



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

Rigor periodístico de las informaciones del Facebook Los no  
vacunados en sus seguidores. Lima. 2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

**AUTORES:**

Martínez Hernández, Israel Walter (ORCID: [0000-0003-2272-3384](https://orcid.org/0000-0003-2272-3384))

Moscoso Chugden, Caroline Edith (ORCID: 0000-0002-6996-855X)

**ASESOR:**

Mgtr. Argote Moreau, Javier Ernesto (ORCID: [0000-0002-5950-7848](https://orcid.org/0000-0002-5950-7848))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

Lima – Perú

2021

**Dedicatoria:**

Dedicado a nuestros padres y amigos cercanos por guiarnos y acompañarnos en este proceso que culminamos, sin su apoyo no podríamos haber llegado a nuestras metas; con empatía, con confianza y con amor lograron que culmináramos satisfactoriamente nuestra carrera.

Dedicado a mi hermano Martín José Martínez Hernández, que desde el cielo nos guía y nos cuida.

**Agradecimiento:**

A Dios, por guiarnos en este largo camino, por bendecirnos en cada paso que damos, por habernos dado fuerza en nuestros momentos de debilidad y por permitirnos ser profesionales con valores.

A nuestros padres, por su entrega, cariño y paciencia, por habernos acompañado en estos cinco años de nuestra carrera y por confiar en nosotros en cada meta que nos proponemos.

A nuestros profesores, que nos dieron un gran ejemplo de profesionalismo y que nos brindaron grandes enseñanzas en nuestra carrera profesional.

## Índice de Contenido

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de Contenido.....	iv
Índice de tablas.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I.INTRODUCCIÓN.....	1
II.MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	15
3.1 Tipo, Enfoque y Diseño de investigación.....	15
3.2 Variable y Operacionalización.....	15
3.3 Población, Muestra, Muestreo y Unidad de Análisis.....	16
3.4 Técnicas o instrumento de recolección de datos.....	16
3.5 Procedimientos.....	19
3.6 Método de Análisis de Datos.....	19
3.7 Aspectos éticos.....	20
IV. RESULTADOS.....	21
V. DISCUSIÓN.....	29
VI. CONCLUSIONES.....	33
VII. RECOMENDACIONES.....	34
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	35
ANEXOS	

## Índice de Tablas

Tabla 1.....	30
Tabla 2.....	31
Tabla 3.....	34

### **Resumen:**

La investigación sobre el rigor periodístico de las informaciones del Facebook Los no vacunados en sus seguidores. Lima. 2021, tuvo como objetivo general: Determinar el rigor periodístico de las informaciones del Facebook Los no vacunados en sus seguidores. Lima. 2021

El nivel de la investigación es básica porque parte de un marco teórico y permanece en él debido a que esta investigación tiene como finalidad formular nuevas ideas o modificar las existentes respecto al tema del rigor periodístico.

Los resultados que se obtuvo es que para los seguidores del grupo de Facebook Los no vacunados, sí existe un rigor periodístico, pero se comprobó también por la encuesta que la mayoría de los del grupo no cuestionan las informaciones que se dan a conocer sino que creen ciegamente todo lo que se publica y eso es muy peligroso porque no desarrollan un sentido crítico y los puede llevar a realizar locuras como no vacunarse, exponiendo su salud y la de sus familiares, a pesar de que hay suficiente evidencia científica que avala las vacunas y no vacunarse puede ser fatal y por lo tanto se llega a la conclusión de que esto debe cambiar porque de lo contrario las personas caerán en la desinformación.

**Palabras claves:** noticias falsas, vacunas, Covid – 19, Facebook, informaciones.

**Abstract:**

The investigation into the journalistic rigor of the information from the Facebook The unvaccinated in its followers. Lima. 2021, had as a general objective to: Determine the journalistic rigor of the information from the Facebook The unvaccinated in his followers. Lima. 2021

The research level is basic because it starts from a theoretical framework and remains in it, because this research aims to formulate new ideas or modify existing ones regarding the issue of journalistic rigor.

The results that were obtained is that for the followers of the Facebook group The unvaccinated, there is journalistic rigor, but it was also verified by the survey that the majority of those in the group do not question the information that is disclosed, but rather believe blindly everything that is published and that is very dangerous because it does not develop a critical sense and can lead them to do things like not get vaccinated, exposing their health and that of their relatives, despite the fact that there is sufficient scientific evidence that supports vaccines and not getting vaccinated can be fatal and therefore the conclusion is reached that this must change because otherwise people will fall into misinformation.

**Keywords:** fake news, vaccines, Covid -19, Facebook, information's.

## **I. INTRODUCCIÓN:**

En la actualidad, Milán (2020), afirmó que las informaciones falsas son un grave problema en la sociedad tan convulsionada por las redes sociales, en especial en Facebook; la credibilidad de la información brindada en esta plataforma es cuestionada por la falta de rigor periodístico que existe y más ahora que han llegado las vacunas contra la Covid – 19; lo que se hace hincapié, es que la información, sea verídica o no, se expande de una manera titánica, por ello se debe tener cuidado de la información que se recibe, porque el hecho de que una información esté circulando en Facebook, no quiere decir que sea una información verdadera, debe ser verificado porque es dañino para la sociedad cualquier información falsa (p.4).

A través de la historia se puede verificar que este problema existe desde la antigüedad, solo que ahora está presente mayormente en las redes sociales y en los medios de comunicación, aunque, según Jané (2020), a inicios del siglo XXI se ha vuelto más popular este fenómeno por los hechos trascendentales en el mundo, es una situación que no ha cambiado y sigue presente en la sociedad; no existe una fecha de inicio sobre las informaciones falsas pero sí se puede afirmar que ocasionó graves daños a cualquier sociedad en la que esta tuvo acceso; la desinformación va acompañada del caos (p.6).

A nivel mundial, según Salgado (2018), la credibilidad de los medios de comunicación y de las redes sociales ha disminuido en un 51% y solo el 8% de la población está dispuesta a creer cualquier cosa que parezca verídico sin investigarlo, o sea faltando rigor periodístico (p.3), asimismo, Racciati (2020), indicó que la información creada por especialistas del periodismo se comparte al mismo tiempo con otros usuarios que también manejan la misma información, creando un exceso de noticias que unidas con el anonimato de las redes sociales crean un adecuado clima para el crecimiento de las noticias falsas. (p.6).

De la misma forma, a nivel de América Latina, Abanto (2020), dijo que el 80% de las personas no confía en la información que brindan los medios de comunicación tradicionales, como digitales, mientras que el 20% sí confía. Esto se debe a muchos casos de falta de rigor periodístico en la información que

brindan los medios de comunicación tradicionales como digitales (p.4), además, Cifuentes, Cruz y Guacaneme (2020), dijeron que debido a la pandemia de la Covid – 19 el uso del Facebook principalmente se incrementó de manera significativa, del mismo modo se fomentó la desinformación relacionada a esta enfermedad y a esta pandemia en esta plataforma. (p.7).

De igual manera, a nivel nacional, Palomino, Lovón y Arellanos (2020), indicaron que la Covid – 19 causó un caos informativo, el mismo que les dio paso a las difusiones falsas aumentando con el manejo de la red social Facebook en donde se produjeron informes con mentiras a fin de beneficiar el ambiente de la desinformación (p.2), también, Gonzáles (2020), dijo que Facebook y las demás redes sociales tienen el mayor impacto con el contenido que transmiten por su rapidez, extensión y universalidad, instrumento que fortalece la difusión y participación en el anonimato o fuentes ocultas que borran su propio rastro. (p.9).

Igualmente, a nivel local, López (2020), indicó que las noticias falsas en Lima son muy comunes, es información noticiosa intencional y verificablemente falsa, que puede engañar a los usuarios en las redes sociales, en especial en Facebook; es un lugar particular que llega a ser la fuente de noticias para un gran y creciente número de personas, donde parece ser un nuevo canal para la desinformación (p.14), además, Quijano (2020), dijo que en el contexto de la pandemia por la Covid – 19, las noticias falsas han aumentado, esto debe generar inquietud a las autoridades puesto que la divulgación en WhatsApp o Facebook es veloz, los mismos que generan miedo o toma de malas acciones por parte de su público objetivo (p.5).

Algunos autores, en especial Gartner (2020), indicó que, si este problema sigue para el año 2032, la mayoría de las noticias, en especial en Facebook, serían noticias falsas, por ello se debe dar una solución a este problema porque las falsas informaciones se propagan muy rápido a través de la tecnología, por esta razón se debe implementar un plan de acción para que los ciudadanos consideren la información verídica y no las suposiciones o los comentarios de boca a boca, así se evita el morbo en las noticias, porque la sociedad es el reflejo de lo que ve y si esto no cambia las consecuencias serán terribles porque el caos y la desinformación estarán mucho más presente en la sociedad (p.3).

A continuación, se procedió a plantear la pregunta general y las preguntas específicas:

Pregunta general: ¿Cuál es el nivel de rigor periodístico de las informaciones del Facebook Los no vacunados en sus seguidores. Lima. 2021?

Pregunta específica 1: ¿Cuál es el contenido periodístico de las informaciones del Facebook Los no vacunados en sus seguidores. Lima. 2021?

Pregunta específica 2: ¿Cuáles son los criterios periodísticos de las informaciones del Facebook Los no vacunados en sus seguidores. Lima. 2021?

Esta investigación tiene una justificación de relevancia social que tendrá un impacto influyente en los integrantes del Grupo de Facebook Los no vacunados, donde se enfocará en investigar el rigor periodístico de las informaciones sobre las vacunas contra la Covid -19 en dicho grupo, debido a que el nivel de la información de las noticias en grupos de esta plataforma es de mucha influencia en sus integrantes. Por ello, el presente trabajo permitirá conocer cómo se está desarrollando el rigor periodístico de las informaciones en grupos de Facebook sobre las vacunas contra la Covid -19 en el país, debido a que existen personas que promueven abundante información errónea sobre ello, diciendo desde que dichas vacunas no son efectivas hasta afirmando que colocan un chip para controlar a las personas; este trabajo ayudará a reconocer una noticia falsa en esta red social y proporcionará las herramientas necesarias para combatir este tipo de información ayudando así a la población limeña.

Avanzando en el tema, se procedió a formular el objetivo general que es: Determinar el rigor periodístico de las informaciones del Facebook Los no vacunados en sus seguidores. Lima. 2021, además se plantearon los objetivos específicos que son: Conocer el contenido periodístico de las informaciones del Facebook Los no vacunados en sus seguidores. Lima. 2021 y Mencionar los criterios periodísticos de las informaciones del Facebook Los no vacunados en sus seguidores. Lima. 2021.

## II. MARCO TEÓRICO:

Las informaciones falsas han llevado a muchos estudios, entender por qué existen, cómo es que han conseguido tanta aceptación, cómo es que se propagan y cuáles son sus consecuencias. Este tema se puede estudiar desde muchos ámbitos, en este trabajo de investigación se estudió cuál es el nivel de rigor periodístico que tienen, porque las personas caen fácilmente en este tipo de información y es necesario investigar más este tema que es muy actual en la sociedad.

El único fin de las informaciones falsas es fomentar la desinformación y por consiguiente el caos, por ello se debe estar atento a las noticias que se recibe, investigar las fuentes de esa información, verificar si es real dicha noticia o no; sí o sí se debe ver la veracidad de dicha información antes de compartirlo con otras personas, en lo que en comunicación se conoce como el rigor periodístico, porque lo que se haga conocido y se comparte repercute en la sociedad y las consecuencias de ello se verán a corto o largo plazo; las informaciones falsas pueden afectar de muchas maneras a la sociedad, las personas captan la información y de acuerdo a lo que escuchan, ven o leen se dejan influenciar, ahora con la llegada de las vacunas contra la Covid -19 las informaciones falsas han proliferado y tienen un efecto en la sociedad, es por ello que es importante conocer este tema y que las personas no cometan errores por una falsa información.

Es por ello que se ha acudido a investigaciones, artículos y teorías como la de la larga estela, pequeño mundo, seis grados de separación y la teoría del juicio social para entender este asunto. El rigor periodístico debe estar presente en todo tipo de información que se dé y si una información no la tiene, no se le debe prestar atención; se debe recalcar que este problema todavía está muy presente en la sociedad y aún espera una solución porque no se ha tratado este tema con la seriedad correspondiente, aún en la pandemia de la Covid – 19 y con la llegada de las vacunas contra esta enfermedad se ven los resultados: desinformación y caos.

En los antecedentes internacionales, Bonilla (2019), en su investigación *“Credibilidad de la Información en el mundo estableciendo una nueva geopolítica*

*de información en Bahamas*”, de enfoque cuantitativo, tuvo como objetivo: Explicar la credibilidad de la información en el mundo estableciendo una nueva geopolítica de la información en Bahamas, llegando a la siguiente conclusión: La progresiva universalización del acceso a los medios digitales, ha convertido a la Internet y a las redes sociales en un nuevo territorio geoestratégico para que se desarrollen las informaciones falsas por la falta de rigor periodístico que existe, el 60% de las personas encuestadas consideran que tiene una mala credibilidad la información que se brinda en el mundo y el 70% de las personas encuestadas considera que se debe culturizar a las personas para que reciban información de calidad porque la gente no es ingenua y se da cuenta de la realidad aunque los medios de comunicación digitales y tradicionales no lo quieran o lo eviten; ese trabajo ayudó a entender mejor la credibilidad periodística, por ello en la presente investigación al abarcar el rigor periodístico también se mencionó por lo tanto la credibilidad de la información, debido a que para que una información tenga credibilidad, tiene mucho que ver el nivel de rigor periodístico que tiene.

Así mismo, Gonzales (2019), en su investigación “*Plataformas Online y otros servicios de Internet que favorecen el aumento de noticias que intencionadamente llevan al error en Australia*”, de enfoque cuantitativo, tuvo como objetivo: Examinar cómo las plataformas online y otros servicios de Internet han beneficiado el aumento de noticias que intencionadamente llevan al error en Australia, llegando a la siguiente conclusión: Los cambios en la producción y distribución de la información que han introducido los nuevos medios de comunicación, han provocado que se origine una gran cantidad de información (90%) sin una buena realización periodística, lo que ha provocado que los medios de comunicación tradicionales pierdan credibilidad que según la encuesta, el 70% de las personas no los considera como fuente de información, lo que ocasiona que ya no sean la fuente de información principal de las noticias haciendo que la gente esté expuesta a información falsa que en las redes sociales según la encuesta llega al 90%, provocando una gran desinformación en la sociedad australiana; en la presente investigación, ese trabajo ayudó a entender cómo la falsa información se apodera de estas plataformas, por ello al investigar el nivel de rigor periodístico en un grupo de Facebook se vio un

ejemplo de cómo esta plataforma que se llama Facebook da facilidad a que aumenten sabiendo o no las noticias falsas.

También, Barragán (2019), en su investigación "*Las redes sociales como fuentes de primer nivel*", de enfoque cuantitativo, tuvo como objetivo: Demostrar cómo las redes sociales son tomadas como fuentes de información de primer nivel, muchas veces sin contrastar la información, llegando a la siguiente conclusión: Las informaciones falsas están de moda y tienen una serie de plataformas para su difusión y pese a que estas representan el uso de las nuevas tecnologías, el 70% de las personas encuestadas considera que han afectado la labor del periodista mientras que el 30% de las personas encuestadas considera que no es así; también, el 60% considera que los periodistas usan como fuente principal las redes sociales mientras que el 40% considera que no es así; el público no puede ser ajeno a estos medios de difusión, las noticias se transmiten, no pasan ningún filtro para ver el nivel de investigación o veracidad que tiene dicha información y por lo tanto se hace conocida la información falsa y engaña a las personas; ese trabajo ayudó a entender cómo la información de estas redes sociales son tomadas como fuente primordial sabiendo o no si son noticias falsas, por ello esta investigación al estudiar el nivel de rigor periodístico de uno de estos grupos de Facebook se demostró el error que muchos medios de comunicación cometen al darle credibilidad a esta clase de información sin investigarla adecuadamente primero.

De la misma forma, en el continente Americano, Posseti y Mathews (2019), en su investigación "*Evolución de las informaciones falsas y desinformación en los EE.UU*", de enfoque cuantitativo, tuvo como objetivo: Evaluar la evolución de las informaciones falsas y desinformación en los EE.UU, llegando a la siguiente conclusión: Las informaciones falsas y la desinformación se construyen de maneras y con procesos diferentes; en los últimos años en los EE.UU ha aumentado al 60% las informaciones falsas trayendo como consecuencia la desinformación en los ciudadanos, el 70% de las personas encuestadas considera que es así mientras que el 80% de las personas encuestadas considera que la mayor parte de la falsa información son en temas políticos y económicos beneficiando a muchos corruptos del país debido a que no se realiza ninguna apropiada realización periodística porque el único fin es beneficiar a un

grupo de personas; ese trabajo ayudó a entender cómo evolucionan las informaciones falsas y la desinformación en este país en particular, pero da una idea de lo que sucede en los demás países, es por ello que en esta investigación se le da bastante atención a este tema porque con la coyuntura de la Covid – 19 prestar atención a una noticia falsa puede costar la vida de una persona.

Asimismo, Ampuero (2020), en su investigación “*Dimensiones de Facebook y Google para lidiar con la desinformación producto de la falta de rigor periodístico*”, de enfoque cuantitativo, tuvo como objetivo: Explicar las dimensiones que han contemplado algunos intermediarios, Facebook y Google principalmente, para lidiar con la desinformación producto de la falta de rigor periodístico en las noticias que se presentan en estas plataformas, llegando a la siguiente conclusión: el 80% de las personas encuestadas considera que la gran mayoría de las medidas se quedan en anuncios y las que se añaden alcanzan un grado incompleto y provisional de su aplicación mientras que el 20% considera que sí tienen resultados satisfactorios los anuncios y las sanciones que se hacen en Facebook y Google; de cualquier manera, no es posible determinarlo con precisión, lo cual evidencia un grave problema de transparencia; ese trabajo ayudó a entender las herramientas que en este caso Facebook y Google quisieron aplicar para menguar las noticias falsas pero se vio que no es suficiente, es por ello que esta investigación advierte que aunque en el caso de Facebook tiene seguridad en general contra las noticias falsas se comprobó que se puede crear fácilmente grupos de Facebook en donde sin ningún problema se puede compartir información errónea.

También, Ponce (2018), en su investigación “*Nivel de tratamiento periodístico de una noticia falsa en las redes sociales*”, de enfoque cuantitativo, tuvo como objetivo: Determinar el nivel de tratamiento periodístico de una noticia falsa en las redes sociales, llegando a la siguiente conclusión: Las informaciones falsas, según el 60% de las personas encuestadas, considera que la mayoría de veces no están hechas por periodistas, por lo tanto no existe un tratamiento periodístico, pero el 40% de las personas encuestadas considera que las otras veces sí las realiza un periodista y el tratamiento es simple, se exagera la información que se trata o simplemente se inventa, sencillamente esa información debería desecharse porque no tiene un verdadero tratamiento

periodístico, pero por lo mismo que tiene un lenguaje popular es atractivo al público, además el 70% considera que en general no existe un buen tratamiento periodístico de la información mientras que el 30% sí considera que existe un buen tratamiento periodístico; ese trabajo ayudó a darse una idea de cuál es el nivel de tratamiento periodístico de una noticia falsa en las redes sociales y a diferencia de ese trabajo, la presente investigación va más allá de eso, en el nivel de rigor periodístico que es la base del periodismo.

Por otro lado, a nivel nacional, Cotrina y Díaz (2020), en su investigación “*Desventajas que traen las informaciones falsas*”, de enfoque cuantitativo, tuvo como objetivo: Mostrar las desventajas que nos traen las informaciones falsas y brindar información adecuada sobre cuál es la manera para detectarla, llegando a la siguiente conclusión: Muchas veces las poblaciones más jóvenes (70%) solo leen los titulares que en una información falsa es muy llamativa, no investigan sobre la información que se les brinda en las noticias y son estos los que difunden información equivocada trayendo como consecuencia la desinformación en la sociedad (90%), que es la mayor desventaja que traen las informaciones falsas; el 80% de las personas encuestadas considera que lo mejor es reconocer una falsa noticia y ello se puede lograr teniendo en cuenta que cuando una información es completamente falsa, exagerada o no cuenta toda la verdad de los hechos, automáticamente es falsa; ese trabajo permitió conocer las grandes desventajas de una información falsa, por ello en esta investigación se consideró necesario estudiar el tema del rigor periodístico a fondo porque no se debe descuidar este tema; más que mostrar las desventajas y de brindar información adecuada sobre cómo detectar una información falsa, se advirtió sobre la necesidad de poner un alto a esto, porque no solo basta con hacer caso omiso a la falsa información sino denunciarlo.

