E. (1980). *La espiral del Silencio, Opinión pública: nuestra piel social* https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5524496/mod_resource/content/2/Aula%2010_La_Espiral_del_Silencio%20LIVRO.pdf
- Peña, G., Bermejo, E. y Zanni, S. (2021) Fact checking durante la COVID-19: análisis comparativo de la verificación de contenidos falsos en España e Italia. *Revista de Comunicación*, 2021, vol. 20, N° 1. <https://revistadecomunicacion.com/article/view/2153/1996>
- Rosas, L. (2023). *El fact checking como respuesta a la desinformación en procesos electorales: estrategias de producción y difusión en Twitter. Casos Red Ama Llulla y Verificado 2018*. [Tesis de Licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio de la Pontificia Universidad Católica del Perú. https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/26434/Rosas_Mejia_Fact%20checking_respuesta_desinformaci%c3%b3n1.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Rodríguez, C. (2020). Una reflexión sobre la epistemología del factchecking journalism: retos y dilemas. *Revista de Comunicación*, 2020, vol.19, N° 1. <http://www.scielo.org.pe/pdf/rcudep/v19n1/2227-1465-rcudep-19-01-243.pdf>
- Sahhar, G. (2021) *Las fake news que más se difundieron durante el año 2021. El Diario*. <https://eldiario.com/2021/12/31/fake-news-difundieron-2021/>
- Simons, H. (2009). *El estudio de caso: Teoría y práctica*. Morata. https://inaltera.org/doc/El%20estudio%20de%20caso_%20Teoria%20y%20pr%20-%20Helen%20Simons.pdf
- Stier, S., Bleier, A., Soroka, S., y Faris, R. (2018). *The role of social media in the spread of misinformation: A global perspective*. In *Media, technology, and society: A global perspective* file:///C:/Users/LARIZA/Downloads/SMM-FAT2-RESEARCH.PAPER1.pdf
- Tamayo, M. (2006). *El Proceso de la Investigación Científica*. Limusa. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/227860/El_proceso_de_la_investigacion_cientifica_Mario_Tamayo.pdf
- Técuatl, G. (2021). *Información, desinformación y bibliotecarios*. https://ru.iibi.unam.mx/jspui/bitstream/IIBI_UNAM/131/1/06_informacion_desinformacion_graciela_tecuatl.pdf
- Tejada, M., Batista, D. y Valderrama de Amaya, D. (2022). Las Redes Sociales como Herramientas Interactivas a Nivel Superior. *Societas. Revista de Ciencias Sociales y Humanísticas*. Vol. 24, núm. 2, 2022. <http://portal.amelica.org/ameli/journal/341/3413160004/html/>
- Tocqueville, A. (1980). *La espiral del Silencio, Opinión pública: nuestra piel social* https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5524496/mod_resource/content/2/Aula%2010_La_Espiral_del_Silencio%20LIVRO.pdf
- Turkle, S. (2011) *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. https://www.google.com.pe/books/edition/Alone_Together/Utk4DgAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&printsec=frontcover
- Wardle, C. y Derakhshan, H. (27 de setiembre del 2017). *INFORMATION DISORDER: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe.

<https://tverezo.info/wp-content/uploads/2017/11/PREMS-162317-GBR-2018-Report-desinformation-A4-BAT.pdf>

Yanes, R. (2003). La noticia y la entrevista. Una aproximación a su concepto y estructura. *Ámbitos*, núm. 10, 2003, p. 0. <https://www.redalyc.org/pdf/168/16801013.pdf>

Zommer, L. (2014). *El boom del fact checking en América Latina Aprendizajes y desafíos del caso de Chequeado*. https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=c6a21701-5f10-84ea-397d-dbc75f1a69fe&groupId=287460

ANEXOS

Anexo 1

Matriz de coherencia

Título de la Investigación: <i>Análisis del proceso de Fact-Checking en Facebook: Caso Ojo Público, 2024.</i>					
Problemas u Objeto de Estudio	Objetivos	Categorías	Subcategorías o Dimensiones	Fundamentos Científicos	Metodología de Investigación
<p>General ¿En qué consiste el proceso de Fact Checking que utiliza la plataforma “Ojo Público” ante las noticias del 2024?</p>	<p>General Analizar en qué consiste el proceso de Fact Checking que utiliza la plataforma “Ojo Público” ante las noticias del 2024, esto con el fin de saber que rol desempeña el Fact-Checking en su página oficial de Facebook.</p>	<p>Proceso de Fact-Checking</p>	<p>Recopilación de Información</p> <p>Evaluación de la Fuente</p> <p>Verificación de los Hechos</p> <p>Desinformación</p>	<p>La presente investigación se basa en la Teoría de la Aldea Global, Marshall McLuhan (1989)</p> <p>La Teoría de la Espiral del Silencio, Elisabeth Noelle-Neumann (1980).</p> <p>La Teoría de la posverdad, Jean Baudrillard (1981).</p>	<p>A.- MÉTODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN: Esta Investigación es de Enfoque Cualitativo.</p> <p>TIPO: Básica DISEÑO: Estudio de Casos NIVEL: Exploratorio ALCANCE: Descriptivo</p> <p>B.- UNIVERSO Y MUESTRA: POBLACIÓN: 4 Periodistas Profesionales en Verificación del Medio Ojo Público. MUESTRA: 3 periodistas del área de Fact Checking del medio Ojo Público. MUESTREO: No probabilístico TÉCNICA: Entrevista INSTRUMENTO: Guía de entrevista</p> <p>C.- UNIDAD DE ANÁLISIS. Contenidos de las entrevistas a 3 periodistas de los medio Ojo Público.</p> <p>D.- TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS: Técnica: Entrevista Instrumento: Guía de entrevista a tres especialistas en el área de verificación. (2 Redactores y 1 Editora</p>

					del medio Ojo Público) E.- PROCESAMIENTO DE ANÁLISIS DE DATOS: Se empleará el software "Atlas.ti" para los respectivos instrumentos y obtener la codificación de los resultados en relación con nuestro tema de investigación.
<p>Específicos ¿Cuáles son las herramientas que emplea la plataforma “Ojo Público” durante la Recopilación de Información?</p> <p>¿Cuáles son las herramientas que emplea la plataforma “Ojo público” para la Evaluación de la Fuente?</p> <p>¿Cuál es la labor del Fact-checker de la plataforma “Ojo Público” entorno a la Verificación de los Hechos?</p> <p>¿Cuáles son las principales características de la Desinformación que detecta la plataforma “Ojo Público” en su página Facebook?</p>	<p>Específicos Identificar las herramientas que emplea la plataforma “Ojo Público” durante la Recopilación de Información.</p> <p>Describir las herramientas que emplea la plataforma “Ojo público” para la Evaluación de la Fuente.</p> <p>Analizar la labor del Fact-checker de la plataforma “Ojo Público” entorno a la Verificación de los Hechos.</p> <p>Describir cuáles son las principales características de la Desinformación que detecta la plataforma “Ojo Público” en su página Facebook.</p>				

Nota: Elaboración propia, 2024.

