



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Características de los fake news que conforman la posverdad en el
caso de las noticias por Covid-19

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

AUTORAS:

Sucasaca Beltran, Milagros del Pilar (orcid.org/0000-0002-6662-0208)

Vallejo Ramirez, Adeli Jazmin (orcid.org/0000-0001-5552-183X)

ASESOR:

Mg. Baca Cáceres, Diego Alonso (orcid.org/0000-0002-6204-7600)

CO - ASESORA:

Mg. Lisboa Echeverre, Gilsa Carolina (orcid.org/0000-0001-8089-0928)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

Fortalecimiento de la democracia, liderazgo y ciudadanía

TRUJILLO – PERÚ

2022

Dedicatoria

A mis padres quienes día a día lucharon por brindarme estudios, al apoyo de mi esposo por estar conmigo apoyándome y a mi pequeña hija por darme la motivación de salir adelante y cumplir mis sueños para darle una vida mejor.

Adelí Jazmín Vallejo Ramírez

A mis hermanos, a mis padres y sobre todo a mi abuelo en el cielo, sé que estaría orgulloso de ver hasta donde he llegado.

Milagros del Pilar Sucasaca Beltrán

Agradecimiento

Gracias a Dios por permitirme seguir presente y a mi familia por apoyarme en este proyecto, agradecerla a la vida porque cada día me demuestra lo hermosa que es, gracias a mi pequeña familia y a mi hija por motivarme a ser mejor y darlo todo por salir adelante y por el apoyo moral para seguir adelante con mi carrera profesional.

Adelí Jazmín Vallejo Ramírez

Agradecer en primer lugar a Dios por la vida, a mis maestros por haberme instruido académicamente a lo largo de mi etapa universitaria y finalmente a mi familia y amigos por el apoyo y la motivación que día a día me dan.

Milagros del Pilar Sucasaca Beltrán

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Caràtula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
índice de figuras	vi
RESUMEN	viii
ABSTRACT.....	ix
I. INTRODUCCIÓN	10
II. MARCO TEÓRICO	18
III. METODOLOGÍA	32
3.1. Tipo y diseño de investigación	32
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización.....	32
3.3. Escenario de Estudio.....	35
3.4. Participantes.....	36
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	39
3.6. Procedimiento	39
3.7. Rigor Científico.....	39
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	42
V. CONCLUSIONES	56
VI. RECOMENDACIONES.....	67
REFERENCIAS.....	59
ANEXOS	62

ÍNDICE DE TABLA

TABLA 1. INFORMACIÓN FALSA SOBRE SARS-COV-2 EN 2020	36
TABLA 2.NOTICIAS FALSAS DESMENTIDAS POR PORTALES WEB	37

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA N° 1.....	46
FIGURA N° 2.....	47
FIGURA N° 3.....	48
FIGURA N° 4.....	49
FIGURA N° 5.....	50
FIGURA N° 6.....	51
FIGURA N° 7.....	52
FIGURA N° 8.....	53
FIGURA N° 9.....	54
FIGURA N° 10.....	55

RESUMEN

El presente trabajo de investigación habla sobre las características de las fake news que conforman la posverdad en el caso de las noticias por covid 19. Por ello tiene como objetivo general, determinar las características que poseen las fake news que conforman la posverdad en el caso de las noticias sobre Covid - 19 durante el 2020. Así como los objetivos específicos: Identificar el origen de las fake news asociadas a la posverdad en el caso de las noticias sobre Covid - 19 durante el 2020. Clasificar los tipos de fake news asociados a la posverdad en el caso de las noticias sobre Covid - 19 durante el 2020. Analizar los factores internos y externos de la desinformación asociados a la posverdad en el caso de las noticias sobre Covid - 19 durante el 2020, y examinar los componentes de las fake news asociados a la posverdad en el caso de las noticias sobre Covid - 19 durante el 2020.

Por otro lado, para el desarrollo del producto investigativo se optó por emplear un modelo cualitativo, de tipo hermenéutico.