También, Pérez (2018), en su investigación, “*Impacto de las falsas noticias y las redes sociales en la sociedad peruana*”, de enfoque cuantitativo, tuvo como objetivo: Determinar el impacto de las falsas noticias y las redes sociales en la sociedad peruana, llegando a la siguiente conclusión: El 80% de la desinformación en la sociedad peruana viene por la falsa información en las redes sociales y tiene un impacto del 90%, por lo tanto la sociedad peruana consume demasiada falsedad todos los días, no solo una noticia inventada es

información falsa, el 80% de las personas encuestadas considera que basta que sea una noticia exagerada o no esté completa, eso ya lo convierte en información falsa y ello también tiene que ver con que las noticias falsas tienen un lenguaje popular que es atractivo al público y porque el rigor periodístico en este tipo de información no se ve o en muchos casos no existe; ese trabajo permitió entender el verdadero impacto de las falsas noticias y las redes sociales en el Perú, es por ello que esta investigación estudió el origen de esto, porque toda información empieza con la investigación, ahí tiene que ver mucho el rigor periodístico, porque se comprobó que hasta para mentir y falsear información se investiga.

Además, Quintanilla (2020), en su investigación *“Impacto de la información falsa en las microsociedades digitales”*, de enfoque cuantitativo, tuvo como objetivo: Determinar el impacto de la información falsa en las microsociedades digitales en Perú, llegando a la siguiente conclusión: Las informaciones falsas son muy comunes en las microsociedades digitales, teniendo un impacto del 80% debido a que la gente crea esa burbuja en las redes sociales llamada *“microsociedad”*, el 80% de las personas encuestadas considera que la gente cree todo lo que ve en sus grupos, no lo cuestiona, aún si es falso y no tiene ningún rigor periodístico, simplemente lo acepta, lo cree y lo defiende, en cambio el 20% de las personas encuestadas considera que son pocos los que se atreven a cuestionar y salen del grupo; ese trabajo ayudó a entender cómo influyen la falsa información en estos grupos de Facebook, justamente teniendo relación con la presente investigación que más que estudiar el impacto, es el nivel de rigor, de investigación periodística que dicha información tiene.

Asimismo, a nivel local, Sandoval y Miranda (2019), en su investigación *“El fenómeno de las noticias falsas en Lima - Perú”*, de enfoque cuantitativo, tuvo como objetivo: Dar a conocer el fenómeno de las noticias falsas y la manera en que estas influyen en la credibilidad de los medios periodísticos de Lima - Perú, llegando a la siguiente conclusión: Existe una gran cantidad de noticias falsas en los medios de comunicación digitales en Lima - Perú, en especial en Facebook (80%) y el 70% de las personas encuestadas considera que la mayoría de las personas no tienen confianza en los medios de comunicación en general; ello trae como consecuencia que los medios periodísticos, no tengan una buena credibilidad debido a la gran cantidad de falsa información que circulan en la red,

ese trabajo ayudó a entender el fenómeno de las noticias falsas en Lima permitiendo así en esta investigación darse un contexto de la verdadera situación en la ciudad, debido a que es la capital del Perú y la mayoría del grupo de Facebook Los No Vacunados, son de la ciudad capital que se puede verificar por la información que comparten; a diferencia de ese trabajo, esta investigación no estudia solamente el fenómeno de las noticias falsas sino el nivel de rigor periodístico que esas informaciones tienen en el grupo determinado de Facebook que se mencionó.

De igual manera, López (2020), en su investigación “*Contenidos verificables, desmentidos y comprobables de una mala realización periodística*”, tuvo como objetivo: Evaluar contenidos que se puedan verificar, desmentir, comprobar y/o negar elementos noticiosos porque no tienen una buena realización periodística, llegando a la siguiente conclusión: El 80% de las personas encuestadas considera que las falsas noticias son un producto de la misma naturaleza de la instantaneidad de la noticia, lo que hace que a veces sea una tarea difícil verificar la información, el 20% de las personas encuestadas considera necesario crear un grupo humano capaz de especializarse en esta tarea, lo que sería el editor de la información, que realice una revisión rigurosa de la noticia antes de que sea publicada, cosa que no pasa en las redes sociales debido a que es instantáneo; ese trabajo ayudó a entender la clase de contenidos que existen, cómo se pueden verificar, desmentir, comprobar cuando se ejecuta una mala realización periodística y en la presente investigación se estudió no solo el contenido de una mala realización periodística sino el nivel de rigor periodístico que dicha información tiene, en este caso una información publicada o compartida en un grupo de Facebook.

Por último, Soler (2018), en su investigación “*Impacto de las informaciones falsas en el periodismo peruano*”, de enfoque cuantitativo, tuvo como objetivo: Determinar el impacto de las informaciones falsas en el periodismo peruano, llegando a la siguiente conclusión: El 80% de las personas encuestadas considera que las informaciones falsas han ocasionado una gran desinformación en Lima, provocando la desconfianza de las personas en los periodistas peruanos, por lo tanto, el 90% de las personas encuestadas considera que el periodismo peruano no es muy confiable, tanto en los medios digitales como en

los medios tradicionales, no cuenta con un buen rigor periodístico, por lo tanto se pierde toda credibilidad y la información es dudosa, ese trabajo ayudó a entender el impacto que las noticias falsas tienen en el periodismo peruano; a diferencia de ese trabajo, esta investigación estudió el nivel de rigor periodístico que dichas informaciones tienen que hacen que algunas personas no solo duden de las noticias de Facebook sino del periodismo peruano que se creía un periodismo serio.

A continuación, se empezará a mencionar las bases teóricas del presente trabajo; Rissoan (2019), propuso la teoría de la larga estela o larga cola, introducida en el 2004 por Chris Anderson, ilustra a la perfección lo que ocurre en las redes sociales, existe una concentración extremadamente elevada de la actividad en torno a una minoría de sitios web, mientras que una gran cantidad de sitios web se compone principalmente de páginas sin notoriedad, en los que la información es por lo tanto invisible e inútil e incluso se encuentran informaciones falsas. Es importante dedicar los medios necesarios para no formar parte de la mayoría de estas páginas que solo propagan noticias falsas ocasionando caos y desinformación.

También, Romero (2019), mencionó la teoría del pequeño mundo, introducida por el psicólogo Milgram en 1967, que explica que, si tiene al menos siete personas como contactos directos, entonces estará en contacto con todas las personas del planeta. Aunque controvertida, esta teoría hace recordar a menudo la famosa expresión "*Que pequeño es el mundo*". Es lo que se puede constatar cuando en Facebook se observa quienes son los amigos de tus amigos; en la mayoría de los casos, se dará cuenta de que está en contacto con las personas de los propios contactos, a veces sin saberlo. Esta teoría permite hacerse la idea de lo que es el buzz de la actualidad. Por ejemplo, imagine que usted ha publicado un contenido que despierte interés de forma unánime y que cada persona que descubre ese contenido lo transmite al menos a una persona; la probabilidad de abarcar el mundo entero con esa información es bastante alta.

Asimismo, Ferro (2020), mencionó que muchas teorías de las redes sociales son proyectadas y examinadas por las diferentes disciplinas, por lo que se refiere a la distinguida teoría de los seis grados de separación, una de las

teorías significativas de las redes sociales. Esta teoría consiste en que cualquier individuo puede llegar a otro solo en seis saltos, donde se genera una cadena de conocidos o simplemente que tengan relación con una persona en particular para generar el crecimiento de informaciones mediante un grupo de 5 personas consecutivamente, que con solo 5 enlaces en cadena pueden llegar a toda la población mundial.

Además, Aguirre (2018), mencionó la teoría del juicio social, que es la que se utilizó en esta investigación, planteada por Muzafer Sherif en 1965, esta teoría sostiene que el éxito de un mensaje depende de la relación existente entre dicho mensaje y las creencias de la persona, entonces si se realiza una investigación sobre el rigor periodístico es bueno empezar en esta clase de grupos de Facebook porque es lo que más le llama la atención a las personas que comparten esa manera de pensar y la cual la gran mayoría tienen acceso.

Se debe resaltar la Ley N° 26702 del Congreso de la República (2008), en el artículo 249, en donde se indica que el que produce alarma en la población mediante la publicación o propagación de informaciones falsas ocasionando caos y desorden en la sociedad, será reprimido con una pena privativa de su libertad no menor de dos años ni mayor de cuatro años y con trescientos sesenta y cinco soles de multa.

Avanzando en el tema, entre los autores que tienen una definición sobre el rigor periodístico, se resalta los que dijeron lo siguiente; para empezar Erney (2018), afirma que el rigor periodístico, es el hecho de dar a conocer una noticia con toda la información debidamente investigada: el rigor y la responsabilidad están asociados, al enfrentarse a una gran cantidad de información, el periodista debe verificar esos datos, cotejar con la fuente y si es posible contrastar la información de manera personal.

También, Márquez (2019), dijo que rigor se asocia con “*propiedad y precisión*”, en el periodismo el rigor periodístico está estrechamente relacionado a la definición de fuente desde la segunda mitad del siglo XX. Desde entonces, todo suceso que se da a conocer debe tener sí o sí sus fuentes que avalen la veracidad de lo que se está diciendo y se entra en un problema porque algunas

fuentes pueden estar adulteradas, ahí entramos en el campo de las noticias falsas.

Se verá ahora lo que dijo un autor sobre el contenido periodístico; Jorques (2018), dijo que es la información periodística que uno busca, principalmente temas de actualidad y de interés en general, es de lo que trata la información que tienes, debe tener un lenguaje adecuado, ser cohesivo y adaptarse al contexto o entorno social para una mejor interpretación.

Asimismo; si se hace referencia al contenido periodístico es necesario saber qué son las fuentes, para ello, Barroso (2018), mencionó que se considera como fuente a todo depósito de la información de cualquier tipo que sea accesible y pueda ser consultado por el periodista.

Ahora, cada noticia tiene un lead, que según la definición de Sabán (2019), es el primer párrafo o entradilla que se coloca después del titular y que presenta en pocas líneas los datos más sobresalientes de la noticia.

Por ello, para realizar una buena información es necesario tener claros los antecedentes; según Porras (2019), son los hechos que ayudan a entender el contexto de la información que se está manejando y no hay que dar por hecho que el público lo sabe.

Por otro lado, para referirse a los criterios periodísticos, Seminario (2020), mencionó que son los requisitos que debe tener una información para ser considerado una noticia, sobre todo la novedad que es lo que atrae al público a esa información.

A continuación, mencionando algunos criterios periodísticos se puede mencionar la actualidad; según Tapia (2020), es muy importante en la información, tiene que ser un hecho reciente y novedoso debido a que forma parte del significado permanente de la palabra noticia.

También la información debe tener prominencia; la Federación de Periodistas del Perú (2018), mencionó que trata de que la noticia provoca mayor interés si tiene que ver con personas conocidas o famosas.

Por último, se mencionará la proximidad, que según Malasquez (2018), es que los sucesos que se dan a conocer provocan mayor interés si son cercanos al

receptor; sino simplemente no le dan importancia y la información pasa desapercibida.

Como se puede observar, las informaciones falsas aún siguen presente en la sociedad ocasionando caos, confusión y promoviendo la desinformación, ello producto de la falta de rigor periodístico que dichas informaciones tienen, porque basta que dicha información esté incompleta o mal investigada para que sea considerada una noticia falsa, por ello se insiste en que las personas investiguen, no crean toda información a ciegas, porque la sociedad se vuelve cómplice al promover una información que no se ha investigado si es original o no, así que, en las manos de toda persona está informarse, preguntarse si la información que leyó, vio o escuchó es verdadera o no y ponerle un alto a esta situación porque tanto los medios de comunicación como las redes sociales, en especial Facebook, deben dar a conocer noticias de calidad, más ahora que está presente la pandemia de la Covid – 19 y las vacunas que combaten esta enfermedad en el Perú porque una información mal investigada y por lo tanto falsa puede costar la vida de muchas personas.

### III. METODOLOGÍA:

#### 3.1 Tipo, Enfoque y Diseño de investigación:

El tipo de investigación es básica; según Ñaupá (2018), se caracteriza porque parte de un marco teórico y permanece en él, su finalidad radica en formular nuevas ideas o modificar las existentes, en aumentar conocimientos científicos o filosóficos, pero sin contrastarlos con ningún aspecto práctico.

El enfoque de investigación es cuantitativo; según Cáceres (2019), la investigación con enfoque cuantitativo consta de la obtención de datos gracias a procedimientos estadísticos que ayudan a la resolución de problemas. Este tipo de investigación necesita de pruebas que ayudan a obtener datos cuantificables de lo estudiado en una población.

El diseño de investigación es no experimental transversal; según Sampieri (2017), en la investigación no experimental transversal se recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único, su propósito es describir la variable y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

#### 3.2 Variable y Operacionalización:

- Variable:

rigor periodístico

- Definición Conceptual:

El rigor periodístico es la base del periodismo, en el sentido que tiene que ver con la verdad de la información que se publica o se transmite. Hablar de rigor, es hablar de veracidad y de sujeción estricta a los hechos que se narran en cualquier modalidad del escrito periodístico (García, 2019).

- Definición Operacional:

A través de una encuesta se formuló una serie de preguntas al público objetivo en donde se investigó el nivel de rigor periodístico de las informaciones en el grupo de Facebook Los no vacunados sobre las vacunas contra la Covid -19 basándose en la teoría del Juicio Social (Aguirre, 2018).

- Escala de Medición:

- Escala de Likert: Totalmente de acuerdo, De acuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, En desacuerdo, Totalmente en desacuerdo.

- **Nivel de Rango:** Ordinal

### **3.3 Población, Muestra, Muestreo y Unidad de Análisis:**

La población según Arias (2018), es el conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Por ello, en el presente trabajo de investigación se consideró un total de 370 personas que forman parte del grupo Los no vacunados, según los datos adquiridos del mismo grupo de Facebook.

La muestra según Tamayo (2019), es aquel conjunto de sujetos extraídos de una determinada población, de la cual se busca recolectar datos para el desarrollo de la investigación, además de realizar las mediciones y observaciones de las variables, así que, en este estudio, realizando la fórmula del *“tamaño de la muestra en población finita”* dio como resultado 153 personas, las que participaron en la realización de la encuesta, resaltando que son personas del grupo Los no vacunados y cumplen con los criterios de inclusión.

El tipo de muestreo utilizado es probabilístico aleatorio simple; según Méndez (2018), el muestreo probabilístico aleatorio simple garantiza que todos los individuos que componen la población tengan la misma oportunidad de ser incluidos en la muestra si cumplen con los requisitos requeridos.

- **Unidad de Análisis:**

- Jóvenes.

### **3.4 Técnicas o instrumento de recolección de datos:**

La técnica es el modo de obtener la información que viene a ser en esta investigación un cuestionario en el que se evalúan conocimientos y/o actitudes respecto al tema. Según Polo (2019), la técnica en la investigación se refiere a los procedimientos y medios que hacen que los métodos que se van a utilizar sean relevantes y utilizables.

Por consiguiente, Salcedo (2017), definió la encuesta como un método que busca obtener información que brinda un grupo de personas en relación con un

tema en particular y pretende conseguir respuestas certeras y confiables. Es por ello por lo que en esta investigación se utilizó como técnica la encuesta con el objetivo de investigar el rigor periodístico de las informaciones del Facebook Los no vacunados en sus seguidores. Lima. 2021.

Por otro lado, según Torres (2018), el instrumento se define como una ayuda o una serie de elementos que el investigador edifica con la finalidad de adquirir información, facilitando así la medición de estos.

En esta investigación se utilizó como instrumento el cuestionario, este permitió recoger la información de la población que es objeto de estudio; además, la herramienta de medición que se ajustó debido a que es un instrumento de opción múltiple y de percepción, es la escala de Likert.

❓ **Instrumento de la Variable:** rigor periodístico

❓ **Ficha técnica:**

- **Nombre de la Prueba:** Encuesta sobre el rigor periodístico de las informaciones del Facebook Los no vacunados en sus seguidores. Lima. 2021
- **Autor:** Caroline Edith Moscoso Chugden e Israel Walter Martínez Hernández
- **Año de la Publicación:** 2021
- **Procedencia:** Lima - Perú
- **Estandarización:** 20 preguntas
- **Ámbito de Aplicación:** Integrantes del Grupo de Facebook Los no vacunados.
- **Tiempo de Duración:** 20 minutos
- **Significación:** Se mide el nivel de rigor periodístico de las informaciones en el grupo de Facebook Los no vacunados en sus seguidores. Lima. 2021.
- **Categorías o Niveles:** Moderado
- **Descripción de la prueba:**

La encuesta para medir el nivel de rigor periodístico tiene 20 preguntas y la escala de medición empleada es la escala de Likert, estas preguntas o ítems

están agrupadas en 6 indicadores: Fuentes (1), Lead (2), Antecedentes (3), Actualidad (4), Prominencia (5) y Proximidad (6).

- Fuentes: 1,2,3
- Lead: 4,5,6
- Antecedentes: 7,8,9
- Actualidad: 10,11,12,13
- Prominencia: 14,15,16,17
- Proximidad: 18,19,20

● **Validez y Confiabilidad:**

Según Hernández (2020), la validez se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que quiere medir. Siguiendo esta definición, el instrumento fue revisado por expertos. La responsabilidad recayó en magísteres, los mismos que de manera individual revisaron con detalle las características del instrumento en función, la coherencia y relevancia del contenido de los ítems, además de la claridad en la redacción, en esta investigación los validadores del instrumento de investigación son los magísteres en ciencias de la comunicación Carlos Martin Gonzales Moreno, magíster y especialista en medios digitales y redes sociales, Ernesto Cavagneri Mónago, magíster y especialista en periodismo radial y de grupos de comunicaciones y Luis Humberto Zamora Dávila, magíster y periodista de profesión, ellos revisaron el instrumento que se utilizó en esta investigación con la finalidad de corroborar su validez.

Por otra parte, según Villasis (2020), un instrumento es confiable cuando tiene un alto grado de validez y se establece una escala consistente, entonces puede concluirse que es confiable.

Se entiende que un instrumento es confiable porque cuando es aplicado varias veces a la misma persona en diferentes momentos, el resultado no varía mucho o en todo caso los resultados son parecidos.

En ese sentido y con el objetivo de buscar la consistencia del instrumento, este fue ingresado al programa estadístico SPSS y a través del Alfa de Cronbach se brindó la valoración de los instrumentos haciéndolos viables para su

aplicación, es oportuno indicar que los valores oscilan entre cero y uno, cuando el valor más se aproxima al 1, el instrumento es más consistente.

En el presente instrumento de investigación, el coeficiente del Alfa de Cronbach es de 0,831, determinando que el instrumento del rigor periodístico de las informaciones en el grupo de Facebook Los no vacunados sobre las vacunas contra la Covid -19 tiene un fuerte grado de confiabilidad o de igual forma también puede expresarse que el instrumento tiene una confiabilidad del 83.1%.

### **3.5 Procedimientos:**

- Hacer público una carta de presentación a la coordinación de la escuela de comunicaciones de la Universidad César Vallejo.
- Organizar fechas y horarios para la recolección de datos.
- Preparar el material que se utilizará para la investigación.
- Aplicar instrumento.
- Verificar información.
- Perfeccionar información.
- Desarrollar la matriz de datos.
- Realizar el análisis estadístico.
- Tabular los datos correspondientes.

### **3.6 Método de Análisis de Datos:**

Según Caylloma (2019), el método estadístico consiste en una secuencia de procedimientos para el manejo de datos cualitativos y cuantitativos de la investigación. Es por ello por lo que se recomienda que se realice con precaución porque se debe ser minucioso y confiable.