Anexo 2

Guía de entrevista

TÍTULO DE INVESTIGACIÓN: Análisis del proceso de Fact-Checking en Facebook: Caso Ojo Público, 2024.		
CATEGORÍA 1: Proceso de Fact-Checking		
SUBCATEGORÍAS 1	SUBCATEGORÍAS 2	ITEMS/CRITERIOS
Recopilación de información	Noticias	¿Qué características presentan las noticias falsas, de qué manera podrías identificarla?
	Entrevistas	¿De qué manera se investigan y utilizan las entrevistas para validar una noticia falsa?
	Observación	¿Cómo se aplica la herramienta de observación, durante el proceso de Fact Checking?
	Pruebas	¿Considera que buscar pruebas como parte del proceso del Fact Checking, complica o dificulta la verificación?
Evaluación de la fuente	Validez	¿Qué herramientas se utilizan para la validez de una Fake news antes de que se publique en la página de Facebook “Ojo público”?
	Exactitud	¿Cómo pueden garantizar la exactitud de la información, para que una nota periodística sea confiable?
	Relevancia	¿Qué opina usted sobre la relevancia de una noticia, esto influye en la rapidez con la que se realiza su Fact-Checking?
	Objetividad	¿Por qué el Fact-checker debe mostrar objetividad y no tener preferencias políticas?
	Credibilidad	¿Considera usted que el medio “Ojo público” toma en cuenta la credibilidad histórica de una fuente al verificar una afirmación?
Verificación de los hechos	Verificación de la Fuente	¿Cómo se realiza la verificación de la fuente de una Fake news, esto forma parte del proceso del Fact Checking?
	Verificación Cruzada	¿Considera usted que la verificación cruzada es un método efectivo para detectar falsedades en la información?
Desinformación	Sátira o Parodia	¿Considera usted que el medio “Ojo Público” ha verificado noticias sátiras o parodia?
	Contenido engañoso	¿Qué realiza usted para verificar si el contenido contiene información engañosa antes de realizar el Fact-Checking?
	Conexión falsa	¿Porque cree usted que es creada la conexión falsa entre afirmaciones, es creada intencionalmente para generar confusión?
	Contexto falso	¿Cuál es su accionar ante las Fake news que presentan títulos llamativos con contexto falso, para llamar la atención de los usuarios?
	Contenido Impostor	¿Qué realiza usted para verificar si el contenido contiene información engañosa antes de realizar el Fact-Checking?

Nota: Elaboración propia, 2024.

Anexo 4

Transcripción de entrevistas

Entrevista 1: Hugo Geanmarco Velarde Laurente

1. ¿Qué características presentan las noticias falsas, de qué manera podrías identificarla?

Normalmente nosotros buscamos las entrevistas que se realizan a los políticos, a los congresistas, a los ministros, a los personajes públicos, y vamos escuchando y viendo que datos ellos lanzan. Nosotros no podemos tocar temas que son opiniones. Por ejemplo, el ministro de salud dice yo creo que el año pasado la letalidad por dengue llegó a tanto por ciento, no podemos analizar eso porque no está dando un dato objetivo, en cambio si dice el año pasado la letalidad por dengue fue de tanto por ciento entonces eso sí podemos chequearlo porque él está afirmando y eso podemos contrastarlo con fuente pública, eso es importante digamos. De ahí, nosotros tenemos que investigar que tanta información hay al respecto. Por ejemplo, este tema del dengue hay 2 plataformas en las cuales se puede verificar, uno es los reportes o la sala situacional de dengue que tiene CDC del Minsa y otra es esta plataforma que se llama iSA que es de la OPS y digamos es información oficial también porque los ministerios envían información ahí cada semana. Son como fuentes oficiales que a partir de ahí nosotros podemos ver no las posibilidades si esto se puede chequear o no, y bueno a partir de esto digamos mandamos nuestras propuestas y la editora es finalmente quien decide si lo acepta o no, Cuando nos da el listo ya podemos comenzar a trabajar el tema.

2. ¿De qué manera se investigan y utilizan las entrevistas para validar una noticia falsa?

Si, normalmente buscamos la opinión de uno o dos especialistas dependiendo de la complejidad del tema. Por ejemplo, si es un tema muy simple que se tiene que verificar algo de presupuesto, esa información la buscamos en consulta amigable del mes esta plataforma de seguimiento conclusión presupuestal donde básicamente si alguien ha dado un dato falso, Lo chequeamos por la fuente principal que sería esta data documental y la otra fuente para asegurarnos de que está bien lo que estamos haciendo, sería contratar a un especialista, en este caso sería un economista, esta persona tiene que ser de alguna universidad reconocida o algún economista que tenga trayectoria y que no esté involucrado en actos ilegales o temas que pueden tergiversar, pero cuando el tema es más complejo. por ejemplo, recuerdo que estaba investigando sobre el canon minero en la región San Martín, había un especialista que me decían una cosa y otros especialistas que me decían otra cosa, entonces este es un trabajo mucho más difícil porque los

mismos especialistas no tienen claro o no saben correctamente el dato por lo tanto se deben buscar más fuentes, fuentes más especializadas o incluso buscar los datos del mismo ministerio o la misma entidad que se encarga de hacer eso. Esto suele demorar un poco más y también se necesitan más personas para que se pueda concretar el tema.

3. ¿Cómo se aplica la herramienta de observación, durante el proceso de Fact checking?