En ese sentido se concluye que las noticias falsas sobre Covid – 19 asociadas a la posverdad, principalmente, se caracterizan por tener en su estructura un titular impactante, que genere emociones en quienes consuman este tipo de informaciones, dándole un mayor énfasis en la indignación, puesto que lo que se quiere es lograr que el receptor desasocie su lado racional por el emocional, causando que la información falsa se difunda masiva y rápidamente.

Palabras clave: Fake news, narrativas de posverdad, Covid-19, redes sociales, twitter.

ABSTRACT

The present research work talks about the characteristics of the fake news that make up the post-truth in the case of the news by covid 19. For this reason, its general objective is to determine the characteristics that the fake news that make up the post-truth have in the case of the news about Covid - 19 during 2020. As well as the specific objectives: Identify the origin of the fake news associated with post-truth in the case of news about Covid - 19 during 2020. Classify the types of fake news associated with the post-truth in the case of news about Covid - 19 during 2020. Analyze the internal and external factors of disinformation associated with post-truth in the case of news about Covid - 19 during 2020, and examine the components of fake news associated with post-truth in the case of the news about Covid - 19 during 2020.

On the other hand, for the development of the research product, it was decided to use a qualitative model, of a hermeneutic type.

In this sense, it is concluded that false news about Covid - 19 associated with post-truth, mainly, is characterized by having in its structure an impressive headline, which generates emotions in those who consume this type of information, giving it greater emphasis on indignation, since what is wanted is to get the receiver to disassociate his rational side with the emotional one, causing the false information to spread massively and quickly.

Keywords: Fake news, post-truth narratives, Covid-19, social networks, twitter.

I. INTRODUCCIÓN

Es una verdad reconocida que el mundo del periodismo es un negocio. Si bien es cierto, tiene como propósito informar de manera objetiva los hechos que ocurren en el mundo, esto no siempre ocurre ya que muchos son los casos en las que la objetividad de las noticias se vio influenciada por intereses personales, dejando su reputación en duda y su credibilidad desprestigiada. Para Martínez (2002), el periodismo es un acto muy sensible, en dónde la falacia más mínima o desviación de la noticia o de la información puede hacer que la confianza entre el medio y el consumidor se pierda (p. 117).

Un ejemplo de cómo es que las corporaciones han recurrido a los medios de difusión para beneficio personal es el famoso caso Odebrecht, de acuerdo con Durán (2018) el conglomerado brasileño hacía arreglos para ganar favores con políticos y funcionarios con el fin de tener conexiones y alianzas, además de “contar siempre con una buena prensa” para emplear un manejo total del entorno nacional e internacional y de esta manera poder perpetuarse sin interrupciones (pp. 57 – 58).

De acuerdo con Lerena (2006), las pequeñas compañías han sido absorbidas por las grandes hasta llegar a los medios de comunicación, esto con el único fin de crear conglomerados silenciosos, es decir que detrás de un medio de comunicación está la influencia de una empresa mayor que los auspicia (p. 77). Básicamente lo que el autor quiere dar a entender es que debido al poder que genera la prensa en la población genera un apuro por manejar tal influencia en pro de su conveniencia. Además de ello, la necesidad de prosperar que tiene un medio de comunicación permite que la alianza con empresas con más notoriedad y recursos económicos sean un hecho y se vean obligados a dejar de lado su objetividad para que sus mayores avales no se vean perjudicados.

Hay algo que se debe tener claro y en cuenta, los medios de comunicación, como todo negocio en el mundo, se maneja con dinero. Existe un gran debate sobre la televisión basura, puesto a que son muchos a los que la sola existencia de este tipo de contenido les importuna, sin embargo, este caso es un claro ejemplo de cómo es que se gestiona el mundo del mass media. Una vez más se citará a Lerena

(2006), él afirma que existe un problema en el mundo periodístico y es que no existen “empresarios de la información, sino de los negocios” (p.73), estas personas se caracterizan por anteponer y priorizar los intereses económicos y resultados empresariales antes que buscar y difundir la verdad. Asimismo, conforme con Larena todo medio de comunicación posee “una doble vertiente de beneficio: el económico y el publicitario – propagandístico” (p. 73), es decir que habitualmente todo medio es una empresa y estas al no destacarse por los beneficios y el concepto de información se convirtió en espectáculo ya que estos son un gran negocio y como ya se mencionó anteriormente, los medios son negocios.