En la investigación realizada se emplearon métodos estadísticos para contrastar las preguntas planteadas en la investigación. Esta se inició con la recolección de datos, luego se aplicó el instrumento a la muestra correspondiente, también, la información recogida se ingresó a una base de datos Excel 2016, después de efectuar la codificación y tabulación se transportó los datos a programas estadísticos (SPSS), con el propósito de efectuar el oportuno análisis descriptivo por medio de los resultados estadísticos de nuestra

investigación. Para poder sacar resultados más confiables primero realizamos el Alfa de Cronbach para verificar que el instrumento es confiable, luego se aplicó la encuesta y después se utilizó las medidas de tendencia central (Media, Moda y Mediana) para obtener los resultados correspondientes.

### **3.7 Aspectos éticos:**

De acuerdo con la Comisión Nacional de Investigación del Perú (2018), uno de los principales compromisos es que el investigador debe tener respeto por la verdad, terminando con una información objetiva y relevante además, toda investigación debe tener la confidencialidad, siempre decir la verdad, tener todos los permisos correspondientes y crear un beneficio a su localidad.

Es por ello que se desarrolló esta investigación siguiendo las indicaciones estipuladas en el reglamento de la Universidad César Vallejo, asimismo se recolectó los datos de manera correcta y se citó según la norma APA y por último se debe indicar que no existe información fraudulenta en esta investigación, todo es transparente.

#### **IV. RESULTADOS:**

Por medio de la encuesta se obtuvo la información que da respuesta a los objetivos planteados en el presente estudio.

Con respecto al objetivo general que es determinar el rigor periodístico de las informaciones del Facebook Los no vacunados en sus seguidores. Lima. 2021, se consiguió los siguientes resultados:

**TABLA 1. Resultados *rigor periodístico***

rigor periodístico		D1: contenido periodístico	D2: criterios periodísticos	total
		%	%	%
MUY ALTA	TOTALMENTE DE ACUERDO	74%	58%	65.2%
ALTA	DE ACUERDO	14.7%	16%	15.4%
MEDIA	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	5.5%	10.1%	8%
BAJA	EN DESACUERDO	3%	12.2%	8.1%
MUY BAJA	TOTALMENTE EN DESACUERDO	2.7%	3.7%	3.2%

*Fuente: elaboración propia*

De la variable rigor periodístico:

El 65.2% de los encuestados se expresó totalmente de acuerdo, el 15.4% de acuerdo, el 8% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 8.1% en desacuerdo y el 3.2% totalmente en desacuerdo.

De la dimensión contenido periodístico:

El 74% de los encuestados se manifestó totalmente de acuerdo, el 14.7% de acuerdo, el 5.5% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 3% en desacuerdo y el 2.7% totalmente en desacuerdo.

De la dimensión criterios periodísticos:

El 58% de los encuestados se manifestó totalmente de acuerdo, el 16% de acuerdo, el 10.1% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 12.2% en desacuerdo y el 3.7% totalmente en desacuerdo.

**TABLA 2. Resultados contenido periodístico**

contenido periodístico		fuentes			lead			antecedentes			total
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	
		%	%	%	%	%	%	%	%	%	% D1
MUY ALTA	TOTALMENTE DE ACUERDO	80%	78.7%	74%	76.7%	72.7%	71.3%	70%	73.3%	69.3%	74%
ALTA	DE ACUERDO	8%	10%	16%	14%	17.3%	19.3%	19.3%	18%	10.7%	14.7%
MEDIA	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	6%	4.7%	5.3%	5.3%	6%	4.7%	6%	5.3%	6.7%	5.6%
BAJA	EN DESACUERDO	3.3%	5.3%	3.3%	2%	2%	1.3%	2.7%	1.3%	6%	3%
MUY BAJA	TOTALMENTE EN DESACUERDO	2.7%	1.3%	1.3%	2%	2%	3.3%	2%	2%	7.3%	2.7%

Fuente: elaboración propia

Con respecto al primer objetivo específico: Conocer el contenido periodístico de las informaciones del Facebook Los no vacunados en sus seguidores. Lima, 2021, se obtuvieron los siguientes resultados.

Del indicador fuentes:

Los resultados obtenidos del ítem N°1 cuyo enunciado fue “*Consideras que las personas que dan a conocer las informaciones en el grupo de Facebook Los no vacunados, son especialistas que dominan los temas expuestos*” son: el 80% indicó totalmente de acuerdo, 8% de acuerdo, 6% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 3.3% en desacuerdo y 2.7% totalmente en desacuerdo.

Los resultados obtenidos del ítem N°2 cuyo enunciado fue “*Está de acuerdo que las informaciones publicadas en el grupo de Facebook Los no vacunados son investigadas rigurosamente antes de su publicación*” son: el 78.7% indicó totalmente de acuerdo, 10% de acuerdo, 4.7% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 5.3% en desacuerdo y 1.3% totalmente en desacuerdo.

Los resultados obtenidos del ítem N°3 cuyo enunciado fue “*Considera que el contenido difundido en el grupo de Facebook Los no vacunados, toman en cuenta información respaldada por la Organización Mundial de la Salud (OMS) o de otras entidades de salud*” son: el 74% indicó totalmente de acuerdo, 16% de acuerdo, 5.3% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 3.3% en desacuerdo y 1.3% totalmente en desacuerdo.

Del indicador lead:

Los resultados obtenidos del ítem N°4 cuyo enunciado fue “*Creer que la información compartida en el grupo de Facebook Los no vacunados da a conocer de manera objetiva los hechos actuales de las noticias sobre las vacunas contra la Covid – 19*” son: el 76.7% indicó totalmente de acuerdo, 14% de acuerdo, 5.3% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 2% en desacuerdo y 2% totalmente en desacuerdo.

Los resultados obtenidos del ítem N°5 cuyo enunciado fue “*En las publicaciones compartidas del grupo de Facebook Los no vacunados se da a conocer de quienes se está hablando*” son: el 72.7% indicó totalmente de acuerdo, 17.3% de acuerdo, 6% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 2% en desacuerdo y 2% totalmente en desacuerdo.

Los resultados obtenidos del ítem N°6 cuyo enunciado fue “*En las informaciones del grupo de Facebook Los no vacunados te explican cómo ocurrieron los acontecimientos*” son: el 71.3% indicó totalmente de acuerdo, 19.3% de acuerdo, 4.7% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 1.3% en desacuerdo y 3.3% totalmente en desacuerdo.

Del indicador antecedentes:

Los resultados obtenidos del ítem N°7 cuyo enunciado fue “*Considera que las informaciones en el grupo de Facebook Los no vacunados, presentan sucesos ocurridos anteriormente vinculados con el tema presente*” son: el 70% indicó totalmente de acuerdo, 19.3% de acuerdo, 6% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 2.7% en desacuerdo y 2% totalmente en desacuerdo.

Los resultados obtenidos del ítem N°8 cuyo enunciado fue “*Considera que la información compartida en el grupo de Facebook Los no vacunados es*

*importante para que usted tome la decisión de no vacunarse”* son: el 73.3% indicó totalmente de acuerdo, 18% de acuerdo, 5.3% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 1.3% en desacuerdo y 2% totalmente en desacuerdo.

Los resultados obtenidos del ítem N°9 cuyo enunciado fue *“Usted cree de manera fiel la información brindada por el grupo de Facebook Los no vacunados, sin tomar en cuenta los hechos que dieron origen a esa noticia”* son: el 69.3% indicó totalmente de acuerdo, 10.7% de acuerdo, 6.7% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 6% en desacuerdo y 7.3% totalmente en desacuerdo.

**TABLA 3. Resultados criterios periodísticos**

criterios periodísticos		actualidad				prominencia				proximidad			total
		P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	
		%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	
MUY ALTA	TOTALMENTE DE ACUERDO	71.3 %	74.7 %	71.3 %	70%	72%	72%	23.3 %	64.7 %	7.3 %	72%	39.3 %	58%
ALTA	DE ACUERDO	16.7 %	16%	20%	18%	19.3 %	19.3 %	4%	24%	5.3 %	18%	15.3 %	16%
MEDIA	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	7.3%	7.3%	4.7%	8.7 %	4.7%	5.3%	24%	7.3%	24%	7.3 %	10%	10.1 %
BAJA	EN DESACUERDO	2.7%	0.7%	1.3%	2%	0.7%	1.3%	42.7 %	2.7%	58%	0.7 %	22%	12.2 %
MUY BAJA	TOTALMENTE EN DESACUERDO	2%	1.3%	2.7%	1.3 %	3.3%	2%	6%	1.3%	5.3 %	2%	13.3 %	3.7%

*Fuente: elaboración propia*

Con respecto al segundo objetivo específico: Mencionar los criterios periodísticos de las informaciones del Facebook Los no vacunados en sus seguidores. Lima. 2021, se obtuvieron los siguientes resultados.

Del indicador actualidad:

Los resultados obtenidos del ítem N° 10 cuyo enunciado fue *“Está de acuerdo que la información que se da a conocer en el grupo de Facebook Los no vacunados es actualizado diariamente”* son: el 71.3% indicó totalmente de acuerdo, 16.7% de acuerdo, 7.3% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 2.7% en desacuerdo y 2% totalmente en desacuerdo.

Los resultados obtenidos del ítem N°11 cuyo enunciado fue *“A raíz de la pandemia se visualizó una gran cantidad de grupos como Los no vacunados que comparten publicaciones en contra de las vacunas que combaten la Covid – 19”* son: el 74.7% indicó totalmente de acuerdo, 16% de acuerdo, 7.3% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 0.7% en desacuerdo y 1.3% totalmente en desacuerdo.

Los resultados obtenidos del ítem N°12 cuyo enunciado fue *“Usted busca con frecuencia información sobre las vacunas contra la Covid – 19 en el grupo de Facebook Los no vacunados”* son: el 71.3% indicó totalmente de acuerdo, 20% de acuerdo, 4.7% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 1.3% en desacuerdo y 2.7% totalmente en desacuerdo.

Los resultados obtenidos del ítem N°13 cuyo enunciado fue *“Usted además de consultar información sobre las vacunas contra la Covid - 19 en el grupo de Facebook Los no vacunados, busca la misma información en otros grupos de Facebook o medios de comunicación”* son: el 70% indicó totalmente de acuerdo, 18% de acuerdo, 8.7% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 2% en desacuerdo y 1.3% totalmente en desacuerdo.

Del indicador prominencia:

Los resultados obtenidos del ítem N°14 cuyo enunciado fue *“Considera que la información que se da en el grupo de Facebook Los no vacunados tiene una influencia positiva en la sociedad”* son: el 72% indicó totalmente de acuerdo, 19.3% de acuerdo, 4.7% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 0.7% en desacuerdo y 3.3% totalmente en desacuerdo.

Los resultados obtenidos del ítem N°15 cuyo enunciado fue “*Considera que la información que se da en el grupo de Facebook Los no vacunados es relevante en la sociedad*” son: el 72% indicó totalmente de acuerdo, 19.3% de acuerdo, 5.3% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 1.3% en desacuerdo y 2% totalmente en desacuerdo.

Los resultados obtenidos del ítem N°16 cuyo enunciado fue “*Considera que las personas que se dejan influenciar por las informaciones del grupo de Facebook Los no vacunados son fluctuantes en cuánto a su cambio de opinión*” son: el 23.3% indicó totalmente de acuerdo, 4% de acuerdo, 24% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 42.7% en desacuerdo y 6% totalmente en desacuerdo.

Los resultados obtenidos del ítem N°17 cuyo enunciado fue “*Considera que la información compartida publicada en el grupo de Facebook Los no vacunados se remiten en medios de comunicación importantes*” son: el 64.7% indicó totalmente de acuerdo, 24% de acuerdo, 7.3% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 2.7% en desacuerdo y 1.3% totalmente en desacuerdo.

Del indicador proximidad:

Los resultados obtenidos del ítem N°18 cuyo enunciado fue “*La mayoría de las personas que creen en la información del grupo de Facebook Los no vacunados se basan en sus prejuicios y opiniones*” son: el 7.3% indicó totalmente de acuerdo, 5.3% de acuerdo, 24% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 58% en desacuerdo y 5.3% totalmente en desacuerdo.

Los resultados obtenidos del ítem N°19 cuyo enunciado fue “*Considera que el principal valor en la información difundida en grupos de Facebook como Los no vacunados es la cercanía emocional que tiene con la sociedad*” son: el 72% indicó totalmente de acuerdo, 18% de acuerdo, 7.3% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 0.7% en desacuerdo y 2% totalmente en desacuerdo.

Los resultados obtenidos del ítem N°20 cuyo enunciado fue “*Considera que la información presentada en el grupo de Facebook Los no vacunados solo se limita a difundir los hechos llamativos del día en relación a las vacunas contra la Covid – 19, expresando su propia opinión, queriendo así aproximarse al público*” son: el 39.3% indicó totalmente de acuerdo, 15.3% de acuerdo, 10% ni de

acuerdo ni en desacuerdo, 22% en desacuerdo y 13.3% totalmente en desacuerdo.

## V. DISCUSIÓN:

En relación con el problema general: ¿Cuál es el nivel de rigor periodístico de las informaciones del Facebook Los no vacunados en sus seguidores. Lima. 2021? que tuvo como objetivo general: Determinar el rigor periodístico de las informaciones del Facebook Los no vacunados en sus seguidores. Lima. 2021.

Los resultados obtenidos permitieron establecer que el 65% de los seguidores del grupo de Facebook Los no vacunados está totalmente de acuerdo que en el grupo sí existe el rigor periodístico en la información que se da a conocer, mientras que el 16% está de acuerdo, el 8% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 8% a pesar de estar en desacuerdo sigue en el grupo y el 3% está totalmente en desacuerdo, pero está en el grupo por curiosidad y les parece atrayente lo que leen.

Esto va acorde con la teoría del juicio social planteado por Muzafer Sherif en 1965, esta teoría sostiene que el éxito de un mensaje depende de la relación existente entre dicho mensaje y las creencias de la persona y ello ha permitido que las informaciones en este grupo tengan una gran acogida porque la mayoría de estas personas comparten las mismas creencias sobre las vacunas y propagan esta información que para ellos es la correcta y es muy difícil que acepten opiniones contrarias a lo que creen.

Estos resultados también van acorde con uno de los antecedentes que se mencionó, específicamente de Barragán (2019) cuyos resultados son que el 70% de las personas encuestadas considera que las informaciones, en este caso falsas de las redes sociales, han afectado la labor del periodista mientras que el 60% afirma que no y también ese estudio reveló y es muy importante saberlo ahora que ya se tienen los resultados, que el 60% de los periodistas usan como fuente principal las redes sociales y el 40% considera que no, de todas maneras la cifra es alta y grupos como el que se ha estudiado podría ser muy peligroso tanto para los periodistas que de repente saquen información de ahí como para las demás personas que se encuentren con este grupo.

En los resultados que se obtuvieron en esta investigación se puede observar que la mayoría de personas que conforman este grupo considera que la información que se brinda tiene rigor periodístico y lo cree, comparte y poco a

poco más personas van entrando aunque de verdad la información que se da a conocer ahí muchas veces no tiene las fuentes y no parecen informaciones objetivas sino opiniones personales, el hecho de que la mayoría crea que existe rigor periodístico demuestra que las personas creen lo que quieren creer aunque no haya evidencia de lo que se dé a conocer.

Por otro lado, con los resultados que se obtuvo, es importante mencionar los resultados que obtuvo Ponce (2018), que en sus conclusiones afirmó que el 60% de la población con la que trabajó en su investigación, considera que las informaciones en las redes sociales no están hechas por periodistas, por lo tanto no existe un tratamiento periodístico pero el 40% considera que sí las realiza un periodista y que en la mayor parte de las ocasiones, las informaciones son falsas y que el tratamiento de la información es simple, se exagera la información o simplemente se inventa, no existe ahí tratamiento periodístico y por lo tanto no existe rigor periodístico.

En relación con el primer problema específico: ¿Cuál es el contenido periodístico de las informaciones del Facebook Los no vacunados en sus seguidores. Lima. 2021? que tuvo como objetivo específico: Conocer el contenido periodístico de las informaciones del Facebook Los no vacunados en sus seguidores. Lima. 2021.

Se ha podido conocer que el 74% de los seguidores del grupo de Facebook Los no vacunados está totalmente de acuerdo con la información que se comparte, el 15% está de acuerdo, el 5% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 3% está en desacuerdo y el 3% está totalmente en desacuerdo, pero igual por curiosidad lo leen.

Estos resultados concuerdan con la teoría del juicio social de Muzafer Sherif en 1965, esta teoría sostiene que el éxito de un mensaje depende de la relación existente entre dicho mensaje y las creencias de la persona.

Las informaciones en este grupo básicamente son que las vacunas no son efectivas, de que todo lo del Coronavirus es mentira y que es un plan para que se forme el Nuevo Orden Mundial y la mayoría de los seguidores de este grupo no se ha vacunado por estas creencias principalmente.

También, estos resultados que se obtuvieron, producto de la encuesta que se aplicó, pueden dar una idea muy amplia del impacto que tienen las informaciones en las redes sociales, muchas veces las informaciones de las redes sociales son falsas, se puede mencionar los resultados de Pérez (2018), que afirma que el 80% de la desinformación en la sociedad peruana en particular viene por la falsa información en las redes sociales y tiene un impacto del 90%, por lo tanto se puede ver aquí que la mayor parte de las informaciones en las redes sociales son falsas o no cuentan la información completa y las personas toman sus decisiones de acuerdo a lo que ven en las redes sociales.

Además, estos resultados muestran la desconfianza que las personas tienen al periodismo tradicional, pero caen en algo peor porque por lo menos la mayoría de los periodistas de los medios tradicionales sí hacen una rigurosa investigación en sus informaciones, pero en las redes sociales no se sabe. Las informaciones falsas mayormente están en las redes sociales y tiene un impacto en el periodismo peruano, los resultados que obtuvo Soler (2018) muestra ello debido a que en sus conclusiones menciona que el 80% de las personas que fueron encuestadas considera que las informaciones falsas han ocasionado una gran desinformación en Lima y el 90% de las personas encuestadas considera que el periodismo peruano no es muy confiable aunque en verdad las informaciones de las redes sociales son las que no son confiables.

En relación al segundo problema específico: ¿Cuáles son los criterios periodísticos de las informaciones del Facebook Los no vacunados en sus seguidores. Lima. 2021? que tuvo como objetivo específico: Mencionar los criterios periodísticos de las informaciones del Facebook Los no vacunados en sus seguidores. Lima. 2021.

Se ha podido conocer que el 58% de los seguidores del grupo de Facebook Los no vacunados está totalmente de acuerdo en que se cumplen los criterios periodísticos en este grupo de Facebook, mientras que el 16% está de acuerdo, el 10% señala ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 12% en desacuerdo y el 4% está totalmente en desacuerdo.

Estos resultados concuerdan con la teoría del juicio social de Muzafer Sherif en 1965, esta teoría sostiene que el éxito de un mensaje depende de la relación

existente entre dicho mensaje y las creencias de la persona, debido a que creen toda la información que publica este grupo porque va acorde con sus creencias.

Como se menciona en esta investigación, los criterios periodísticos son actualidad, prominencia y proximidad y de acuerdo con los resultados de las últimas preguntas del instrumento la mayoría de los seguidores del grupo de Facebook Los no vacunados dan credibilidad a la información de ese grupo porque consideran que se actualiza diariamente, es importante y es información cercana a ellos.

Se puede mencionar, de acuerdo a los resultados que se obtuvo, que la mayoría de las personas que conforman este grupo no considera, por la percepción que se tiene de ellos, que los medios de comunicación tengan algún tipo de credibilidad y esto va a la par con los resultados a los que llegó Bonilla (2019), él llegó a la conclusión de que el 60% de las personas considera que los medios de comunicación tiene una mala credibilidad y el 70% de las personas encuestadas considera que se debe culturizar a las personas para que reciban informaciones de calidad.