Lo principal como te comentaba es buscar una fuente documental, una fuente oficial, una fuente donde sabemos que los datos son verídicos que no son incorrectos, lo segundo son las entrevistas a especialistas en el tema de buscar notas o informes que han realizado otros medios, diarios no lo utilizamos tanto porque en los diarios hemos detectado que pueden caer en error y no es información 100% verificable porque las notas que se generan en estos medios a veces no lo hacen con una rigurosidad fuerte ya que no cuentan con tanto tiempo para redactarlo, lo hacen en un día o en menos de un día o en horas. Normalmente los medios exigen que lo hagan en horas para que salga publicado rápido por eso nosotros no podemos caer en eso, no podemos basarnos en información que no esté 100% verificable y por eso no nos basamos tanto en notas. Lo que podríamos hacer es poner como referencia en este medio se ha publicado esto y a partir de esta primera pesquisa que tenemos investigamos y buscamos la fuente oficial y de esa manera nos aseguramos de que sea correcta esa información.

4. ¿Considera que buscar pruebas como parte del proceso del Fact Checking, complica o dificulta la verificación?

En realidad, las pruebas son los elementos sustanciales para hacer la verificación, la verificación es justamente encontrar datos pruebas que desmienta lo que dicen una persona, justamente son esas pruebas por las cuales se desmiente, por ello es obligatorio tener pruebas y el punto podría ser en que tantas pruebas se necesitan. En algunos casos he tenido que buscar muchos documentos para decir que algo es falso y a veces esos documentos no son públicos o no están completos en la web y por ello se tienen que solicitar información a las instituciones. Estas instituciones muchas veces demoran demasiado para entregar la información, por lo tanto yo diría que buscar bastantes pruebas dificulta un poco el desarrollo de la verificación, pero es muy importante encontrar y colocar esas pruebas en la verificación.

5. ¿Qué herramientas se utilizan para la validez de una Fake news antes de que se publique en la página de Facebook “Ojo Público”?

Digamos la validación que hacemos es a través de estas fuentes que te comentaba, nosotros analizamos de que estas fuentes sean totalmente verídicas a partir de eso publicamos la nota no, digamos no hay una herramienta que nos diga o que esté disponible digamos en la web donde tu coloques un dato y te diga al 100% esto es falso o esto es verdaderos, digamos es un trabajo de investigación que en la cual el periodista tiene que utilizar varias fuentes no para determinar de que algo es falso algo es verdadero, es cierto de que ahora último han salido digamos algunas aplicaciones con inteligencia artificial te dan un primer indicio de que algo es falso algo es verdadero, pero no es 100% seguro, se tiene que cometer errores por ello considero de que es muy importante hacer este trabajo periodístico de forma manual.

6. ¿Cómo pueden garantizar la exactitud de la información, para que una nota periodística sea confiable?

Considero que sí, porque uno mismo cuando puede leer una nota de fact checking y lo compara con una nota informativa o otro formato de texto o género periodístico, la nota de fact checking se basa en muchas fuentes, muchas fuentes oficiales, muchas fuentes verídicas y hace ese contraste a la par si le sumas el conocimiento de especialistas que están dedicados en ese tema, y que conocen más que nosotros esos temas. Yo considero que la información es confiable, no te puedo decir 100% verdadera porque puede ser por ahí de que un dato de la página oficial de un ministerio no sea correcto o haya algún error, pero es la información oficial que se tiene hasta el momento.

7. ¿Qué opina usted sobre la relevancia de una noticia, esto influye en la rapidez con la que se realiza su Fact-checking?

Si, por ejemplo, si ahora mismo detienen a Dina Boluarte y sale un tema legal, digamos la presidente en medio de su detención empieza a decir no me pueden detener porque la constitución indica que no se puede detener a un presidente. Nosotros podemos verificar esto de manera rápida basándonos en la constitución y digamos tenemos esa obligación de hacerlo rápido porque el tema es relevante en ese momento, es tendencia en Twitter, es tendencia en las redes y vamos a generar mucho impacto si lo sacamos en ese momento. En estas ocasiones el trabajo de un día se reduce a f día o tal vez en horas, hay ocasiones en que no solo un redactor se dedica hacer la nota, en este caso incluso la editora nos apoya en la redacción o en la búsqueda de las fuentes para publicarlo más rápido.

8. ¿Por qué el Fact-checker debe mostrar objetividad y no tener preferencias políticas?

Creo que todas las personas tienen preferencias, aunque lo nieguen aunque traten de ocultarlo, pero en el fact checking es como el trabajo periodístico cotidiano, los periodistas deben tener ética para realizar sus trabajos no pueden publicar información falsa si no están haciendo un trabajo correcto, si no deberían dedicarse al periodismo, dentro de los principios del periodismo está ser alguien ético. Entonces nosotros no podemos dejarnos llevar por sesgos, no podemos dejarnos llevar por el fenómeno de la posverdad, básicamente da a entender que una persona cae en este fenómeno de la post verdad cuando se deja llevar por sus sentimientos, o por sus creencias internas en vez de priorizar los hechos subjetivos de la realidad, nosotros no podemos caer en eso porque sino no deberíamos dedicarnos al fact checking. El fact checking es información verificada, basarnos en la verdad.

9. ¿Considera usted que el medio “Ojo público” toma en cuenta la credibilidad histórica de una fuente al verificar una afirmación?

Si, usualmente las plataformas del estado no se equivocan en indicar datos, pero si vemos u observamos que pueda tener errores o alguna no coincide con otras fuentes, usualmente tratamos de no usarlo más. En seguimiento a la ejecución presupuestal del ministerio de economía ahí te sale una lista de aplicativos donde uno puede verificar o chequear cual es el presupuesto que han gastado los ministerios o todas las instituciones del estado, hay una opción que te sale diaria, mensual pero hay otra opción que es de color rojo que te brindan algunos datos adicionales que no coinciden con las otras dos versiones que son azules, que son las que más utilizamos, en algunas veces hemos detectado de que no es información correcta porque lo consultamos con la página de transparencia y no coincide con la información, por eso dejamos de usarlo, esto es el caso de fuentes documentales. En el tema de las fuentes orales, que serían los especialistas, hace unos días Gianella me indico que uno de los abogados penales al que siempre recurrimos y que yo había entrevistado, ya no deberíamos usarlo de fuente porque se detectó que a mentido en algunas entrevistas que le han realizado, entonces si esta persona ya está mintiendo o a mentido, tiene antecedentes nosotros ya no podemos considerarlo como una fuente correcta o fidedigna que nos pueda dar información 100% verdadera.

10. ¿Cómo se realiza la verificación de la fuente de una Fake news, esto forma parte del proceso del Fact checking?