Asimismo, para Alzamora (2021), uno de los problemas que atacan directamente al mundo periodístico es el daño económico de esta industria, ya que las empresas relacionadas a la prensa en muchas ocasiones se han visto presionadas por peticiones de sus anunciantes afectando sus contenidos ya sea en la cobertura de temas relacionados a estos o en la falta de interés por tratarlos, puesto a que aún las organizaciones periodísticas basan sus modelos de negocio en depender exclusivamente en publicidad.

Dicho esto, el periodismo ha ido evolucionando con el paso del tiempo junto con sus nuevas formas de comunicación. Las plataformas digitales se convirtieron en el principal medio de difusión de noticias, esto gracias a la inmediatez con la que la información llega al receptor, además de los diferentes recursos que son usados dentro un espacio periodístico web. Para Albornoz (2007), el gran boom del periodismo 2.0 ocurrió gracias a “la aparición de un nuevo formato que conjuga los distintos lenguajes” (p. 230) es decir, el recurso multimedia y la cobertura en tiempo real ha permitido que hasta la fecha los sitios web sean un centro difusor óptimo para quien desee estar al tanto sobre los hechos que ocurren en el mundo.

La inmediatez es una característica ventajosa para el medio de comunicación en cuestión, sin embargo se debe afirmar que es algo ambiguo. La noticia llega y se propaga casi a la par que el hecho sucede, esto permite que no se hagan las averiguaciones correctas y no se recurra a fuentes oficiales. Existe una competencia acerca de qué medio es el que publica la información primero y esto afecta al consumidor, ya que de esta manera se crea la desinformación y la propagación de la misma.

De acuerdo con McIntyre (2018) las fake news o noticias falsas buscan una reacción a la información que es errónea en su totalidad, ya sea si estas son originadas con fines lucrativos o de poder. Para la autora cualquiera que sea el motivo de su originalidad, puede tener consecuencias nefastas, ya que al ser información falsa promocionada y propagada como verdad hace que quien la consume esté totalmente desinformado (p. 103).

Asimismo, García (2018), afirma que las fake news son creadas por personas interesadas que “inventan de forma consciente una información falsa a la que confieren una apariencia periodística” (p. 47), con un fin ya sea político, ideológico o económico mediante su propagación.

Estas noticias falsas se propagan masivamente gracias a la difusión en medios digitales, lo que genera que se presenten como un problema. Se debe reconocer que los medios tradicionales han perdido vigencia como opciones para informarse y en cambio, las personas optan por las redes sociales como medio informativo. De acuerdo con el Digital News Report, desde el 2015 las personas menores de 35 años prefieren consumir noticias desde Facebook. Esto quiere decir que tanto los medios impresos, la televisión y la radio han perdido esa gran afluencia que los caracterizaba (Fernandez, 2017, p. 68).

Dicho esto, las nuevas tecnologías trajeron consigo una serie de nuevas formas comunicacionales relacionadas a las fake news. El famoso “clickbait” es un neologismo que se traduce como cebo cibernético, es decir que se presenta de manera atractiva con el fin de aumentar la curiosidad de quien lo lee. Este es un recurso muy usado dentro del mundo cibernético, no solo en plataformas multimedia como Youtube, sino también dentro de las redes sociales. Además de ello, el clickbait está ligado a las noticias falsas ya que en la mayoría de casos se recurre a ella para ganar likes. Para Román et al. (2020) introducir y primar dentro del titular información que luego se desmiente, “es deontológicamente criticable y además es un reflejo de la actual lucha por los likes o clickbait en periodismo por encima de la veracidad de la información” (p. 384).