Además, los resultados que se obtuvo también demuestran que en esos grupos que en Facebook reciben el nombre de “*microsociedades digitales*” la mayoría cree lo que lee, va a la par con los resultados de Quintanilla (2020) que muestra que el 80% de las personas encuestadas considera que la gente cree todo lo que ve en sus grupos mientras que el 20% de las personas encuestadas considera que son pocos los que se atreven a cuestionar las informaciones de sus grupos y simplemente los expulsan para que no influyan en los demás. Esta clase de grupos son así y si no concuerdas con ellos te echan.

Mostrando los resultados que se obtuvieron en esta investigación, se espera que las futuras investigaciones sigan profundizando más en este tema que es el rigor periodístico, de este modo, se podrá conocer mejor la realidad de este asunto como se ha realizado aquí.

Estos nuevos estudios significarán nuevas oportunidades de conocer los temas que afectan a todos y nosotros como comunicadores debemos abordar estos asuntos a nivel académico y profesional para poder seguir avanzando como sociedad y resolver los problemas que se tienen como nación.

## **VI. CONCLUSIONES:**

- 1) En base a los resultados obtenidos del objetivo general: Determinar el rigor periodístico de las informaciones del Facebook Los no vacunados en sus seguidores. Lima. 2021, se llegó a la conclusión de que la mayoría de los que integran el Facebook Los no vacunados creen y sostienen que las publicaciones que se muestra y se comparte en ese grupo tiene un buen rigor periodístico y que es muy confiable y por lo tanto lo comparten.
  
- 2) En base a los resultados del primer objetivo específico: Conocer el contenido periodístico de las informaciones del Facebook Los no vacunados en sus seguidores. Lima. 2021, se llegó a la conclusión de que el contenido periodístico del Facebook Los no vacunados es muy atractivo para los lectores porque la mayoría de los que conforman este grupo de Facebook creen fervientemente en lo que publican, dando la razón a la teoría del juicio social de Muzafer Sherif, teoría en la que se basó esta investigación.
  
- 3) En base a los resultados obtenidos del segundo objetivo específico: Mencionar los criterios periodísticos de las informaciones del Facebook Los no vacunados en sus seguidores. Lima. 2021, se llegó a la conclusión de que no existen buenos criterios periodísticos en las publicaciones del Facebook Los no vacunados, por lo tanto, toda la información que se da a conocer en aquel grupo no es totalmente confiable, por ello al leer dichas informaciones se debe investigar y no creer todo lo que se publica porque se puede caer en una información falsa.

## **VII. RECOMENDACIONES:**

- 1) Se recomienda a la escuela de ciencias de la comunicación de la universidad César Vallejo a promover la realización de investigaciones vinculadas al rigor periodístico de las informaciones en grupos de Facebook, debido a que a raíz de la pandemia de la Covid – 19 y la llegada de las vacunas contra esta enfermedad han aumentado las falsas informaciones.
- 2) Se recomienda a los periodistas que presten mucha atención al contenido que transmiten estos grupos, deben alertar a las personas que existen esta clase de grupos y que no creen toda información que lean ahí, los periodistas deben hacer reportajes donde expliquen lo que de verdad significa la vacunación contra la Covid – 19, los beneficios de vacunarse y los riesgos que una persona tiene si no se vacuna.
- 3) Se recomienda al Colegio de Periodistas del Perú, que mediante un comité de expertos construyan instrumentos para verificar si una información es falsa y así no se propaguen en la sociedad las falsas informaciones, es bueno empezar a realizar algo porque como comunicadores es nuestra responsabilidad.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Abanto, H. (2020). "Latin American hardest hit by the Fake News new epidemic". *Open Democracy*. <https://www.opendemocracy.net/es/la-epidemia-de-noticias-falsas-se-ha-disparado-america-latina-bajo-una-fakecracia/>
- Aguirre, G. (2018). "*Teoría del Juicio Social: Explicación y Ejemplos*". Cielo. <https://www.proyectoambulante.org/teoria-de-la-aguja-hipodermica/>
- Ampuero, G. (2020). "*Fake News on the Internet: the strategy to combat misinformation*". Palomino University. <https://www.palermo.edu/cele/pdf/FakeNews.pdf>
- Arias, H. (2018). "*Metodología de la Investigación*". Latindex. <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092660/cap03.pdf>
- Barragán, C. (2019). "Disinformation: Essential characteristic and responses to defend democracies". Royal Institute. Recovered from: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7124874>
- Barroso, E. (2018): "*The headline of the news*". Dialnet. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/1865/1/T20884.pdf>
- Bonilla (2019): "*The disinformation society: propaganda, Journalistic credibility and news geopolitics of world information*". Scielo. <https://www.almendron.com/tribuna/wp-content/uploads/2019/05/la-sociedad-de-la-desinformacion.pdf>
- Cáceres, J. (2019): "*Investigación cuantitativa en investigaciones*". <https://www.webscolar.com/definiciones-de-investigacion-cuantitativa>
- Caylloma, S. (2019): "Métodos estadísticos". Redalyc. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4981/498153999012.pdf>
- Cifuentes, N, Cruz, B. y Guacaneme, E. (2020): "*Analysis of the impact of Fake News issued by influencers on Facebook*". Compensar. Recovered from: <http://ojs.urbe.edu/index.php/telos/article/view/3389>

- Comisión Nacional de Investigación del Perú (2018): “El valor de la ética en la Investigación”. CNIP. Recuperado de: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/11953/1/UPS-CT005684.pdf>
- Congreso de la República. (2008): “Ley sobre la propagación de las Fake News en territorio peruano”. Congreso de la República. Recuperado de: <https://www.congreso.gob.pe/>
- Cotrina, M y Díaz, A. (2020): “Información falsa y Desinformación en tiempos de pandemia de la Covid – 19”. Democracia Digital. Recuperado de: <https://es.unesco.org/courier/july-september-2017/informacion-falsa-opinion-periodistas>
- Erney, J. (2018): “*El rigor: garantía para los Periodistas, credibilidad para los medios y esperanza para los ciudadanos*”. Redalyc. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/649/64901105.pdf>
- Federación de Periodistas del Perú. (2018): “¿Qué son las Fake News?”. Almería. Recuperado de: [http://almeria.fape.es/wp-content/uploads/2018/08/Guia\\_Fake\\_News.pdf](http://almeria.fape.es/wp-content/uploads/2018/08/Guia_Fake_News.pdf)
- Ferro, J. (2020): “*Social media management in the company*”. Scielo. Recovered from: [https://elpais.com/elpais/2018/03/08/ciencia/1520470465\\_910496.html](https://elpais.com/elpais/2018/03/08/ciencia/1520470465_910496.html)
- García, F. (2019): “*News consumption and perception of Journalistic rigor*”. Scielo. [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S168409332019000200005&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S168409332019000200005&script=sci_arttext)
- Gartner, L. (2020): “In the 2022 the information that most western users will believe will be false”. CyberWow. <https://www.lavozdegalicia.es/noticia/sociedad/2017/11/09/2022-mayor-parte-paises-occidentales-consumiran-informacion-falsa-verdadera/00031510214955819993461.htm>

- Gonzales, H. (2019): "*Fake News and Disinformation in the era of the information society in Australia*". Scielo. [https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/88071/Fake\\_News\\_desinformacion\\_en\\_la\\_era\\_de\\_la\\_sociedad\\_de\\_la\\_informacion](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/88071/Fake_News_desinformacion_en_la_era_de_la_sociedad_de_la_informacion).
- Gonzales, M. (2020): "Noticias falsas: desinformación en la era de la sociedad de la información". *Revistas Científicas*. Recuperado de: <https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/article/view/8399>
- Hernández, J. (2020): "Validity in research". *Latindex*. <https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2017/06/que-es-la-validez-en-una-investigacion.html>
- Jané, C. (2020): "*The Fake News in time*". *Dialnet*. <https://www.elperiodico.com/es/sociedad/20171108/la-mitad-de-noticias-que-circulen-en-el-2022-seran-falsas-6411174>
- Jorques, D. (2018): "Lo que toda información debe tener". *Latindex*. [https://antezanacc.com/docs/Guia\\_para\\_elaborar\\_notas\\_periodisticas\\_y\\_notas\\_de\\_prensa.pdf](https://antezanacc.com/docs/Guia_para_elaborar_notas_periodisticas_y_notas_de_prensa.pdf)
- López, M. (2020): "*Propuesta de medio digital periodístico como respuesta ante la creciente desinformación y la información falsa en medio de una pandemia mundial y una incierta coyuntura política – social en el Perú*". Universidad de Lima. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/11787>
- López, R. (2020): "What is disinformation?". *Latindex*. <https://es.greenpeace.org/es/en-profundidad/asi-funciona-la-desinformacion-en-whatsapp/que-es-la-desinformacion/>
- Malasquez, S. (2018): "*The proximity and the news*". Scielo. <https://medium.com/@melisadf/la-proximidad-y-la-noticia-22adf6d9cd26>
- Márquez, B. (2019): "The rigor in the press". *Research Gate*. <file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/6552-24214-1-PB-libre.pdf>

- Méndez, A. (2018): “*Sampling techniques on a study population*”. Dialnet. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Milán, M. (2020): “*Las noticias falsas en la actualidad*”. Universidad Complutense de Madrid. [https://www.ifj.org/fileadmin/user\\_upload/Fake\\_News\\_-\\_FIP\\_AmLat.pdf](https://www.ifj.org/fileadmin/user_upload/Fake_News_-_FIP_AmLat.pdf)
- Ñaupá, R. (2020): “*Fundamentos de la Investigación*”. Scielo. <https://mangus.co/index.php/blog/importancia-de-los-fundamentos-de-la-investigacion-en-un-proyecto#:~:text=Los%20fundamentos%20de%20investigaci%C3%B3n%20no,a%C3%BA%20no%20tenemos%20una%20respuesta.>
- Palomino, H; Lovón, G; Arellano. G (2020): “*Las redes sociales en el tiempo*”. Dialnet. <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-las-redes-sociales-evolucion/>
- Pérez, H. (2018): “*Consecuencias de la Desinformación*”. Dialnet. <https://www.watchity.com/es/blog/fake-news-el-peligro-de-la-desinformacion/>
- Polo, H. (2019): “*Las redes sociales en el tiempo*”. Dialnet. <https://books.google.com.pe/books?id=dmnKDwAAQBAJ&pg=PT18&dq=teor%C3%ADas++red+social+facebook&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKewim9PfrwprwAhVrmAKHYXTA1EQ6AEwAXoECAIQAg#v=onepage&q=teor%C3%ADas%20%20red%20social%20facebook&f=false>
- Ponce, A. (2018): “*The level of journalistic treatment of false information on social network*”, Scielo. <https://www.opendemocracy.net/es/la-epidemia-de-noticias-falsas-se-ha-disparado-america-latina-bajo-una-fakecracia/>
- Porres, A. (2019): “*Information background*”. Scielo. <file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/20891-Texto%20del%20art%C3%ADculo-20931-1-10-20110603.PDF>
- Posseti y Mathews, K. (2019): “*What are Fake News?*” FIT. [https://www.ifj.org/fileadmin/user\\_upload/Fake\\_News\\_-\\_FIP\\_AmLat.pdf](https://www.ifj.org/fileadmin/user_upload/Fake_News_-_FIP_AmLat.pdf)

- Quijano, R. (2020): “*Analysis of the responses to rumors about Covid – 19 in Peru*”. Scielo. <https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumenI.cgi?IDARTICULO=101254>
- Quintanilla, A. (2020): “*Las microsociedades digitales y las informaciones falsas en Perú*”. Dialnet. <https://rpp.pe/columnistas/eduardoquintanilla/las-microsociedades-y-las-fake-news-noticia-1175072>
- Racciati, J. (2020): “*Siglo XXI: era de las noticias falsas y la desinformación en Facebook*”. Universidad Abierta Interamericana. [https://institucional.us.es/revistas/Ambitos/45/Mon/Fake\\_News-desinformacion\\_en\\_la\\_era\\_de\\_la\\_sociedad\\_de\\_la\\_informacion\\_.pdf](https://institucional.us.es/revistas/Ambitos/45/Mon/Fake_News-desinformacion_en_la_era_de_la_sociedad_de_la_informacion_.pdf)
- Rissoan, R. (2019): “*Redes sociales: Comprender y dominar las nuevas herramientas de comunicación*”. Dialnet. <https://www.ediciones-eni.com/libro/redes-sociales-comprender-y-dominar-las-nuevas-herramientas-de-comunicacion-5-edicion-9782409018022>
- Romero, H. (2019): “*Las redes sociales en el tiempo*”. Dialnet. <https://www.rdstation.com/es/redes-sociales/>
- Sabán, M. (2019): “*¿Qué es el lenguaje popular?*”. Liferder. <https://www.liferder.com/lenguaje-popular/>
- Salcedo, A. (2017): “*Marco metodológico de la investigación*”. Dialnet. <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092813/cap03.pdf>
- Salgado, J. (2018): “*Fake News spreads faster than real news*”. Dialnet. <https://news.mit.edu/2018/study-twitter-false-news-travels-faster-true-stories-0308>
- Sampieri, R. (2017): “*Metodología de la Investigación*”. Dialnet. <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

- Sandoval, J. y Miranda, I. (2019): “*Información falsa y Credibilidad de los medios de comunicación digitales en Lima Perú*”. Universidad Tecnológica del Perú. <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/2720>
- Seminario, J. (2020): “Journalistic production and realization”. Prezi. [https://prezi.com/wnxxcxu8wcp\\_/produccion-y-realizacion-periodistica/](https://prezi.com/wnxxcxu8wcp_/produccion-y-realizacion-periodistica/)
- Soler, B. (2018): “*Las informaciones falsas y el periodismo en Lima – Perú*”. Universidad de San Martín de Porres. Recuperado de: <https://iep.org.pe/noticias/critica-y-debates-fake-news-y-desinformacion-en-el-peru-por-rodrigo-gil/>
- Tamayo, J. (2019): “*Research and methodological innovation*”. Scielo. <https://journals.sagepub.com/home/mio>
- Tapia, H. (2020): “*Fake News: social impact and new challenges for information services*”. Dialnet. Recovered from: [https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/15620/Tapia\\_fr.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/15620/Tapia_fr.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Torres, A. (2018): “*Research in your hands*”. Scielo. Recovered from: <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0094733/cap03.pdf>
- Villasis, I (2019): “*Rigor Periodístico y Credibilidad de los medios de comunicación digitales en Lima Perú*”. Universidad Tecnológica del Perú. Recuperado de: <file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Dialnet-LaCredibilidadDeLosMediosDeComunicacionEnElEcuador-5896200.pdf>

## Anexos

## Anexo 1: Matriz de Consistencia

**Tabla 4. Matriz de consistencia**

TÍTULO	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	SUB-INDICADORES	POBLACIÓN Y MUESTRA	TIPO DE INVESTIGACIÓN	ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN
<b>Rigor Periodístico de las informaciones del Facebook Los no vacunados en sus seguidores. Lima. 2021</b>	¿Cuál es el nivel de Rigor Periodístico de las informaciones del Facebook Los no vacunados en sus seguidores. Lima. 2021?	Determinar el Rigor Periodístico de las informaciones del Facebook Los no vacunados en sus seguidores. Lima. 2021	Conocer el Contenido Periodístico de las informaciones del Facebook Los no vacunados en sus seguidores. Lima. 2021  Mencionar los Criterios Periodísticos de las	<b>Rigor periodístico:</b> Es el hecho de dar a conocer una noticia con toda la información debidamente investigada, el rigor y la responsabilidad están	<b>Contenido periodístico:</b> Jorques (2018), dijo que es la información periodística que uno busca, principalmente temas de actualidad e interés en general; es de lo que trata la información que tienes, debe tener un lenguaje adecuado, ser cohesivo y adaptarse al contexto o entorno social	<b>Fuentes:</b> Barroso (2018), mencionó que se considera como fuente a todo depósito de la información de cualquier tipo que sea accesible y pueda ser consultado por el periodista.	<b>Especializadas:</b> según Barroso (2018), son una colección de información en un servidor para seleccionar fragmentos o documentos completos de una materia determinada.	P: 370 personas que forman parte del grupo de Facebook Los no vacunados.  M: 153 personas que	Básica	Cuantitativo	No experimental transversal

			<p>informaciones del Facebook Los no vacunados en sus seguidores . Lima. 2021</p>	<p>asociados , al enfrentarse a una gran cantidad de información, el periodista debe verificar esos datos, cotejar con la fuente y si es posible contrastar la información de forma personal (Erney, 2018).</p>	<p>para una mejor interpretación.</p>		<p><b>No especializadas:</b> según Barroso (2018), son las menos frecuentes, puede contener información importante o no.</p>	<p>forma n parte del grupo de Facebook Los no vacunados y que fueron más accesibles a la investigación .</p>				
							<p><b>¿Qué?:</b> Según Sabán (2019), es el hecho que sucedió.</p>					
							<p><b>¿Quién?:</b> Según Sabán (2019), es quien o quienes hicieron ese hecho.</p>					
							<p><b>¿Cómo?:</b> Según Sabán (2019), es cómo</p>					

						<p>sucedieron los hechos.</p> <p><b>¿Cuándo?:</b> Según Sabán (2019) es en qué tiempo sucedieron los hechos.</p> <p><b>¿Dónde?:</b> Según Sabán (2019), es dónde sucedieron los hechos.</p>				
					<p><b>Antecedentes:</b> Según Porras (2019), son los hechos que ayudan a entender el contexto de la información que se está manejando y no hay que dar por hecho que el público lo sabe.</p>	<p><b>Directo:</b> Según Porras (2019), son los hechos que chocan y que suceden antes de que la noticia suceda y dan pie a que suceda.</p>				



			del Mall Plaza Comas- 2021.			conocer provocan mayor interés si son cercanos al receptor; sino simplemente no le dan importancia y la información pasa desapercibida.					
--	--	--	--------------------------------------	--	--	---	--	--	--	--	--

***Fuente: Elaboración Propia***

## Anexo 2: Variable y Operacionalización

**Tabla 5. Operacionalización de variables**

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	SUBINDICADORES	ÍTE MS	ESCALA DE MEDICIÓN	NIVELES DE RANGO
<b>Rigor periodístico</b>	El Rigor Periodístico es la base del periodismo, en el sentido que tiene que ver con la verdad de la información que se publica o se transmite. Hablar de rigor, es hablar de veracidad y de sujeción estricta a los hechos que se narran en cualquier modalidad del escrito periodístico (García, 2019).	A través de una encuesta se formulará una serie de preguntas al público objetivo en donde se investigará el nivel del Rigor Periodístico de las informaciones falsas en el grupo de Facebook Los no vacunados sobre las vacunas contra la Covid -19 basándose en la teoría del Juicio Social (Aguirre, 2018).	<b>Contenido periodístico:</b> Jorques (2018), dijo que es la información periodística que uno busca, principalmente temas de actualidad y de interés en general; es de lo que trata la información que tienes, debe tener un lenguaje adecuado, ser cohesivo y adaptarse al contexto o entorno social para una mejor interpretación.	<b>Fuentes:</b> Barroso (2018), mencionó que se considera como fuente a todo depósito de la información de cualquier tipo que sea accesible y pueda ser consultado por el periodista.	Especializadas	1-20	Escala de Lickert:  Totalmente de acuerdo  De acuerdo  Ni de acuerdo ni en desacuerdo  En desacuerdo	Ordinal:  Totalmente de acuerdo: 52 - 60  De acuerdo: 42 - 51  Ni de acuerdo ni en desacuerdo: 32 - 41
					No especializadas			
					¿Qué?			
					¿Cómo?			
				<b>Lead:</b> Según la definición de Sabán (2019), es el primer párrafo o entradilla que se coloca después del titular y que presenta en pocas líneas los datos más sobresalientes de la noticia.	¿Cuándo?			
				<b>Antecedentes:</b> Según Porras (2019), son los	¿Dónde?			
					Directo			