En principio serían estos 3 pasos que te comenté.

11. ¿Considera usted que la verificación cruzada es un método efectivo para detectar falsedades en la información?

Si eso es lo ideal porque no podemos basarnos en una sola fuente porque esta fuente puede contener algún error o no podría ser 100% confiable. Lo ideal sería siempre verificar de 2 o 3 a más fuentes.

12. ¿Considera usted que el medio “Ojo Público” ha verificado noticias sátiras o parodia?

Usualmente nosotros no verificamos sátira o parodia. Tampoco necesariamente temas sobre política, pero el tema con la sátira o parodia es que no es alguien que te está afirmando algo, si no puede ser un chiste o una opinión y no es alguien que te esté diciendo los datos son estos o la información de esto se dice acá, no es algo que usualmente o creo que nunca hemos verificado algo así.

13. ¿Qué realiza usted para verificar si el contenido contiene información engañosa antes de realizar el Fact-checking?

Básicamente, analizamos los datos o identificamos primero al personaje al cual estamos verificando brindando datos, anotamos los datos que él menciona y contestamos estos datos. Puede dar cinco datos respecto a temas de presupuesto y nosotros vemos si alguno de los datos funciona o si uno de los datos es falso, lo verificamos. Ojo que a veces también verificamos datos que son verdaderos que al inicio sabemos que son verdaderos, pero vemos que tan relevante es o si puede servir a la opinión pública porque hay personas que están negando ese dato, o que basándose en falsedades dicen que ese dato no es correcto, pero si un ministro dice un dato correcto que está en debate, nosotros podemos verificarlo para aportar a la ciudadanía que si es verdadero.

14. ¿Porque cree usted que es creada la conexión falsa entre afirmaciones, es creada intencionalmente para generar confusión?

Estas personas realizan este tipo de actos para quedar bien, usualmente los ministros lanzan datos falsos para quedar con las personas que lo están escuchando. Por ejemplo, hace poco el ministro de salud hizo una comparación entre los datos de letalidad del 2024 con el 2023, mencionando que la letalidad el año pasado fue mucho mayor a lo que es en la actualidad. Este dato lo dice para quedar bien para decir que el trabajo que está realizando en el 2024 es muy bueno, y esto se refleja en la letalidad, sin embargo, es falso. En algún caso recuerdo cuando el ministro de economía cuando estuvo en Europa en Alemania mencionó un dato sobre la cantidad de exportaciones que a realizado el Perú en los últimos 20 años, dejo un dato mucho mas grande del cual era el correcto, esto lo dijo para incentivar a los empresarios alemanes a

que puedan involucrarse en temas económicos con el Perú. Normalmente estas falsas afirmaciones la realizan para quedar bien para impresionar, o a veces para justificar en temas legales, cuando quieren sustentar algo o argumentar sobre un tema contra la fiscalía, contra la Junta Nacional de Justicia, etc.

15. ¿Cuál es su accionar ante las Fake news que presentan títulos llamativos con contexto falso, para llamar la atención de los usuarios?

No solo analizamos frases de políticos, también imágenes, videos, audios que pueden desinformar directamente o pueden ser descontextualizados. Por ejemplo, en el tema de las protestas vimos que publicaban en videos que eran de otros contextos, de años anteriores y los hacían pasar como si fueran de ese momento. Estos videos eran verificables porque podíamos encontrar cual era el video original en que fecha se publicó y podemos demostrarlo tomando una captura de pantalla o enlazando el link del video antiguo. En el tema de los titulares llamativos usualmente es una característica de la desinformación que más que nada lo he visto en tiktok, porque es recurrente donde colocan estas letras grandes o estos títulos muy exagerados o se ve desde un inicio que cae en subjetividad. Si es algo que pasa y es algo que no debería hacerse. Mi accionar sería chequearlo si es un tema relevante, si es un tema importante o si está siendo discusión en redes sociales, y veo si hay información que pueda contrastarlo, esos serían los 2 criterios que aplicaría, si es verificable o si es relevante. Porque hay demasiada desinformación en redes sociales que no pueden generar impacto, por ejemplo vimos información que las películas de disney no estaban recaudando tanto fondos porque había un tema de ideología de género pero no era algo que estaba circulando en el momento, no era tan importante, porque había temas de política coyuntura que eran más importante en ese momento.

16. ¿Considera usted que las Fake news usan marcas de agua de medios de comunicación populares para viralizarse?

En algunos casos sí hemos visto que colocan logos del comercio, de la república, o otros medios importantes. En pocas ocasiones hemos llegado a verificar esto, siguiendo los criterios mencionados.

Entrevista 2: Gianella Tapullima

1. ¿Qué características presentan las noticias falsas, de qué manera podrías identificarla?

Las desinformaciones desde la perspectiva del fact checkers, nosotros entendemos que la desinformación no solo se reduce a una noticia falsa o a unas fake news que es lo que comúnmente se conoce. Porque eso significaría reducir, lo que en realidad significa, y qué significa pues es parte de toda una contaminación informativa. La desinformación es parte de un globo mucho más grande en el que está justamente integrado por la post verdad, los discursos de odio, la información engañosa, falsa o errónea. Digamos que la desinformación es un fenómeno mucho más grande que solamente equipararlos a las fake news, está sustentado con amplia evidencia académica de acuerdo a los estudios que también se han realizado sobre desinformación y verificación de datos. Primero, partiendo de la conceptualización eso es lo que para nosotros también es la desinformación y nos parece importante entenderlo así porque de esa manera nos ayuda a generar, tanto dinámicas, estrategias y también apuntar nuestros esfuerzos para contrarrestarlos. Entonces al entender que es un ecosistema desinformativo, nosotros utilizamos la metodología del fact checking y dentro de la metodología Fact checking incluye el primer paso, identificar la desinformación, entonces para nosotros los criterios de identificar una información engañosa es primero ver si es verificable o no. Si es verificable generalmente es un dato, un hecho fáctico o toda versión, mensaje o contenido que sea posible de contrastar con evidencia. Entonces todo aquel que cumpla con estas características, entonces es un objeto de verificación.

La desinformación generalmente apela a enfatizar o desarrollar algunos puntos relacionados a estereotipos, es decir a veces estos mensajes refuerzan algunos temas de discriminación, discursos de odio, al miedo, a las emociones o generan caos y confusión. Como mencionaba, cualquier cosa que se pueda verificar o cómo identificamos nosotros la desinformación es a través de datos, comparaciones, hechos históricos o datos fácticos que nosotros podamos revisar con evidencia.