				<p>hechos que ayudan a entender el contexto de la información que se está manejando y no hay que dar por hecho que el público lo sabe.</p>	Indirecto		Totalmente en desacuerdo	<p>En desacuerdo: 22 – 31</p> <p>Totalmente en desacuerdo: 12 - 21</p>
			<p><b>Criterios Periodísticos:</b> Seminario (2020), mencionó que son los requisitos que debe tener una información para ser considerado una noticia, sobre todo la novedad que es lo que atrae al público a esa información.</p>	<p><b>Actualidad:</b> Según Tapia (2020), es muy importante en la información, tiene que ser un hecho reciente y novedoso debido a que forma parte del significado permanente de la palabra noticia.</p>				
				<p><b>Prominencia:</b> La Federación de Periodistas del Perú (2018), mencionó que trata de que la noticia provoca mayor interés si tiene que ver con personas conocidas o famosas.</p>				
				<p><b>Proximidad:</b> Según Malasquez (2018), es que los sucesos que se dan a conocer provocan mayor interés si son cercanos al receptor; sino simplemente no le dan importancia y la</p>				

				información pasa desapercibida.				
--	--	--	--	------------------------------------	--	--	--	--

***Fuente: Elaboración Propia***

### Anexo 3: Cuadro de las Preguntas del Cuestionario

**Tabla 6. Cuadro de preguntas para cuestionario**

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	SUBINDICADOS	ÍTEMS
<b>Rigor periodístico</b>	El Rigor Periodístico es la base del periodismo, en el sentido que tiene que ver con la verdad de la información que se publica o se transmite. Hablar de rigor, es hablar de veracidad y de sujeción estricta a los hechos que se narran en cualquier modalidad del escrito periodístico (García, 2019).	A través de una encuesta se formulará una serie de preguntas al público objetivo en donde se investigará el nivel del Rigor Periodístico de las informaciones falsas en el grupo de Facebook Los no vacunados sobre las vacunas contra la Covid -19 basándose en la teoría del Juicio Social (Aguirre, 2018).	<b>Contenido periodístico:</b> Jorques (2018), dijo que es la información periodística que uno busca, principalmente temas de actualidad y de interés en general; es de lo que trata la información que tienes, debe tener un lenguaje adecuado, ser cohesivo y adaptarse al contexto o entorno social para una mejor interpretación.	<b>Fuentes:</b> Barroso (2018), mencionó que se considera como fuente a todo depósito de la información de cualquier tipo que sea accesible y pueda ser consultado por el periodista.	<b>Especializadas:</b> según Barroso (2018), son una colección de información en un servidor para seleccionar fragmentos o documentos completos de una materia determinada.	1. Consideras que las personas que dan a conocer las informaciones en el grupo de Facebook Los no vacunados, son especialistas que dominan los temas expuestos:
				<b>No especializadas:</b> según Barroso (2018), son las menos frecuentes, puede contener información importante o no.	2. Está de acuerdo que las informaciones publicadas en el grupo de Facebook Los no vacunados son investigadas rigurosamente antes de su publicación:	
				<b>Lead:</b> Según la definición de Sabán (2019),	<b>¿Qué?:</b> Según Sabán (2019),	3. Considera que el contenido difundido en el grupo de Facebook Los no vacunados, toman en cuenta información respaldada por la Organización Mundial de la Salud (OMS) o de otras entidades de salud:
						4. Crees que la información compartida en el grupo de Facebook Los no vacunados da a conocer de manera objetiva los hechos

				<p>es el primer párrafo o entradilla que se coloca después del titular y que presenta en pocas líneas los datos más sobresalientes de la noticia.</p>	<p>es el hecho que sucedió.</p> <p><b>¿Quién?:</b> Según Sabán (2019), es quien o quienes hicieron ese hecho.</p> <p><b>¿Cómo?:</b> Según Sabán (2019), es cómo sucedieron los hechos.</p> <p><b>¿Cuándo?:</b> Según Sabán (2019) es en qué tiempo sucedieron los hechos.</p>	<p>actuales de las noticias sobre las vacunas contra la Covid - 19:</p> <p>5. En las publicaciones compartidas del grupo de Facebook Los no vacunados se da a conocer de quienes se está hablando:</p> <p>6. En las informaciones del grupo de Facebook Los no vacunados te explican cómo ocurrieron los acontecimientos:</p>
				<p><b>Antecedentes</b> : Según Porras (2019), son los hechos que ayudan a entender el contexto de la información que se está manejando y no hay que dar por hecho</p>	<p><b>Directo:</b> Según Porras (2019), son los hechos que chocan y que suceden antes de que una noticia suceda y dan pie a que suceda.</p> <p><b>Indirecto:</b> Según Porras</p>	<p>7. Considera que las informaciones en el grupo de Facebook Los no vacunados, presentan sucesos ocurridos anteriormente vinculados con el tema presente:</p> <p>8. Considera que la información compartida en el grupo de Facebook Los no vacunados es</p>

			que el público lo sabe.	(2019), son hechos que no necesariamente dan pie a que suceda la noticia, pero indirectamente tienen relación.	importante para que usted tome la decisión de no vacunarse: 9. Usted cree de manera fiel la información brindada por el grupo de Facebook Los no vacunados, sin tomar en cuenta los hechos que dieron origen a esa noticia:
		<p><b>Criterios Periodísticos:</b> Seminario (2020), mencionó que son los requisitos que debe tener una información para ser considerado una noticia, sobre todo la novedad que es lo que atrae al público a esa información.</p>	<p><b>Actualidad:</b> Según Tapia (2020), es muy importante en la información, tiene que ser un hecho reciente y novedoso debido a que forma parte del significado permanente de la palabra noticia.</p>		10. Está de acuerdo que la información que se da a conocer en el grupo de Facebook Los no vacunados es actualizado diariamente:
					11. A raíz de la pandemia se visualizó una gran cantidad de grupos como Los no vacunados que comparten publicaciones en contra de las vacunas que combaten la Covid – 19:
					12. Usted busca con frecuencia información sobre las vacunas contra la Covid – 19 en el grupo de Facebook Los no vacunados:
					13. Usted además de consultar información sobre las vacunas contra la Covid - 19 en el grupo de Facebook Los no vacunados, busca la misma información en otros grupos de Facebook o Medios de Comunicación:
					14. Considera que la información que se da en el grupo de Facebook Los no vacunados tiene una influencia positiva en la sociedad:
					15. Considera que la información que se da en el grupo de Facebook Los no vacunados es relevante en la sociedad:
			<p><b>Prominencia:</b> La Federación de Periodistas del Perú (2018), mencionó que trata de que la noticia</p>		16. Considera que las personas que se dejan influenciar por las informaciones del grupo de

				provoca mayor interés si tiene que ver con personas conocidas o famosas.		Facebook Los no vacunados son fluctuantes en cuánto a su cambio de opinión:
						17. Considera que la información compartida publicada en el grupo de Facebook Los no vacunados se remiten en Medios de Comunicación importantes:
				<b>Proximidad:</b> Según Malasquez (2018), es que los sucesos que se dan a conocer provocan mayor interés si son cercanos al receptor; sino simplemente no le dan importancia y la información pasa desapercibida		18. La mayoría de las personas que creen en la información del grupo de Facebook Los no vacunados se basan en sus prejuicios y opiniones:
						19. Considera que el principal valor en la información difundida en grupos de Facebook como Los no vacunados es la cercanía emocional que tiene con la sociedad:
						20. Considera que la información presentada en el grupo de Facebook Los no vacunados solo se limita a difundir los hechos llamativos del día en relación a las vacunas contra la Covid – 19, expresando su propia opinión, queriendo así aproximarse al público:

**Fuente: Elaboración Propia**

## **Anexo 4: Cuestionario**

**Autores: Israel Walter Martínez Hernández y Caroline Edith Moscoso Chugden**

### **CUESTIONARIO Variable: EL RIGOR PERIODÍSTICO**

#### **Fuentes**

- 1. Consideras que las personas que dan a conocer las informaciones en el grupo de Facebook Los no vacunados, son especialistas que dominan los temas expuestos:**
  - a) Totalmente de acuerdo**
  - b) De acuerdo**
  - c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo**
  - d) En desacuerdo**
  - e) Totalmente en desacuerdo**
  
- 2. Está de acuerdo que las informaciones publicadas en el grupo de Facebook Los no vacunados son investigadas rigurosamente antes de su publicación:**
  - a) Totalmente de acuerdo**
  - b) De acuerdo**
  - c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo**
  - d) En desacuerdo**
  - e) Totalmente en desacuerdo**
  
- 3. Considera que el contenido difundido en el grupo de Facebook Los no vacunados, toman en cuenta información respaldada por la Organización Mundial de la Salud (OMS) o de otras entidades de salud:**
  - a) Totalmente de acuerdo**
  - b) De acuerdo**
  - c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo**
  - d) En desacuerdo**
  - e) Totalmente en desacuerdo**

#### **Lead**

- 4. Crees que la información compartida en el grupo de Facebook Los no vacunados da a conocer de manera objetiva los hechos actuales de las noticias sobre las vacunas contra la Covid - 19:**
  - a) De acuerdo**
  - b) Ni de acuerdo ni en desacuerdo**
  - c) En desacuerdo**
  - d) Totalmente en desacuerdo**

5. En las publicaciones compartidas del grupo de Facebook Los no vacunados se da a conocer de quienes se está hablando:

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

6. En las informaciones del grupo de Facebook Los no vacunados te explican cómo ocurrieron los acontecimientos:

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

#### Antecedentes

7. Considera que las informaciones en el grupo de Facebook Los no vacunados, presentan sucesos ocurridos anteriormente vinculados con el tema presente:

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

8. Considera que la información compartida en el grupo de Facebook Los no vacunados es importante para que usted tome la decisión de no vacunarse:

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

9. Usted cree de manera fiel la información brindada por el grupo de Facebook Los no vacunados, sin tomar en cuenta los hechos que dieron origen a esa noticia:

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

### **Actualidad**

**10. Está de acuerdo que la información que se da a conocer en el grupo de Facebook Los no vacunados es actualizado diariamente:**

- a) **Totalmente de acuerdo**
- b) **De acuerdo**
- c) **Ni de acuerdo ni en desacuerdo**
- d) **En desacuerdo**
- e) **Totalmente en desacuerdo**

**11. A raíz de la pandemia se visualizó una gran cantidad de grupos como Los no vacunados que comparten publicaciones en contra de las vacunas que combaten la Covid – 19:**

- a) **Totalmente de acuerdo**
- b) **De acuerdo**
- c) **Ni de acuerdo ni en desacuerdo**
- d) **En desacuerdo**
- e) **Totalmente en desacuerdo**

**12. Usted busca con frecuencia información sobre las vacunas contra la Covid – 19 en el grupo de Facebook Los no vacunados:**

- a) **Totalmente de acuerdo**
- b) **De acuerdo**
- c) **Ni de acuerdo ni en desacuerdo**
- d) **En desacuerdo**
- e) **Totalmente en desacuerdo**

**13. Usted además de consultar información sobre las vacunas contra la Covid - 19 en el grupo de Facebook Los no vacunados, busca la misma información en otros grupos de Facebook o Medios de Comunicación:**

- a) **Totalmente de acuerdo**
- b) **De acuerdo**
- c) **Ni de acuerdo ni en desacuerdo**
- d) **En desacuerdo**
- e) **Totalmente en desacuerdo**

### **Prominencia**

**14. Considera que la información que se da en el grupo de Facebook Los no vacunados tiene una influencia positiva en la sociedad:**

- a) **Totalmente de acuerdo**
- b) **De acuerdo**

- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

15. Considera que la información que se da en el grupo de Facebook Los no vacunados es relevante en la sociedad:

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

16. Considera que las personas que se dejan influenciar por las informaciones del grupo de Facebook Los no vacunados son fluctuantes en cuánto a su cambio de opinión:

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

17. Considera que la información compartida publicada en el grupo de Facebook Los no vacunados se remiten en Medios de Comunicación importantes:

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

#### Proximidad

18. La mayoría de las personas que creen en la información del grupo de Facebook Los no vacunados se basan en sus prejuicios y opiniones:

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

19. Considera que el principal valor en la información difundida en grupos de Facebook como Los no vacunados es la cercanía emocional que tiene con la sociedad:

- a) **Totalmente de acuerdo**
- b) **De acuerdo**
- c) **Ni de acuerdo ni en desacuerdo**
- d) **En desacuerdo**
- e) **Totalmente en desacuerdo**

**20. Considera que la información presentada en el grupo de Facebook Los no vacunados solo se limita a difundir los hechos llamativos del día en relación a las vacunas contra la Covid – 19, expresando su propia opinión, queriendo así aproximarse al público:**

- a) **Totalmente de acuerdo**
- b) **De acuerdo**
- c) **Ni de acuerdo ni en desacuerdo**
- d) **En desacuerdo**
- e) **Totalmente en desacuerdo**

## **Anexo 7: Validez**

**Tabla 7. Validación de expertos**

Expertos	Suficiencia del Instrumento	Aplicabilidad del Instrumento
Experto 1: Mg. Ernesto Cavagneri Mónago	Hay suficiencia	Aplicable
Experto 2: Mg. Carlos Martín Gonzales Moreno	Hay suficiencia	Aplicable
Experto 3: Mg. Luis Humberto Zamora Dávila	Hay suficiencia	Aplicable

***Fuente: Elaboración Propia***

## **Anexo 6: Validador 1: Carlos Martín Gonzales Moreno**

### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

**Apellidos y nombres del experto: Carlos Martin Gonzales Moreno**

**Título y/o Grado:**

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

**Universidad que labora: Universidad Cesar Vallejo (UCV)**

**Fecha: 09/06/2021**

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: El impacto de las Fake News sobre las vacunas en la red social Facebook en el Mall Plaza Comas  
- 2021**

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		

2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
	<b>TOTAL</b>			

SUGERENCIAS: Todo está conforme.



-----  
Firma del experto:

Carlos Martín Gonzales Moreno  
Nombres y apellidos

## **Anexo 7: Validador 2: Ernesto Cavagneri Mónago**

### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Ernesto Cavagneri Mónago

Título y/o Grado:

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

Universidad que labora: Universidad Cesar Vallejo (UCV)

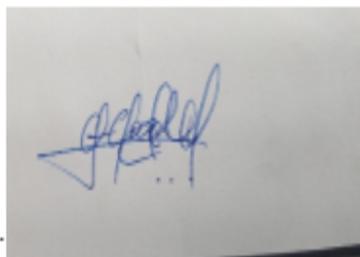
Fecha: 09/06/2021

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: El impacto de las Fake News sobre las vacunas en la red social Facebook en el Mall Plaza Comas  
- 2021

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		

2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
<b>TOTAL</b>				

SUGERENCIAS: Todo está conforme



Firma de experto:

Nombres y Apellidos: Ernesto Cavagneri Mónago

**Anexo 8: Validador 3: Luis Humberto Zamora Dávila**

**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

**Apellidos y nombres del experto: Luis Humberto Zamora Dávila**

**Título y/o Grado:**

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

**Universidad que labora: Universidad Cesar Vallejo (UCV)**

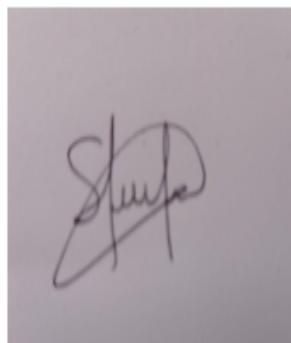
**Fecha: 09/06/2021**

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: El impacto de las Fake News sobre las vacunas en la red social Facebook en el Mall Plaza Comas – 2021**

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		

5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
	<b>TOTAL</b>	20		

SUGERENCIAS: Todo está conforme



Firma del experto:

Nombres y Apellidos: Luis Humberto Zamora Dávila

---

## **Anexo 9: Confiabilidad**

**Tabla 8. Resumen de procesamiento de casos**

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	10	100,0

La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

### **Estadísticas de fiabilidad**

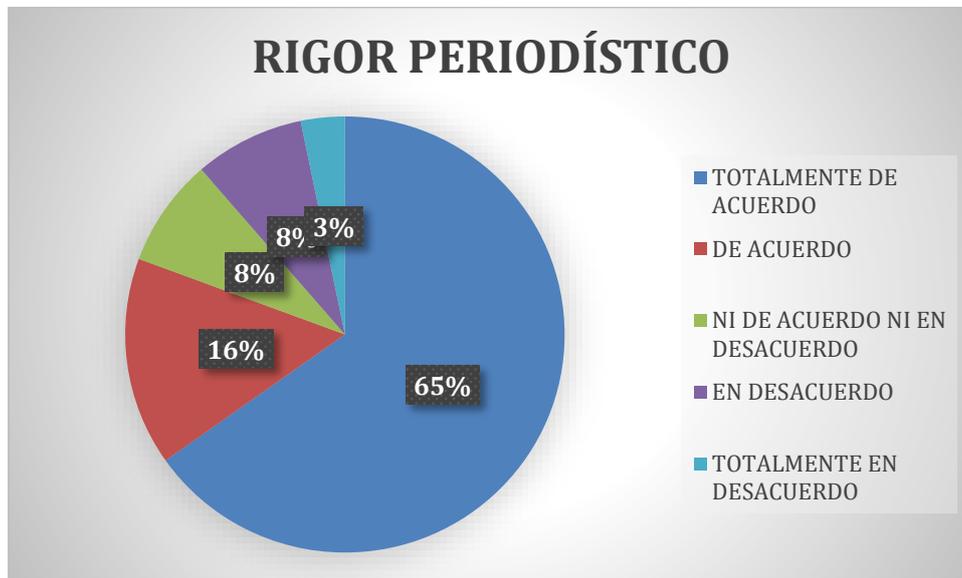
Alfa de Cronbach	N de elementos
,831	20

***Fuente: Elaboración Propia***

## Anexo 10: Gráficos

### Variable: Rigor Periodístico

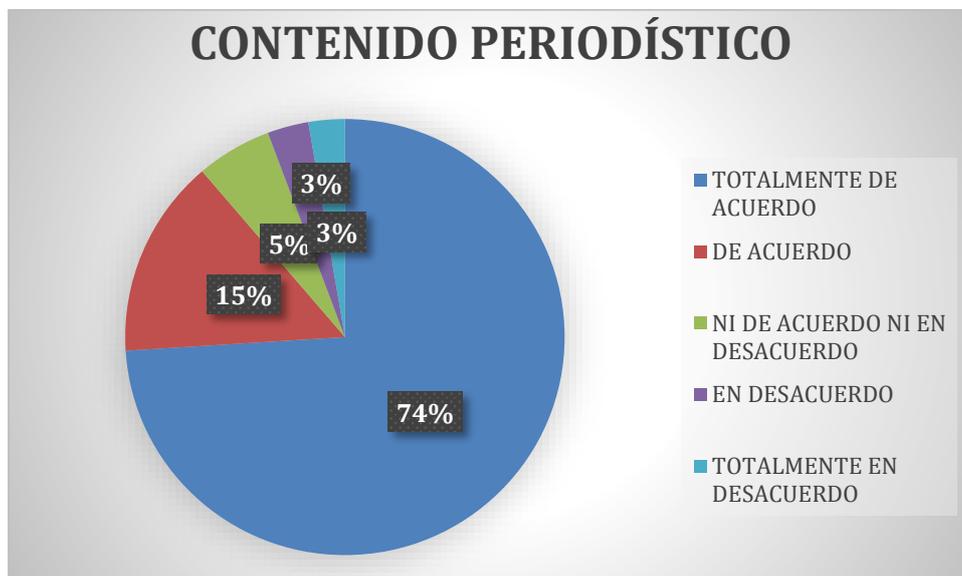
**Figura 1. Porcentaje rigor periodístico**



**Fuente: Elaboración Propia**

**Primer Objetivo Específico: Conocer el Contenido Periodístico de informaciones del Facebook Los no vacunados en sus seguidores. Lima. 2021**

**Figura 2. Porcentaje contenido periodístico**

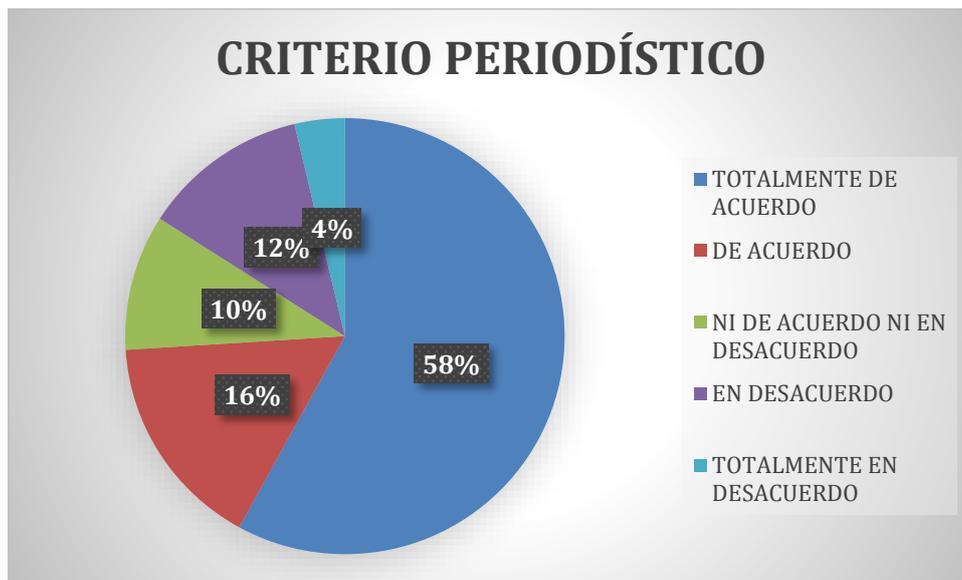


*Fuente: Elaboración Propia*

**Segundo Objetivo Específico:** Mencionar los Criterios Periodísticos de las informaciones del Facebook Los no vacunados en sus seguidores. Lima.

2021

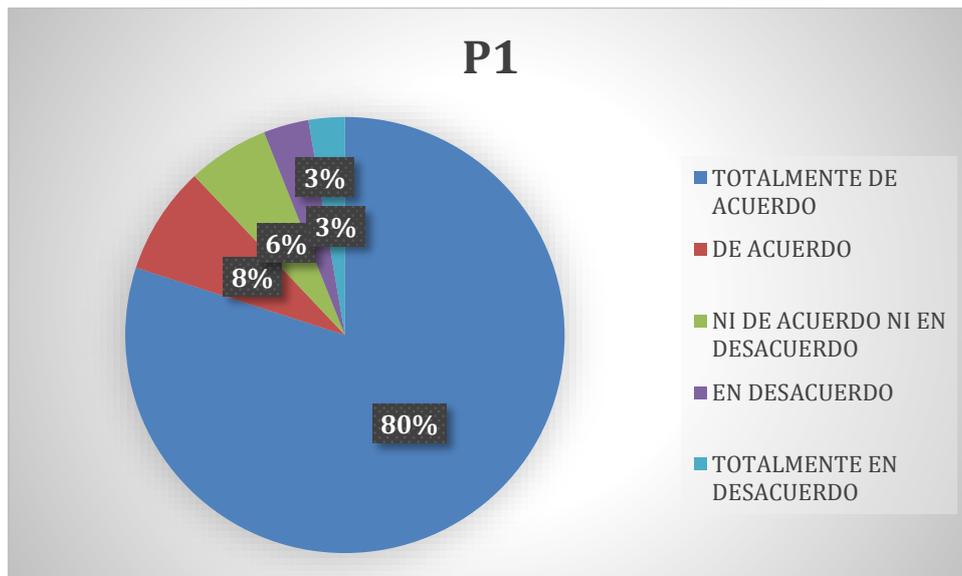
**Figura 3. Porcentaje criterio periodístico**



*Fuente: Elaboración Propia*

1) Consideras que las personas que dan a conocer las informaciones en el grupo de Facebook Los no vacunados, son especialistas que dominan los temas expuestos:

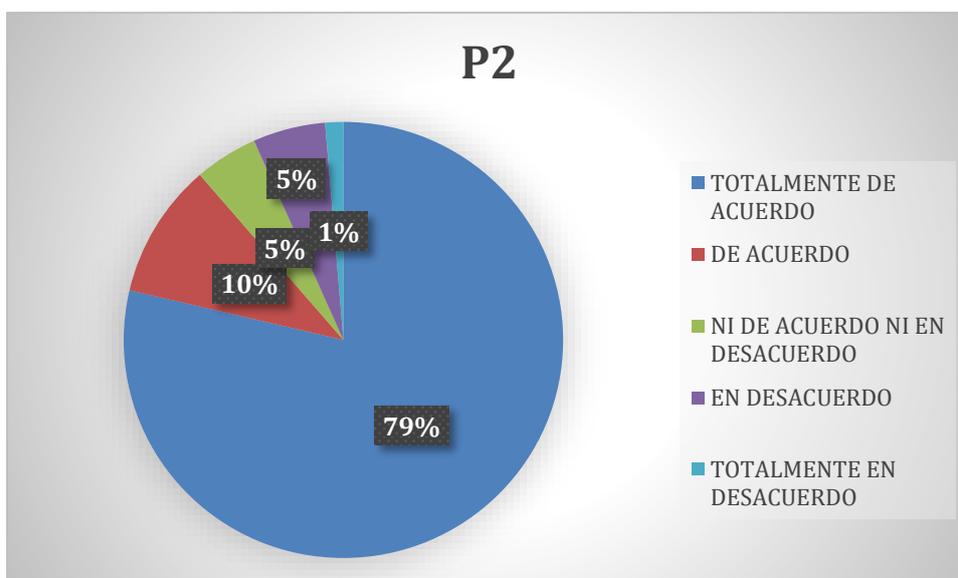
**Figura 4. Ítems 1 Información de las vacunas**



**Fuente: Elaboración propia**

**2) Está de acuerdo que las informaciones publicadas en el grupo de Facebook Los no vacunados son investigadas rigurosamente antes de su publicación:**

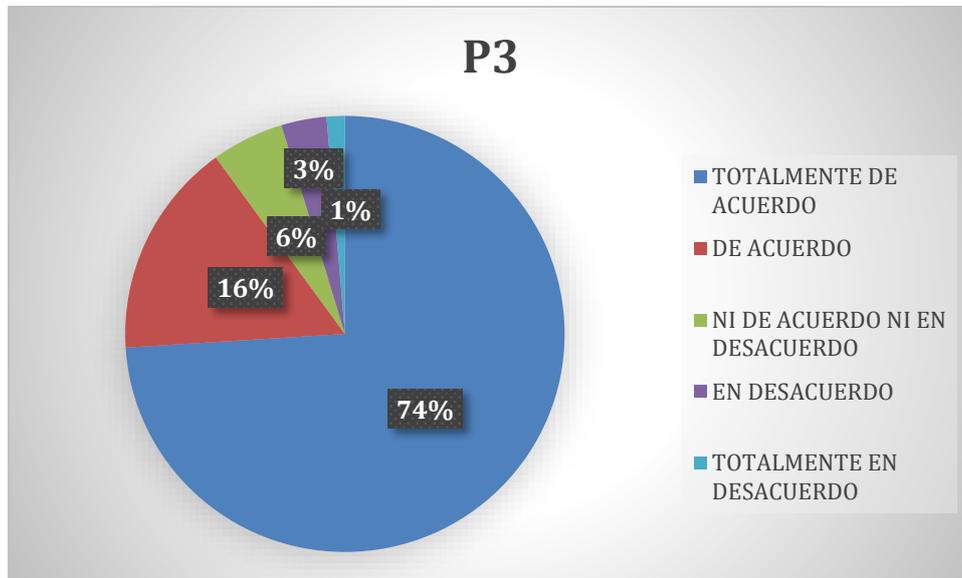
**Figura 5. Ítem 2. Investigación sobre las vacunas**



**Fuente: Elaboración propia**

3) Considera que el contenido difundido en el grupo de Facebook Los no vacunados, toman en cuenta información respaldada por la Organización Mundial de la Salud (OMS) o de otras entidades de salud:

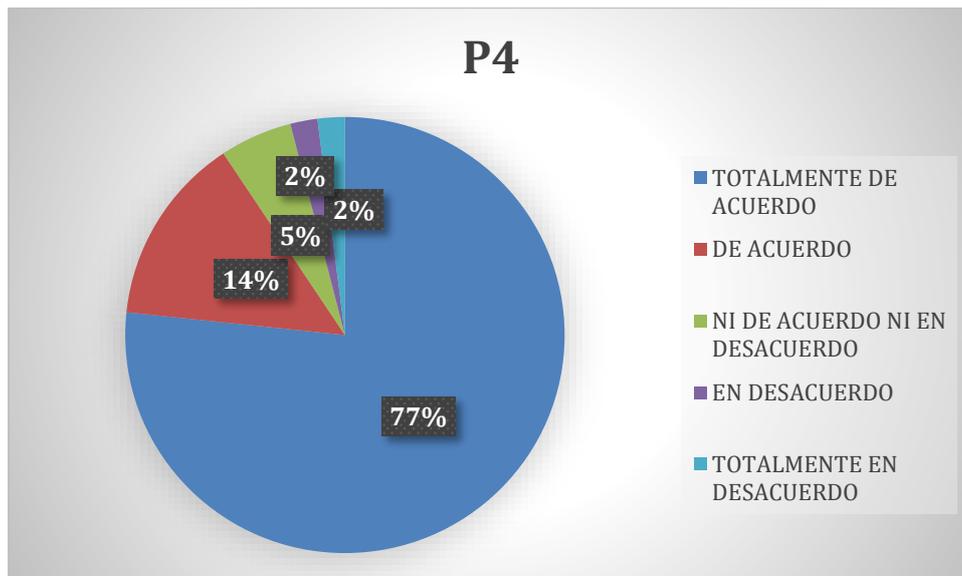
Figura 6. Ítem 3 OMS



Fuente: Elaboración propia

4) Crees que la información compartida en el grupo de Facebook Los no vacunados da a conocer de manera objetiva los hechos actuales de las noticias sobre las vacunas contra la Covid – 19:

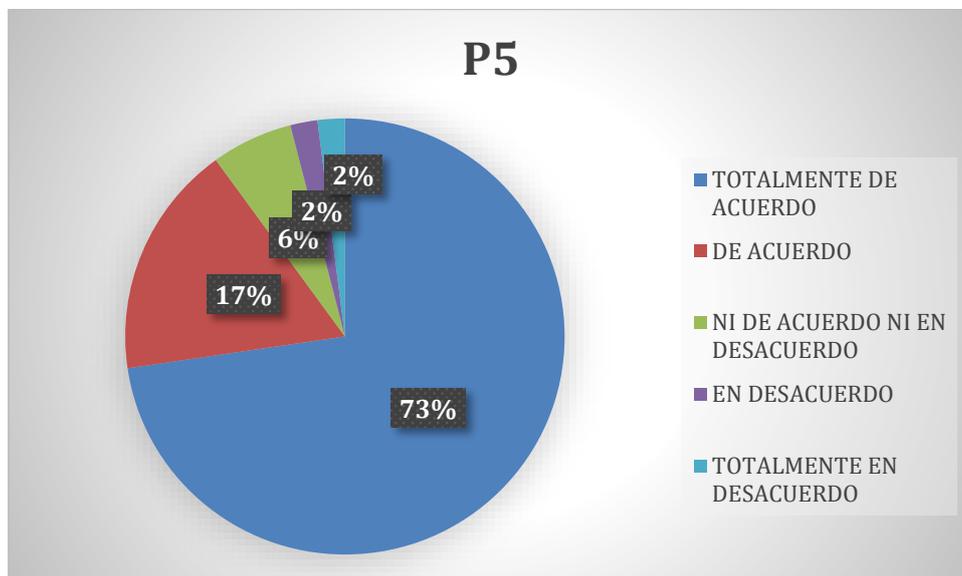
Figura 7. Ítem 4 Noticias actuales



*Fuente: Elaboración propia*

5) En las publicaciones compartidas del grupo de Facebook Los no vacunados se da a conocer de quienes se está hablando:

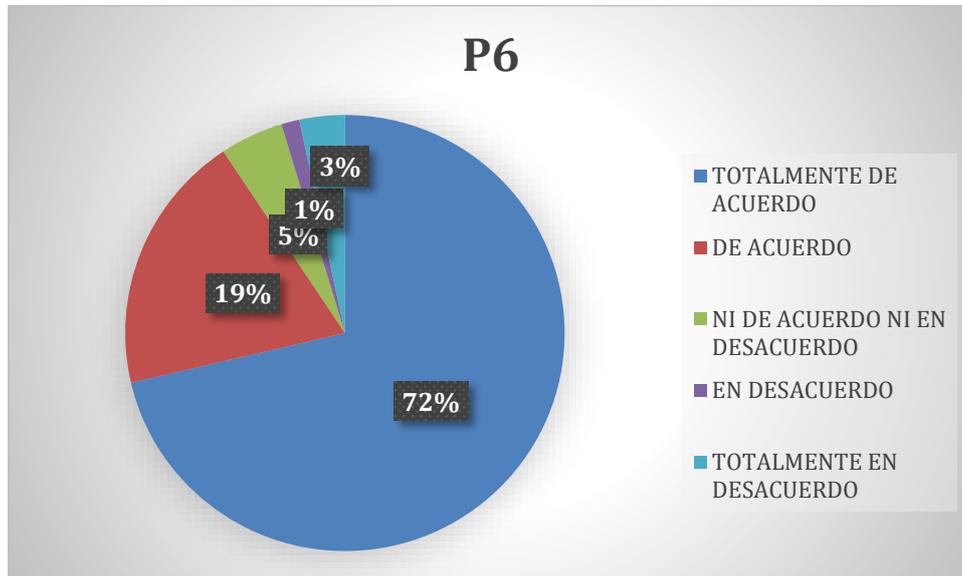
**Figura 8. Ítem 5. Publicaciones.**



*Fuente: Elaboración propia*

6) En las informaciones del grupo de Facebook Los no vacunados te explican cómo ocurrieron los acontecimientos:

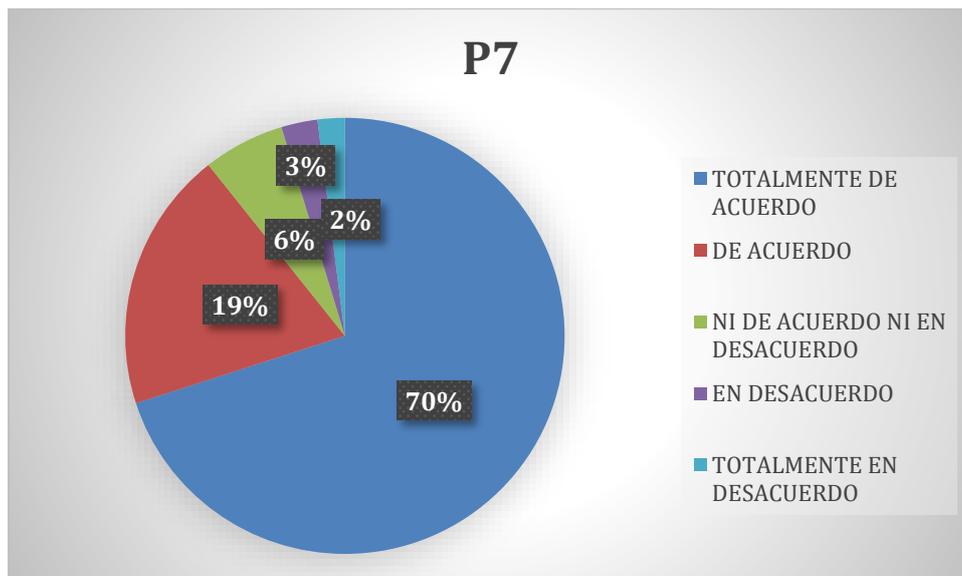
**Figura 9. Ítem 6. Informaciones**



**Fuente: Elaboración propia**

**7) Considera que las informaciones en el grupo de Facebook Los no vacunados, presentan sucesos ocurridos anteriormente vinculados con el tema presente:**

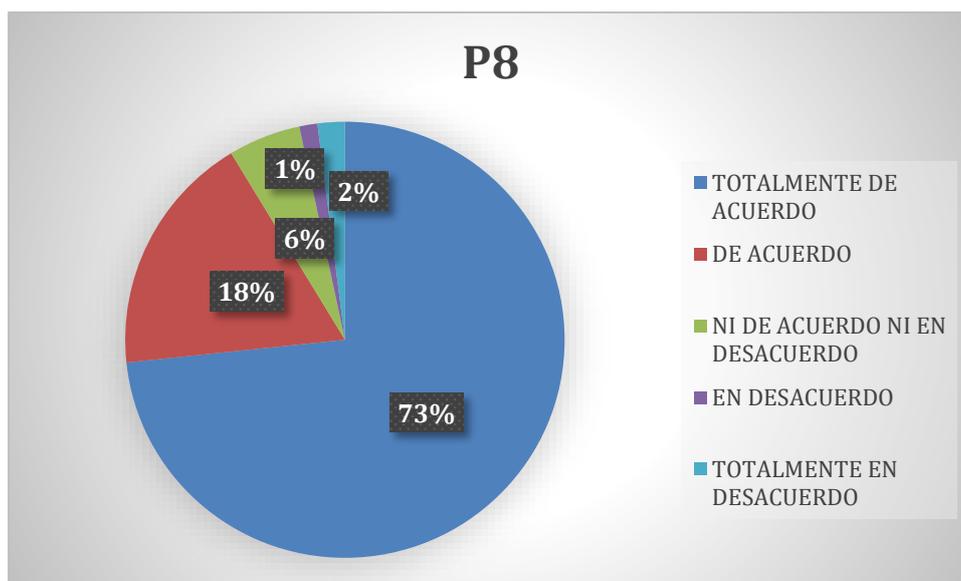
**Figura 10. Ítem 7. Actualidad**



**Fuente: Elaboración propia**

8) Considera que la información compartida en el grupo de Facebook Los no vacunados es importante para que usted tome la decisión de no vacunarse:

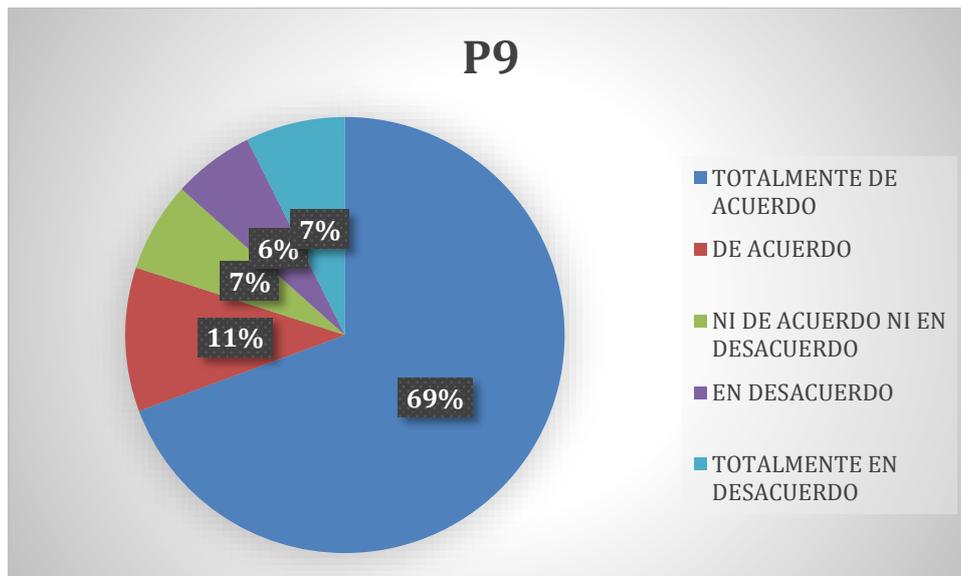
Figura 11. Ítem 8. Influencia.