2. ¿De qué manera se investigan y utilizan las entrevistas para validar una noticia falsa?

Nosotros utilizamos la metodología del fact checking, esto no solo significa que vamos a revisar una información si no responde a una metodología, que es usada ampliamente en distintos países del mundo, de hecho, hay una red internacional de fact checking que también promueve la metodología, nosotros nos guiamos de la metodología avalada por la red, para nosotros ponerla en práctica. Evidentemente cada país o cada medio emplea la metodología a su manera, lo adecua a sus propios contextos y prácticas, pero ojo público tiene una metodología de al menos 5 pasos para poder desarrollarlas. La primera es identificar la desinformación, toda

aquella cosa que pueda ser contrastada con evidencia. La segunda, es consultar con el autor de ese mensaje, si no hay un autor identificado tratamos de buscar de dónde proviene esa información y tratar de identificar el origen de esa presunta mal información. El tercer paso, realizar un contraste de fuentes, los redactores de Ojo público tienen como requisito consultar como mínimo 3 fuentes, estas 3 fuentes deben de ser diversas, de distintas procedencias, pueden ser documentos, informes, artículos, consultas a especialistas o consultas a los involucrados, se pone en práctica la triangulación de las fuentes. A partir de esto, generamos una argumentación, para nosotros es una batalla de argumentos, no solo significa revisar si no argumentar porque es falso, engañoso o verdadero. El cuarto paso es asignar la calificación y el quinto es presentar toda la evidencia y publicar la nota.

3. ¿Cómo se aplica la herramienta de observación, durante el proceso de Fact checking?

El proceso de observación formar parte del primer paso, que es identificar la desinformación, es decir nuestros verificadores revisan constantemente entrevistas, artículos y suelen estar atentos a lo que está surgiendo dentro del debate público, se realiza un monitoreo o seguimiento de qué mensajes las autoridades de alto rango, funcionarios públicos, autoridades regionales, congresistas y ministros dan en redes sociales. Se realiza este monitoreo, identificamos en estos espacios la desinformación, y así es como lo chequeamos, así es como constantemente aplicamos la observación.

4. ¿Considera que buscar pruebas como parte del proceso del Fact Checking, complica o dificulta la verificación?

No por el contrario creo que el fact checking, el valor que tiene es que no apela ni a la especulación ni a algo que pueda ser proveniente de una filtración o de una fuente anónima, ya que no se usan fuentes anónimas, todas las fuentes son off the record. El valor justamente que trata de reivindicar el verdadero trabajo del periodismo que es dar pruebas, sobre lo que se afirma, porque ahora por la sobre información que existe con la incursión de las nuevas tecnologías o la inteligencia artificial, desde el momento en que empezó el viraje del papel a lo digital poco a poco se iba hablando de cómo las redes sociales estaban cambiando los paradigmas del periodismo que ya no necesariamente se verificaban si no que se estaban adigerando el proceso de verificación o de presentar informes a profundidad, porque solamente se obedece al clickbait o a lo que está surgiendo como tendencia para obtener más vistas a las páginas web. Ante ello, se empezó a dejar de lado esta práctica de verificación, es por eso que se han convertido muchos errores en ese camino. Entonces, creo que el valor del fact checking

sobre todo en estos tiempos, donde hay una sobreinformación, en el que mucha gente no puede discernir de lo que es cierto a lo falso. Por ello, considero que otorgar pruebas de lo que uno revisa le da un cierto valor diferente a la práctica periodística, también ayuda a ser un trabajo de constante vigilancia del poder, porque a veces nuestros políticos o autoridades pueden sentir impunidad cuando manifiestan alguna afirmación o dato, justamente el fact checking lo que ayuda a ser vigilante, ser unos sabuesos de lo que están señalando para poder dar una información correcta.

5. ¿Qué herramientas se utilizan para la validez de una Fake news antes de que se publique en la página de Facebook “Ojo público”?

La principal herramienta es que se cumplan todos los pasos que están en la metodología de verificación, si tal vez no hay algún dato que no está disponible, no está actualizado o hay algo que falta para cumplir los pasos, optamos por no publicar las notas. A veces, incluso cuando son temas muy polémicos apelamos a los explicadores, también empleamos la metodología del fact checking pero la diferencia con los explicadores es que no asignamos una calificación específica, si no se desarrolla con base la evidencia o pruebas que es lo que se sabe sobre el tema que se está discutiendo en nuestra coyuntura. Entonces, creo que eso es una salida adicional que ayuda a situar a cualquier lector sobre un tema del que genera interés, lo que se busca es salir en el momento para dar una información clara dentro de tanto ruido informativo. La principal herramienta como mencione es la metodología y que se cumplan todos los pasos o sino no sería publicada.

6. ¿Cómo pueden garantizar la exactitud de la información, para que una nota periodística sea confiable?

Lo que hacemos nosotros es siempre apelar a la evidencia, no optamos por hacer lo que de repente se suele hacer en una nota informativa, porque en una nota informativa muchas veces, tienen un enfoque, este enfoque lo que haces es consultar a diversos especialistas, y lo llenas con algunos datos, pero es presentar lo que has recopilado para que los lectores saquen conclusiones a partir de la información que tú le expones. En el caso de la verificación, no sigue esta lógica, es muy diferente. Como te mencionaba lo que buscamos nosotros con el fact checking es presentar un argumento a partir de una evidencia, la evidencia es justamente lo que le da el valor de ser una información confiable o una información probada, que incluso el mismo ciudadano puede hacer su propio rechequeo porque siempre cuando verificamos ponemos los links de las fuentes, citamos con nombres y apellidos a las personas que entrevistamos, hay un

ejercicio a la transparencia. El valor que lo hace distinto y confiable es que apelamos a la evidencia, recaudando toda la información disponible, conversamos con los especialistas en el tema y esto le da el valor de ser una información confiable, a partir de esta triangulación de fuentes nosotros cruzamos los datos y si los datos se condicen asignamos la calificación en función a eso. Esto sería la parte medular del fact checking, contraste de fuentes y contexto.

7. ¿Qué opina usted sobre la relevancia de una noticia, esto influye en la rapidez con la que se realiza su Fact-checking?

Si, de hecho, nosotros para chequear algo aparte de que deba ser contrastado con evidencia, tomamos en cuenta la necesidad de que pueda cumplir otros tres criterios adicionales, con esto me refiere a que debe ser un tema con interés público, que tenga impacto y relevancia. Por ello, si un tema no es relevante o impacto para nuestra coyuntura, no lo tomamos. Por ejemplo, a veces nos han llegado algunos mensajes en redes, que tienen pocos compartidos, podrán tener un dato verificable pero como solo cuenta con 5 compartidos, no lo verificamos. En algunos casos lo ponemos en observación, solo si está potencialmente creciendo en vistas o compartidos.

8. ¿Por qué el Fact-checker debe mostrar objetividad y no tener preferencias políticas?

Este es un principio fundamental de que no haya ningún tipo de sesgo, para ser fact checker no debemos de ser partidarios de nada, de ninguna posición política. Evidentemente todos tenemos sesgos, pero es importante ser conscientes de eso, justamente hay una metodología que nos ayuda a contrarrestar ese sesgo. Es importante no tener sesgos o ninguna opción partidaria porque de esta manera podemos ser transparentes y dar una información sin ninguna carga valorativa, que ponga en disyuntiva lo que se señala. También, es importante tener mucha credibilidad como periodista y sobre todo no tener ninguna afiliación de ningún lado, para no prestarse a malinterpretaciones, sobre todo en un contexto tan polarizado como en el que estamos. Desde ojo público siempre se trata de ser muy cuidadosos con esos aspectos, porque evitamos que haya alguna mala interpretación, sobre todo en una situación como en la de nuestro país, donde se observan muchos ataques a periodistas, y no necesariamente porque son partidarios de algún partido político si no son atacados por su trabajo.

9. ¿Considera usted que el medio “Ojo público” toma en cuenta la credibilidad histórica de una fuente al verificar una afirmación?

Nosotros por ejemplo evitamos contactar a personas que no tengan la especialidad de un tema que estamos verificando. Segundo, de que no hayan formado parte de una investigación fiscal, denuncias o hayan desinformado en algunos casos. Siempre cuando consultamos con especialistas chequeamos que no estén involucrados en algún problema en curso o que sean partidarios políticos de algún sector. Por ello, tratamos siempre de consultar a personas que sean técnicas o académicas en el tema que estamos verificando, valoramos más su producción académica que por su visibilidad en medios.

10. ¿Cómo se realiza la verificación de la fuente de una Fake news, esto forma parte del proceso del Fact checking?

Si, cuando realizamos una verificación, se trata de buscar fuentes oficiales sobre el tema. Adicionalmente, tratamos de buscar fuentes académicas, fuentes de organismos internacionales, como mencionaba anteriormente al cruzar estas fuentes vamos identificando si lo que se señala se condice o se contradice o hay un matiz que debemos tomar en cuenta. Los datos que tienen estas diversas fuentes nos ayudan a clarificar la información que se está señalando, Entonces es una variedad de fuentes nacionales, internacionales, académicas, oficiales, alternativas y estas son medidas por quien publica esa información, osea si es un organismo internacional. Por ejemplo, La OMS si son temas de salud, o los CDC de estados unidos que han sido un referente en información médica. Pero a su vez lo que señalaban estos organismos lo cruzábamos con artículos científicos o especialistas.

11. ¿Considera usted que la verificación cruzada es un método efectivo para detectar falsedades en la información?

Si, yo lo denomino triangulación de fuentes porque también hay evidencia de esto. Este método no solo se aplica en fact checking sino en periodismo de datos o de investigación, porque de alguna forma ayuda a no depender de una sola fuente, si no te ayuda a ampliar tu visión del tema y no conformarte con una sola fuente. Además, esto te ayuda a ser más especialistas en el tema que estás verificando y a su vez encontrar posibles contradicciones, esto nos genera interrogantes y nos conlleva a buscar más fuentes. Por ello, considero que es una práctica adecuada que forma parte de la técnica y fortalece el trabajo de todo periodista.

12. ¿Considera usted que el medio “Ojo Público” ha verificado noticias sátiras o parodia?

Si hemos verificado casos de sátira o parodia, una vez en elecciones presidenciales observamos que estaba circulando una especie de meme sobre dos youtubers que se les estaba señalando

por haber sido detenidos, de haber marcado algunas cédulas a favor de Keiko Fujimori. Esta noticia si la chequeamos porque observamos que estaba siendo muy viralizada en redes sociales, Recuerdo que incluso esta imagen de los mismo youtubers había sido utilizada ampliamente en otros países para desinformar y la gente si empezaba a creerlo, ya que preguntaban si esa imagen era real. Ante ello, lo verificamos y publicamos por su potencial dañino, desinformativo y viral.

13. ¿Qué realiza usted para verificar si el contenido contiene información engañosa antes de realizar el Fact-checking?

Por lo general, nosotros hemos aprendido a través del tiempo que la desinformación es muy cíclica, incluso hay temas que fueron desmentidos hace un tiempo vuelven a ser señalado por algún político, cuando sucede eso ya sabemos que no es correcto, esto nos ayuda a responder en el momento. Cuando es una información o dato nuevo si tenemos que seguir los pasos de la metodología, pero también hay situaciones donde la desinformación se repite cada cierto tiempo.

14. ¿Porque cree usted que es creada la conexión falsa entre afirmaciones, es creada intencionalmente para generar confusión?

Creo que en general ya sea conexión falsa o cualquier tipo de desinformación, resulta igual de dañina. Cuales son los fines a los que corresponde, por lo general creo que son creadas por intereses políticos, económicos, por tener cierta visibilidad o incluso por atacar ciertos sectores, o por amplificar estereotipos. Por ello, creo que hay distintos fines o interés para que la desinformación se esparza y también por lo que se genere. Por ejemplo, en las elecciones presidenciales creo que uno de los principales motivos fue porque había gente que quería tener más visibilidad o quería atacar al opositor para legitimarlo. Dependiendo del contexto y de la situación, la desinformación siempre estará ahí sirviendo a los distintos objetivos por los cuales también se crean.

15. ¿Cuál es su accionar ante las Fake news que presentan títulos llamativos con contexto falso, para llamar la atención de los usuarios?