Fuente: Elaboración propia

9) Usted cree de manera fiel la información brindada por el grupo de Facebook Los no vacunados, sin tomar en cuenta los hechos que dieron origen a esa noticia:

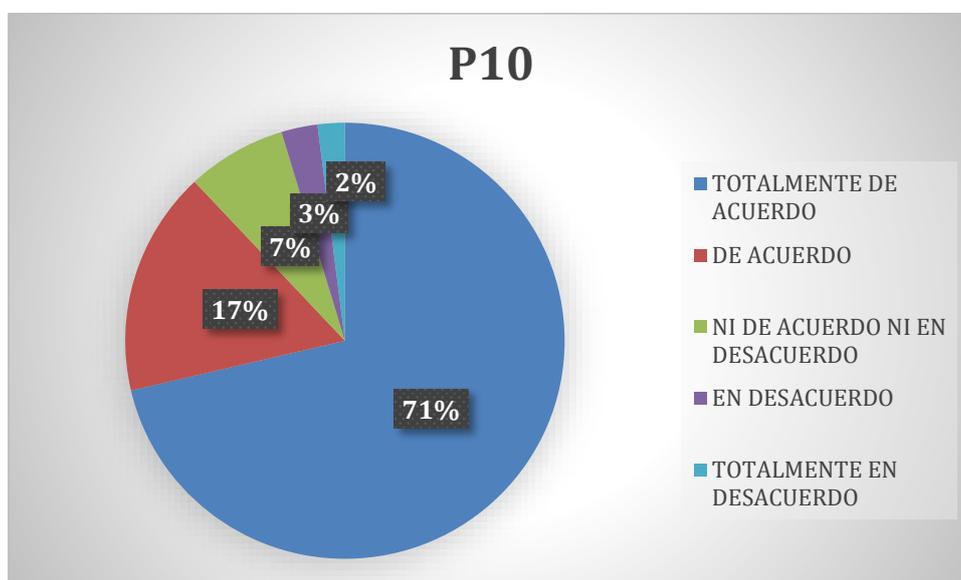
Figura 12. Ítem 9. Información brindada



**Fuente: Elaboración propia**

**10) Está de acuerdo que la información que se da a conocer en el grupo de Facebook Los no vacunados es actualizado diariamente:**

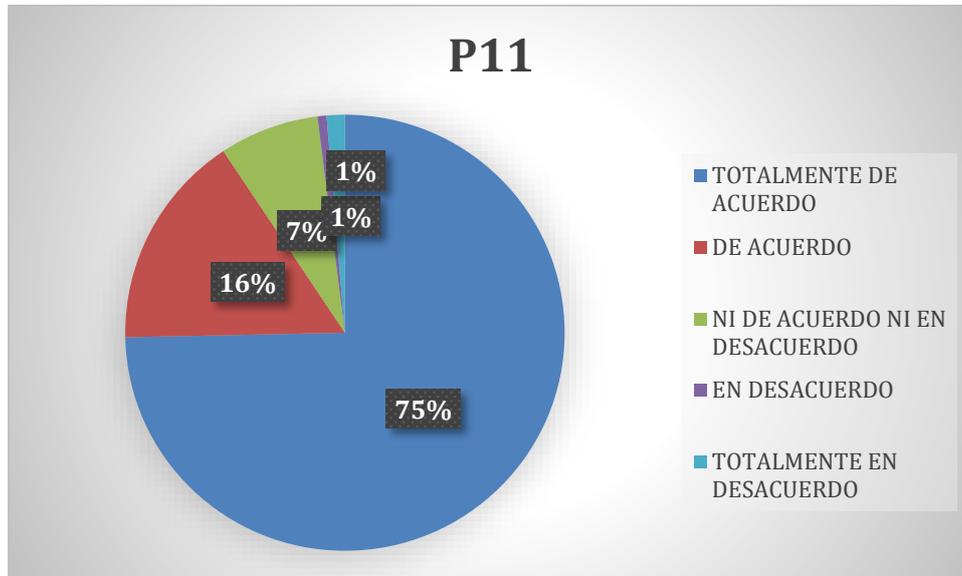
**Figura 13. Ítem 10. Actualizado diariamente**



**Fuente: Elaboración propia**

11) A raíz de la pandemia se visualizó una gran cantidad de grupos como Los no vacunados que comparten publicaciones en contra de las vacunas que combaten la Covid – 19:

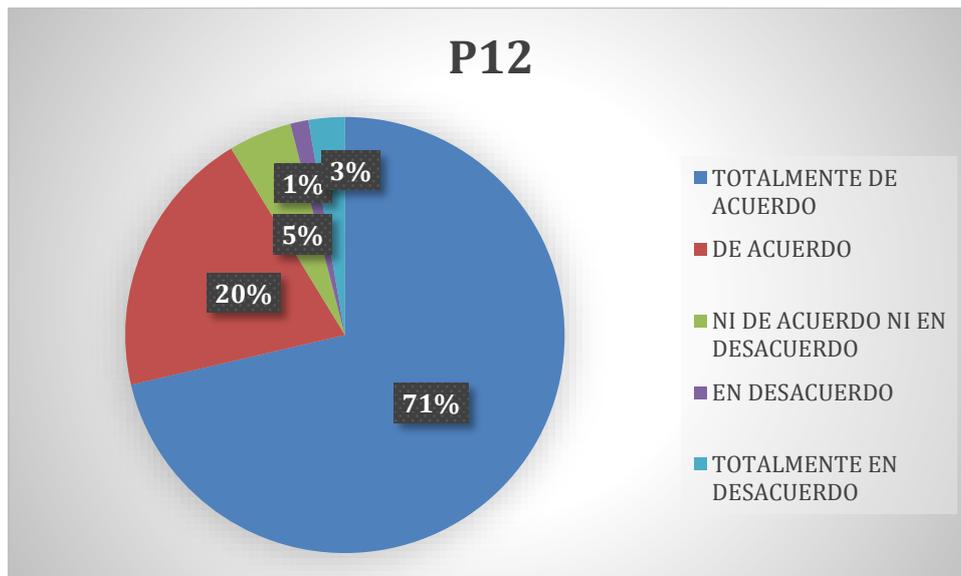
Figura 14. Ítem 11. Publicaciones contra las vacunas Covid - 19



Fuente: Elaboración propia

12) Usted busca con frecuencia información sobre las vacunas contra la Covid – 19 en el grupo de Facebook Los no vacunados:

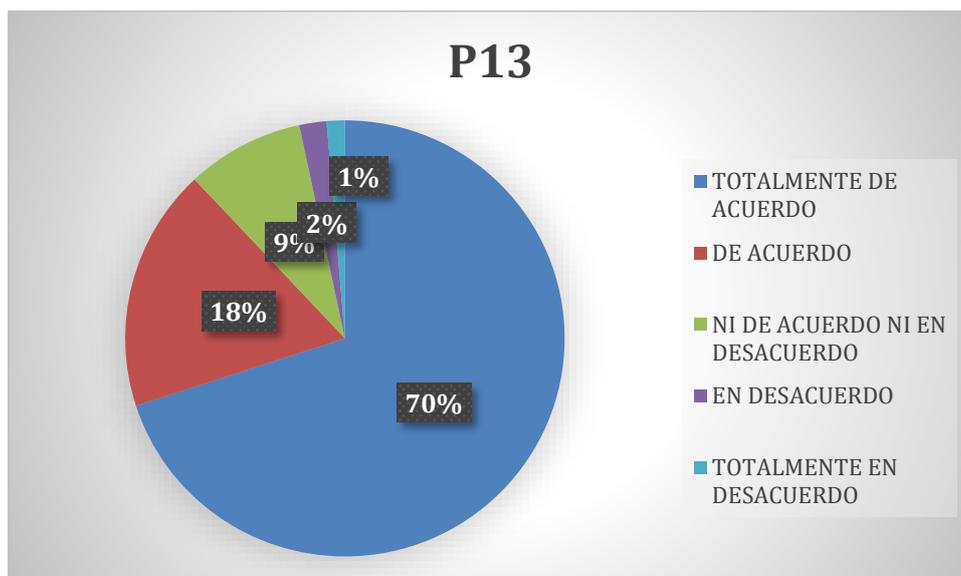
Figura 15. Ítem 12. Buscar con frecuencia



**Fuente: Elaboración propia**

**13) Usted además de consultar información sobre las vacunas contra la Covid - 19 en el grupo de Facebook Los no vacunados, busca la misma información en otros grupos de Facebook o Medios de Comunicación:**

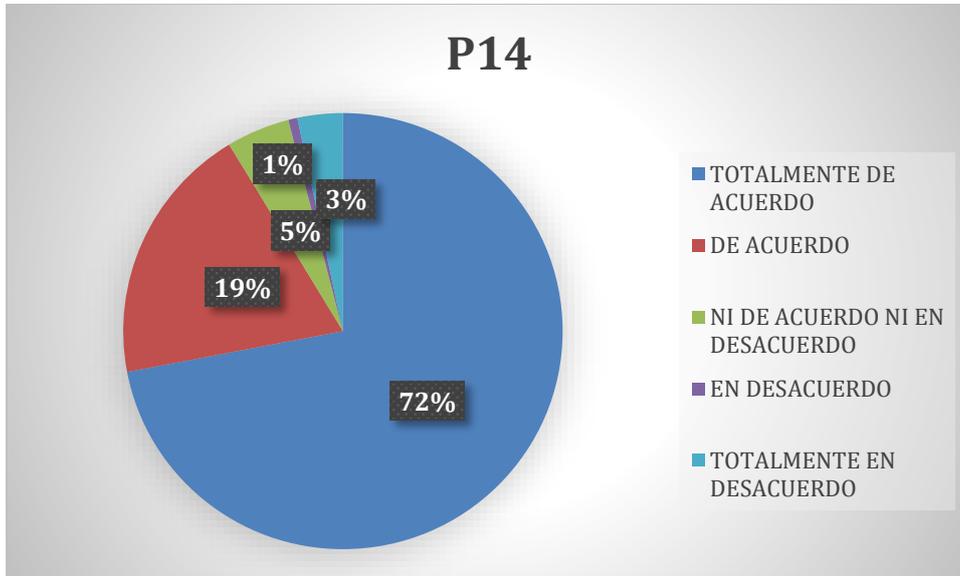
**Figura 16. Ítem 13. Buscar otras fuentes.**



**Fuente: Elaboración propia**

14) Considera que la información que se da en el grupo de Facebook  
Los no vacunados tiene una influencia positiva en la sociedad:

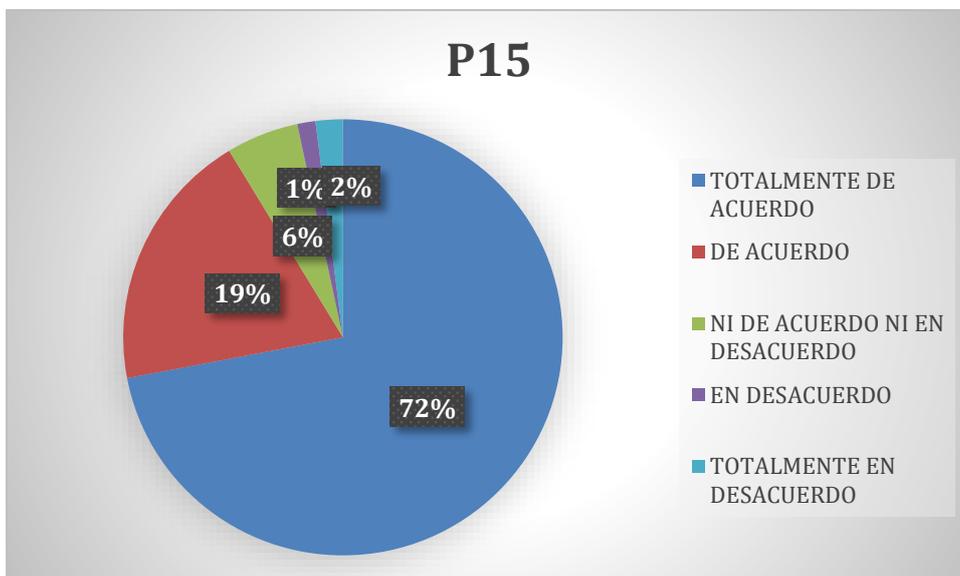
Figura 17. Ítem 14. Influencia positiva



Fuente: Elaboración propia

15) Considera que la información que se da en el grupo de Facebook  
Los no vacunados es relevante en la sociedad:

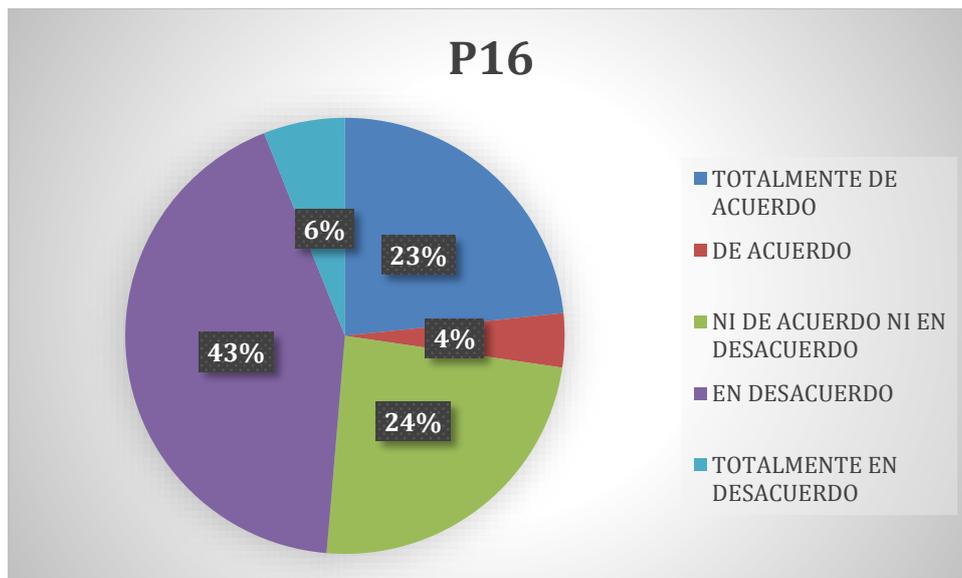
Figura 18. Ítem 15. Relevancia



*Fuente: Elaboración propia*

**16) Considera que las personas que se dejan influenciar por las informaciones del grupo de Facebook Los no vacunados son fluctuantes en cuánto a su cambio de opinión:**

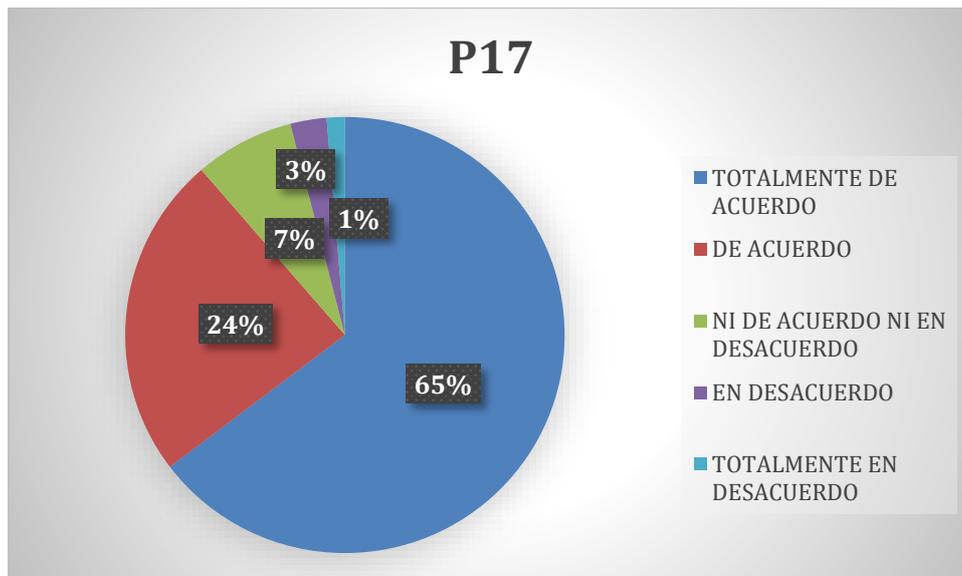
**Figura 19. Ítem 16. Influenciados por las informaciones**



*Fuente: Elaboración propia*

**17) Considera que la información compartida publicada en el grupo de Facebook Los no vacunados se remiten en Medios de Comunicación importantes:**

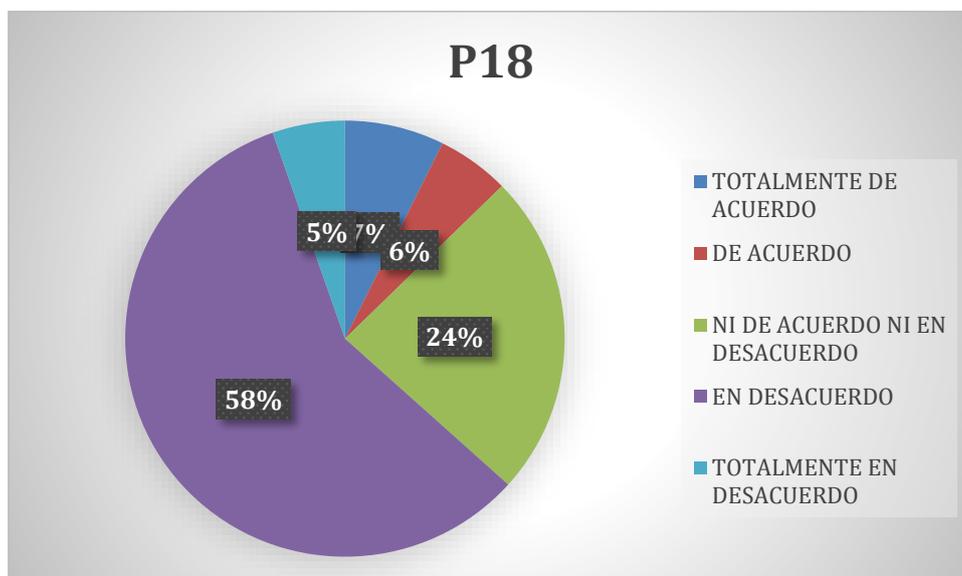
**Figura 21. Ítem 17. Remiten la información**



*Fuente: Elaboración propia*

**18) La mayoría de las personas que creen en la información del grupo de Facebook Los no vacunados se basan en sus prejuicios y opiniones:**

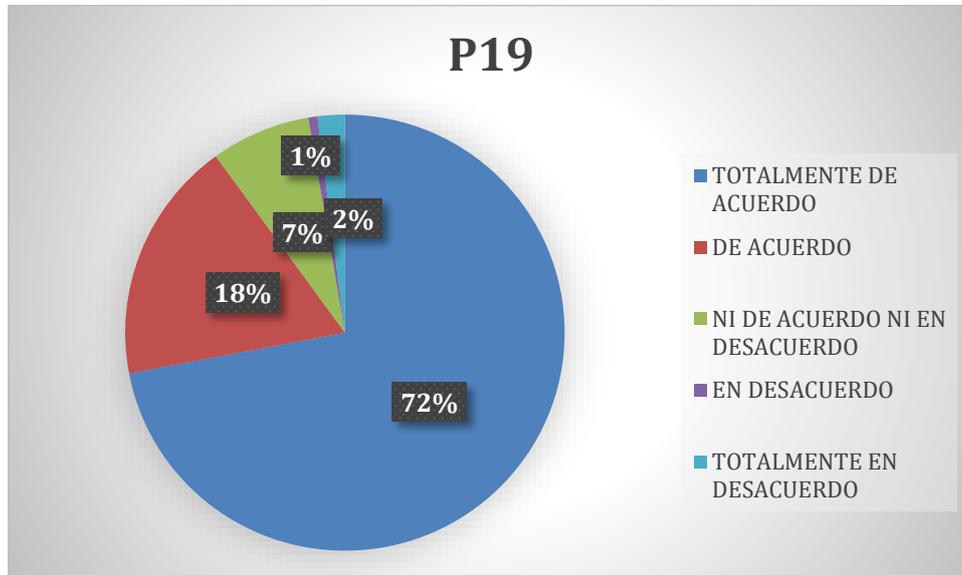
**Figura 22. Ítem 18. Prejuicios y Opiniones.**



*Fuente: Elaboración propia*

**19) Considera que el principal valor en la información difundida en grupos de Facebook como Los no vacunados es la cercanía emocional que tiene con la sociedad:**

**Figura 23. Ítem 19. Cercanía emocional**

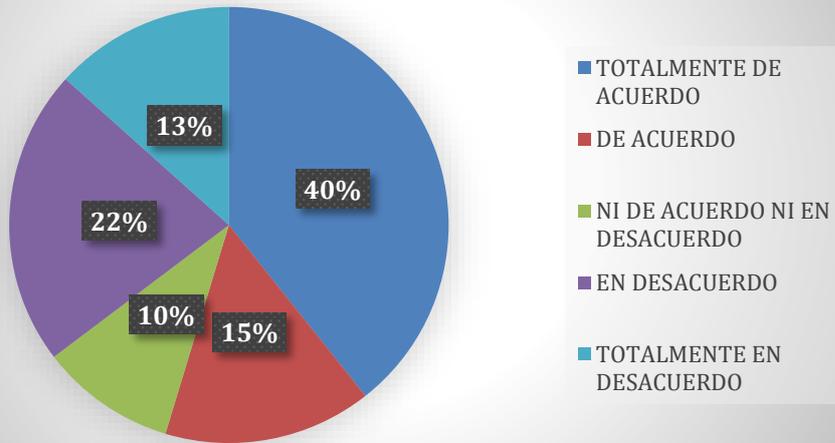


**Fuente: Elaboración propia**

**20) Considera que la información presentada en el grupo de Facebook Los no vacunados solo se limita a difundir los hechos llamativos del día en relación a las vacunas contra la Covid – 19, expresando su propia opinión, queriendo así aproximarse al público:**

**Figura 24. Ítem 20. Aproximación al público**

## P20



***Fuente: Elaboración propia***

## Anexo 11: Respuestas de la encuesta que se realizó a los integrantes del Grupo de Facebook Los no vacunados, mediante un formulario del Google Drive

Rigor Periodístico de las informaciones del grupo de Facebook "Los no vacunados" en sus seguidores sobre las vacunas contra la Covid - 19

Preguntas Respuestas 201 Configuración



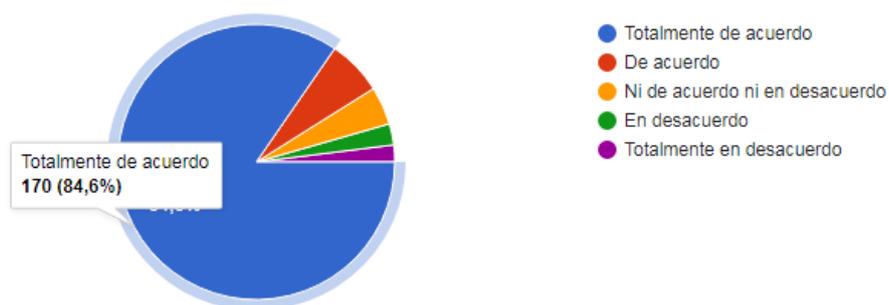
Rigor Periodístico de las informaciones del grupo de Facebook "Los no vacunados" en sus seguidores sobre las vacunas contra la Covid - 19

OBJETIVO: Determinar el Rigor Periodístico de las informaciones del grupo de Facebook "Los no vacunados" en sus seguidores sobre las vacunas contra la Covid - 19

INSTRUCCIONES: Marque la alternativa que usted considere válida de acuerdo al ítem en los casilleros siguientes.