Por lo general, lo que nosotros hacemos es cuando nos topamos con cualquier información de dudar, ya de por sí nosotros hemos desarrollado una cierta mirada que nos ayuda a saber que no debemos de creer todo lo que vemos en redes sociales, si antes no lo hemos revisado. Nuestra práctica sana es dudar de todo, desde esta duda es lo que nos hace buscar respuesta. Lo correcto

sería que si vemos algún tipo de titular ya sea en WhatsApp, Telegram o una captura, tratamos de buscar la fuente original, ir a la nota y ver si realmente dice eso el titular. Lo segundo sería preguntarse si el titular refleja lo que dice el contenido completo o no se condice con eso. Por ello, creo que últimamente hay como una especie de dictadura del clickbait, de generar mayores visualizaciones desde sus páginas web, debido a una crisis que está existiendo dentro de los medios tradicionales, ya que la publicidad decae cada vez más, y los medios independientes están generando un tipo de contenido nuevo, donde las personas prestan más atención.

16. ¿Considera usted que las Fake news usan marcas de agua de medios de comunicación populares para viralizarse?

Si claro, me ha pasado casos donde casos en los que hemos revisado montajes en el que colocan un titular y está el logo de RPP, La república o de algún medio de comunicación donde se difunde una afirmación. Nosotros sí hemos verificado este tipo de casos donde son suplantados los logos de los medios de comunicación para darle credibilidad a una desinformación. De hecho, nosotros mismos cuando desarrollamos una alianza llamada “AMA LLULLA” que estuvo integrada por varios medios nacionales y regionales, fuimos víctimas de eso, porque de pronto salió una cuenta de facebook que emulo todo el logo, rasgos y características de la red Ama Llulla para poder difundir información falsa, nosotros tuvimos que salir aclarar esto. Lamentablemente, el fin de esto fue deslegitimar el trabajo que estábamos haciendo, este caso ha sido muy común, mucho más en elecciones.

Entrevista 3: Jackeline Cárdenas

1. ¿Qué características presentan las noticias falsas, de qué manera podrías identificarla?

Nosotros sobre todo identificamos las noticias falsas por información que está teniendo mucha circulación en redes sociales, contenido que tiene muchos likes o retweet, y que la información sea muy llamativa, puede no ser falsa, pero al ser llamativa y tener mucho rebote, esto da a pie a que uno revise si esta información es verdadera o falsa. Nosotros identificamos estas noticias falsas monitoreando las entrevistas que dan los ministros, políticos o personas muy relevantes de la coyuntura. Por ejemplo, de repente en la coyuntura se habla mucho sobre la pensión vitalicia de Fujimori, en este contexto el abogado de Fujimori brinda distintas entrevistas, nosotros revisamos estas entrevistas en distintas plataformas, una de las que más usamos es YouTube porque ahí suben las entrevistas completas, además que tiene distintas herramientas que transcriben la entrevista, y nos permite encontrar palabras claves que podemos corroborar

si la persona ha hecho mención en algún tema o no, esto nos ayuda ahorrar tiempo en la redacción, ya que no necesito ver toda la entrevista.

2. ¿De qué manera se investigan y utilizan las entrevistas para validar una noticia falsa?

Una vez que ya se ha detectado que hay un dato que puede ser verdadero, una vez que se identifica el dato y cuenta con las características de ser relevante en la coyuntura y está teniendo impacto, muchos likes o retweets. Cuando cumpla con estas características y esta propuesta está aprobada por toda la sección, viene el proceso de sustentar de porque se da una categoría específica de verdadero o falso, no centramos mucho en el dato que nos dan y precisamos específicamente el dato que se está divulgando, y si el dato resulta ser falso buscamos los sustentos documentales o académicos que digan porque esto es falso. En una verificación o en este tipo de notas siempre se piden como mínimo 3 fuentes, 2 pueden ser académicos, un especialista o experto en el tema. De esta manera investigamos una nota que pasa por el proceso del fact checking, buscamos documentos académicos o de la jurisprudencia y la voz de un experto para que se sustente bien la calificación que se le está dando a ese dato.

3. ¿Cómo se aplica la herramienta de observación, durante el proceso de Fact checking?

Siempre, desde el primer paso al momento que mapeamos la noticia o la desinformación, al momento de revisar las entrevistas, fotos que se comparten en redes sociales, es una tarea exhaustiva estar revisando toda esta información en vídeos, redes sociales, etc. Luego, en el proceso de la misma verificación se leen muchos documentos y validar lo que estamos leyendo viene de una fuente confiable, nos dirigimos a fuentes académicas o de la jurisprudencia, que ya tenemos mapeado. Por ejemplo, si vamos a revisar la constitución no vamos a entrar a un enlace de una universidad donde publica sobre la constitución, si no ir a la página que tiene las normativas más actualizadas para buscar todo sobre esta normativa. En conclusión, la herramienta de observación es algo que se utiliza desde el inicio hasta el final, porque siempre cuando concluimos un texto antes de publicar se vuelve a revisar, porque a veces uno se puede olvidar algo, ya sea un error ortográfico o alguna fuente.

4. ¿Considera que buscar pruebas como parte del proceso del Fact Checking, complica o dificulta la verificación?

A Veces sí porque no puedes tomarte tanto tiempo en buscar información, Por ejemplo, si tu lees un dato que te parece increíble y en tu conocimiento crees que es falso, entonces buscar información para sustentar eso y si no lo encuentras se pierde mucho tiempo. Esto puede jugar

en contra ya que en ojo público la regla es que una verificación no puede pasar más de siete días, desde que la persona brindó esas manifestaciones, ellos nos brindan un plazo que no se puede pasar, por eso es importante al inicio definir si hay las fuentes suficientes para ir con esa verificación.

5. ¿Qué herramientas se utilizan para la validez de una Fake news antes de que se publique en la página de Facebook “Ojo público”?

En realidad, antes de publicar en cualquier parte de Ojo Público, no hay una distinción por las redes, se decide si se publica en Facebook o no se publica en ningún lado. La principal regla es que tenga las 3 fuentes mínimas que sustentan el argumento y la calificación que se le está dando ya sea falso, verdadero o engañoso.

6. ¿Cómo pueden garantizar la exactitud de la información, para que una nota periodística sea confiable?

Para garantizar la exactitud de una información se requiere esa variedad de fuentes, a veces el mínimo es tres fuentes, a veces hay más fuentes, tres, cuatro o cinco que te dicen que esa información es falsa, entonces hace que tu argumento sea irrefutable. Creo que es muy importante tener la versión de la otra parte, de quien estás verificando, esto es uno de los pasos principales que no he mencionado, ir a quien dijo esa información para tener más contexto, a veces suele pasar de que esta persona te da más contexto o se cierra en esta versión. Esto te ayuda a delimitar lo que estás verificando.

7. ¿Qué opina usted sobre la relevancia de una noticia, esto influye en la rapidez con la que se realiza su Fact-checking?

No, más bien eso lo hace más complicado porque cuando un tema es de coyuntura y se está hablando durante el día, esto tiene más presión de salir en el momento, entonces tienes que acelerar los procesos, tener estas 3 fuentes mínimas lo más rápido posible y hacer un proceso de edición más ágil, para que la nota pueda salir en ese momento. Asimismo, abordar una verificación de un tema coyuntural del que se está hablando en el momento es más complicado porque al querer salir en ese momento, se pueden cometer errores, entonces tampoco es salir por salir. Se debe agilizar el proceso, pero sin saltarse los pasos que te comentaba como requerir las 3 fuentes, pedir la versión a la persona, realiza todos los pasos y una vez que haces check in en tu lista y están todos los pasos, la nota está lista para ser publicada.

8. ¿Por qué el Fact-checker debe mostrar objetividad y no tener preferencias políticas?

Porque osino se invalida la nota, si alguien le agregar una carga política inválidas el argumento, no importa cuantas fuentes tengas si hay algún tipo de intención política haces que el lector diga esta persona está en contra de tal persona, entonces haces que el lector piensa que creer que la información brindada sería falsa, por ello no debe haber ningún matiz político.

9. ¿Considera usted que el medio “Ojo público” toma en cuenta la credibilidad histórica de una fuente al verificar una afirmación?

Sí, completamente siempre es un requisito antes de contactar a una fuente o un experto. Como te mencionaba nosotros debemos tener tres fuentes mínimas y uno de ellos puede ser un experto, esta voz del experto nos pide que sea rastreado históricamente, para descartar que sea una persona que suele desinformar o difundir noticias falsas. Por ejemplo, si un abogado penalista y es muy bueno en su área, pero si es un abogado de un político relacionado al tema, eso invalida. Asimismo, si está persona es de algún partido político y tú estás verificando la versión de un congresista que es de otro partido político, esto puede jugarte en contra ya que la persona con otras intenciones puede desinformarte. Por ello, es importante realizar una revisión antes de contactar con la fuente.

10. ¿Cómo se realiza la verificación de la fuente de una Fake news, esto forma parte del proceso del Fact checking?

Si hay algún post y tiene la fuente de un medio en específico lo que realizo es que yo me voy al medio e investigó si esa información publicada en las redes sociales es verdadera o falsa y si proviene de la fuente que menciona, si es así sigo los pasos que te mencione para verificarlo.

11. ¿Considera usted que la verificación cruzada es un método efectivo para detectar falsedades en la información?

Si, de todas maneras, eso es parte de lo esencial como te decía las 3 fuentes mínimas que nos solicitan son de diferente naturaleza, que pueden ser académicas, reportajes periodísticos, o un experto. Aquí tenemos distintas posiciones para validar nuestra nota.

12. ¿Considera usted que el medio “Ojo Público” ha verificado noticias sátiras o parodia?

No recuerdo algún ejemplo de que se haya dado ese tipo de notas, pero normalmente los desinformadores a veces publican informaciones en ese tono, pero esto no implica que no se verifiquen porque dependiendo de la información que se están dando o del impacto que tiene en la gente. Las personas pueden compartirlo, o la gente puede pensar o entender que es un dato

cierto. No recuerdo que hayamos verificado alguna nota en ese tono, pero no creo que lo descartemos como material para ser verificado.

13. ¿Qué realiza usted para verificar si el contenido contiene información engañosa antes de realizar el Fact-checking?

En el monitoreo cuando uno detecta información engañosa o un dato que es muy puntual pero como cuando dan porcentajes, cifras o se menciona la ley dice esto, esta frase nos da un indicio a que lo revisemos y si a esta información se le agrega que es relevante o llamativa o es algo fuera de lo común, entonces el ciudadano piensa que esta información si vale la pena revisar la nota para ver si es verdad o no.

14. ¿Porque cree usted que es creada la conexión falsa entre afirmaciones, es creada intencionalmente para generar confusión?

Si, yo creo que son dos cosas una es de conocimiento y otra es intencional para probar o sostener un argumento son ambas cosas, de repente en la mitad de las veces que se desinforma es porque la persona que lo dice no está informada, tiene desconocimiento o tiene intención de poner en duda algo.

15. ¿Cuál es su accionar ante las Fake news que presentan títulos llamativos con contexto falso, para llamar la atención de los usuarios?

Lo primero que haría es buscar el sustento, o ponerme en la posición de esa persona que lo dice o que replica esa información e indagar si esa información es verdadera. Para poner un ejemplo tangible que puede ilustrar mejor esto, por ejemplo, una verificación que hice a una publicación del alcalde de Lima que hace unas semanas publicó un tweet donde afirmaba que los miembros del Tribunal del Consejo fiscal cobran 20000 soles por sesión cada uno entonces eso me llamó la atención mucho porque es una cifra muy alta aparte que el Consejo fiscal es un consejo técnico y me pareció poco creíble que ganen esa cantidad y por sesión. Justamente el alcalde en su afirmación dice que es 20,000 soles por miembro y por sesión. Entonces si el Consejo fiscal sesiona una vez al mes imagínate al año cuánto sería, es una cifra muy alta. Esto me llevó a investigar más a fondo esta apreciación, e indagar en la página de Consejo fiscal, para saber cuánto cobran. La información que descubrí fue que era super falsa la afirmación que dio el alcalde porque estos miembros reciben una dieta no un sueldo, esta dieta consistía en 1500 soles por sesión y máximo al mes solo pueden cobrar 2 sesión es decir al mes cobran 3000 soles. Al final llegamos a encontrar muchos documentos que respaldan esta información.

16. ¿Considera usted que las Fake news usan marcas de agua de medios de comunicación populares para viralizarse?

Claro, porque todavía hay medios masivos importantes que se quiera o no, estos medios tienen un peso o una marca. Entonces, cuando la gente ve esa marca de agua y piensa que la información es cierta más en estos tiempos que es fácil manipular todo, que se utilizan las marcas de los medios masivos grandes para difundir una información que no es verdad.