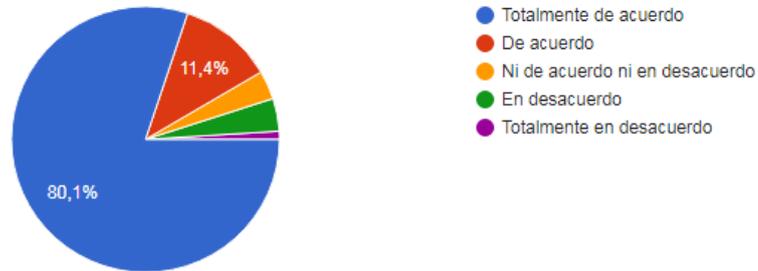
Consideras que las personas que dan a conocer las informaciones en el grupo de Facebook "Los no vacunados", son especialistas que dominan los temas expuestos:

201 respuestas



Está de acuerdo que las informaciones publicadas en el grupo de Facebook "Los no vacunados" son investigadas rigurosamente antes de su publicación:

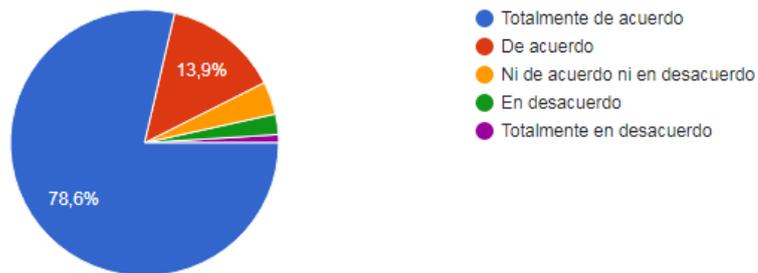
201 respuestas



Considera que el contenido difundido en el grupo de Facebook "Los no vacunados", toman en cuenta información respaldada por Organización Mundial de la Salud (OMS) o de otras entidades de salud:

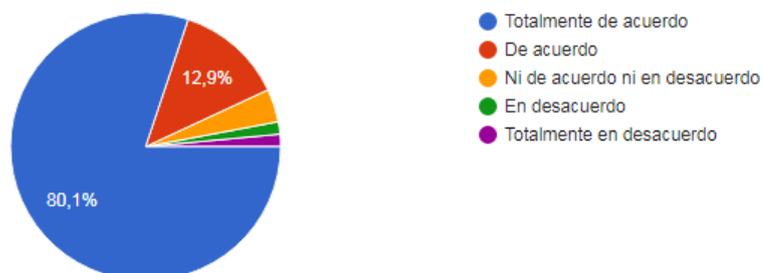


201 respuestas



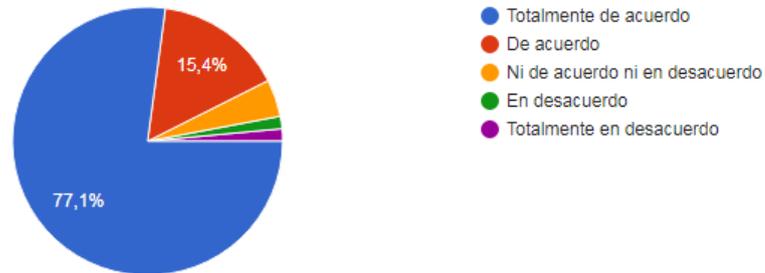
Crees que la información compartida en el grupo de Facebook "Los no vacunados" da a conocer de manera objetiva los hechos actuales de las noticias sobre las vacunas contra la Covid - 19:

201 respuestas



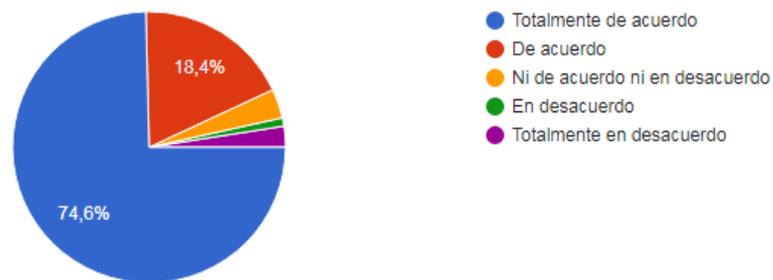
En las publicaciones compartidas del grupo de Facebook "Los no vacunados" se da a conocer de quienes se está hablando:

201 respuestas



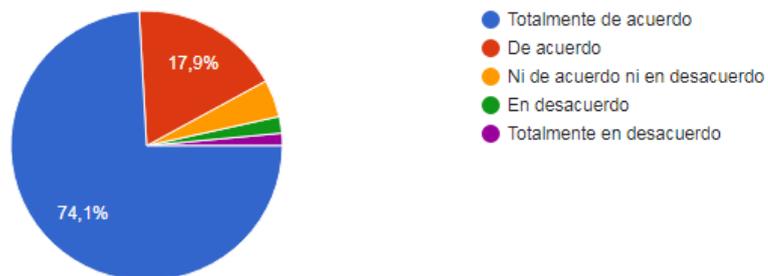
En las informaciones del grupo de Facebook "Los no vacunados" te explican cómo ocurrieron los acontecimientos:

201 respuestas



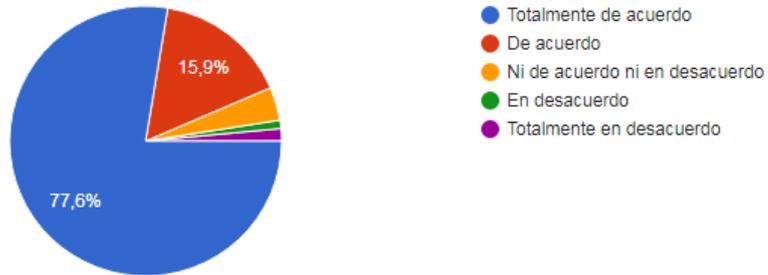
Considera que las informaciones en el grupo de Facebook "Los no vacunados", presentan sucesos ocurridos anteriormente vinculados con el tema presente:

201 respuestas



Considera que la información compartida en el grupo de Facebook “Los no vacunados” es importante para que usted tome la decisión de no vacunarse:

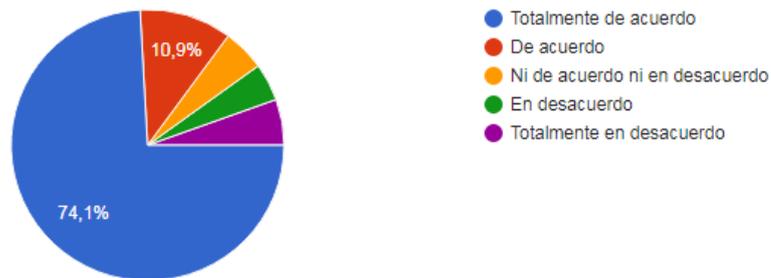
201 respuestas



Usted cree de manera fiel la información brindada por el grupo de Facebook “Los no vacunados”, sin tomar en cuenta los hechos que dieron origen a esa noticia:



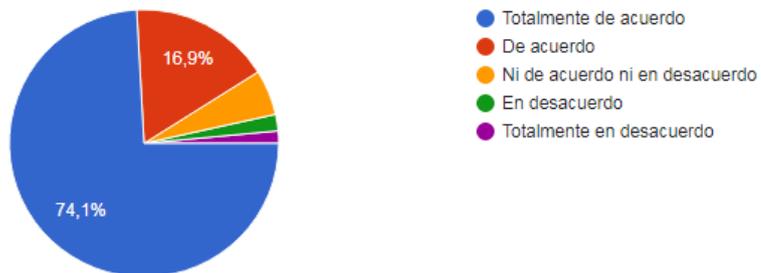
201 respuestas



Está de acuerdo que la información que se da a conocer en el grupo de Facebook “Los no vacunados” es actualizado diariamente:

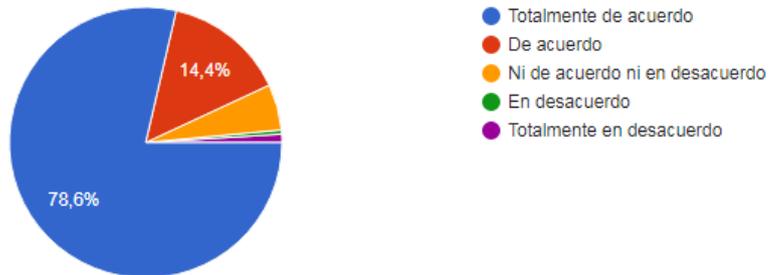


201 respuestas



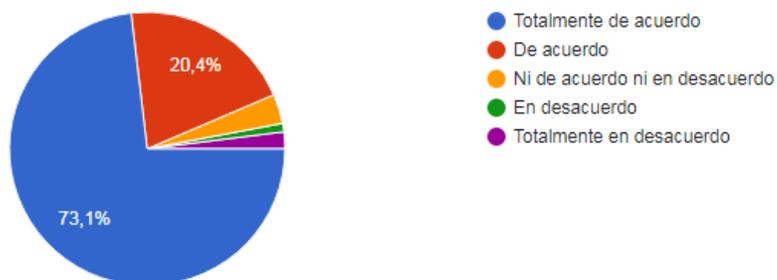
A raíz de la pandemia se visualizó una gran cantidad de grupos como “Los no vacunados” que comparten publicaciones en contra de las vacunas que combaten la Covid – 19:

201 respuestas



Usted busca con frecuencia información sobre las vacunas contra la Covid – 19 en el grupo de Facebook “Los no vacunados”:

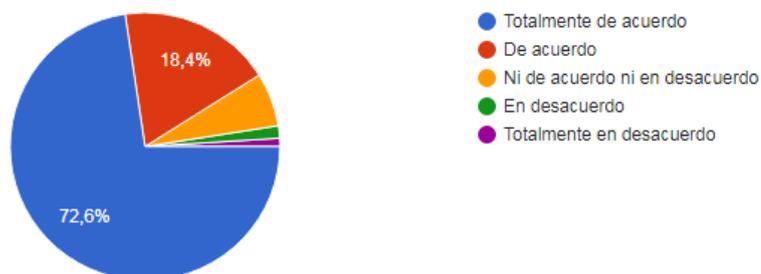
201 respuestas



Usted además de consultar información sobre las vacunas contra la Covid - 19 en el grupo de Facebook “Los no vacunados”, busca la misma información en otros grupos de Facebook o Medios de Comunicación:



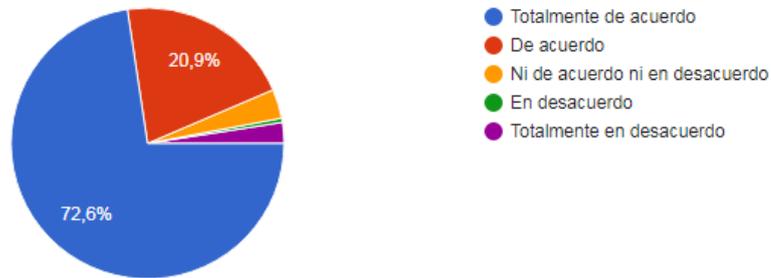
201 respuestas



Considera que la información que se da en el grupo de Facebook "Los no vacunados" tiene una influencia positiva en la sociedad:

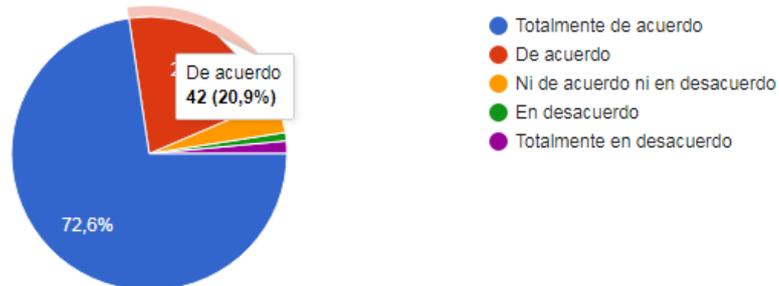


201 respuestas



Considera que la información que se da en el grupo de Facebook "Los no vacunados" es relevante en la sociedad:

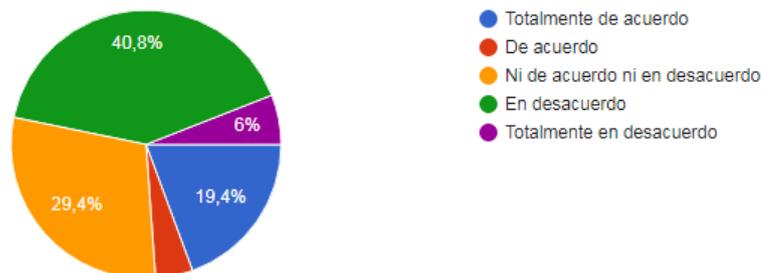
201 respuestas



Considera que las personas que se dejan influenciar por las informaciones del grupo de Facebook "Los no vacunados" son fluctuantes en cuanto a su cambio de opinión:



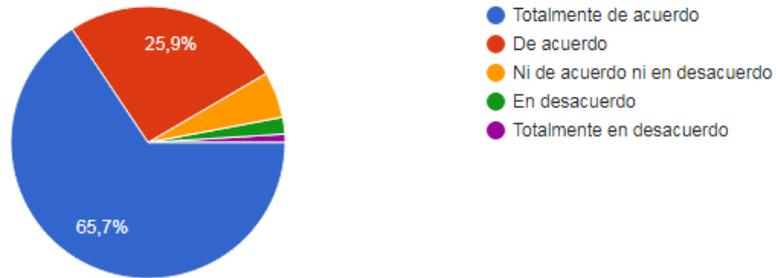
201 respuestas



Considera que la información compartida publicada en el grupo de Facebook "Los no vacunados" se remiten en Medios de Comunicación importantes:



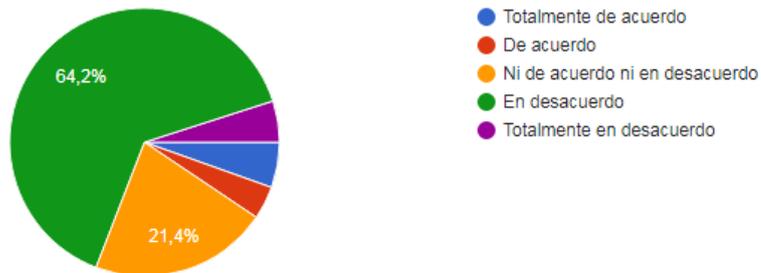
201 respuestas



La mayoría de las personas que creen en la información del grupo de Facebook "Los no vacunados" se basan en sus prejuicios y opiniones:



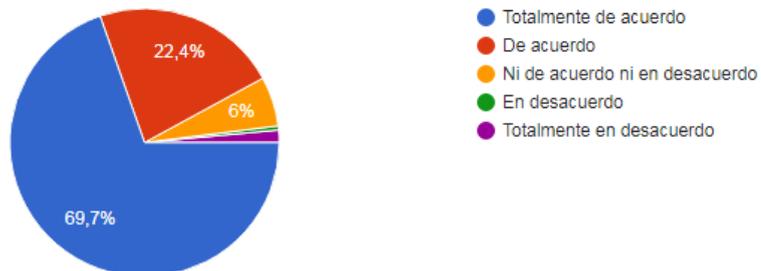
201 respuestas



Considera que el principal valor en la información difundida en grupos de Facebook como "Los no vacunados" es la cercanía emocional que tiene con la sociedad:



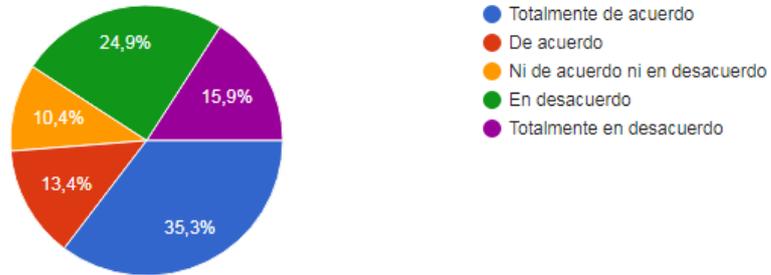
201 respuestas



Considera que la información presentada en el grupo de Facebook "Los no vacunados" solo se limita a difundir los hechos llamativos del día en relación a las vacunas contra la Covid – 19, expresando su propia opinión, queriendo así aproximarse al público:



201 respuestas





**Declaratoria de Originalidad de los Autores**

Nosotros, MARTINEZ HERNANDEZ ISRAEL WALTER, MOSCOSO CHUGDEN CAROLINE EDITH estudiantes de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "RIGOR PERIODÍSTICO DE LAS INFORMACIONES DEL FACEBOOK LOS NO VACUNADOS EN SUS SEGUIDORES. LIMA. 2021", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Firma</b>
MOSCOSO CHUGDEN CAROLINE EDITH <b>DNI:</b> 76351734 <b>ORCID</b> 0000-0002-6996-855-X	Firmado digitalmente por: CEMOSCOSOC el 16-12-2021 17:17:33
MARTINEZ HERNANDEZ ISRAEL WALTER <b>DNI:</b> 73765930 <b>ORCID</b> 0000-0003-2272-3384	Firmado digitalmente por: IMARTINEZHE el 16-12-2021 17:13:22

Código documento Trilce: INV - 0515967