Reforzando la afirmación previa, Shu et al. (2017) fomentan la curiosidad incrementando la posibilidad de que el lector en cuestión haga clic en la información

por la cual fue atraído. Sin embargo, esta modalidad cibernética tiene un trasfondo de interés económico puesto a que se genere ingresos por publicidad de acuerdo a la medición de la tasa de clics. El autor expresa y afirma que si bien no todas las noticias falsas tienen titulares de clickbait, estas pueden resultar muy beneficiosos al momento de la identificación de fake news dentro de los medios digitales.

Por otro lado, Renda (2018), afirma que el propósito de las noticias falsas es generar confusión entre los usuarios gracias a la creación de "una capa gruesa de ruido" (p. 13). Lo cual genera que el desentendimiento y la mezcla de información creen confusión con el fin de poder descomponer situaciones molestas en defensa del status quo o tratar de manipular las ideologías políticas de manera subliminal desde hechos noticiosos.

Agregado a ello, Backer (2019) asegura que las fake news resultan ser tácticas con fines propagandísticos, ya que explotan las debilidades psicológicas de cada persona y aprovechan la afluencia del uso de las redes sociales como medios informativos para poder ser adoptados en la era de la posverdad. Esto quiere decir que es una nueva forma o método para el desarrollo de estas tácticas dentro de la era de la posverdad.

Si bien es cierto, las nuevas tecnologías han permitido que tanto las fake news como la posverdad se masifiquen de manera abismal. Lo cierto es que la posverdad no es un término nuevo. De acuerdo con la Real Academia Española, la posverdad es la alteración premeditada de la realidad, ya que manipula las creencias y emociones de las personas con el objetivo de terciar en la opinión y actitudes de la sociedad. Para reforzar el argumento, Pérez (2018) afirma que la objetividad de los acontecimientos paulatinamente está perdiendo importancia "ante discursos que introducen una buena dosis de idealidad o de falta de realidad y de manipulación" (p. 3). Además, asegura que el discurso va reforzado por indicios y apelaciones emocionales, ideologías y/o políticas.

Un diferente punto de vista lo tiene Haidar (2018) ya que para él el desinterés por descubrir la veracidad de los sucesos es mera culpa del sujeto, ya que están estancados en mecanismos persuasivos conectados a las emociones y redes sociales. Para el autor, la posverdad gana la batalla contra la verdad, ya que se

plantean dos problemas ante esta situación, siendo el raciocinio desplazado, como principal aspecto objetivo para la selección de información, por la emoción y la subjetividad.

Para contextualizar ambas premisas, acorde a la actualidad, es necesario hablar de la pandemia, la cual hasta la fecha preocupa y está presente en el mundo. Durante el 2020 en los principales medios de comunicación se compartieron informaciones de todo tipo sobre este tema. En España el portal web Maldita.pe recopilaba alrededor de 500 bulos por día ya que habilitaron espacios abiertos para ayudar a alertar a los demás ciudadanos sobre el coronavirus, pues su finalidad era verificar la información compartida dentro del mundo online tales como Facebook, Twitter, Youtube o WhatsApp. Además de proporcionar instrumentos adecuados y necesarios para la obtención de datos para que sean contrastados de acuerdo a los eventos diarios ocurridos en ese entonces, sobre todo y con mayor notoriedad sobre la pandemia. Uno de los casos que más notoriedad dentro de esta plataforma fue el de la supuesta cura para el covid - 19 a base de clorito de sodio o el de las gárgaras con vinagre, agua tibia y sal prevenía el contagio de virus. Otra de las denuncias expuestas en dicha web fueron las noticias falsas en las cuales se afirmaba que la vacuna contra el coronavirus estaba hecha a base de fetos abortados, que una lámpara ultravioleta liquidaba al covid o aquella vez en la que muchos ciudadanos creyeron que la OMS había alertado la propagación del virus Nipah. Esta información corresponde exclusivamente a territorio español, puesto a que fue en este lugar en donde los bulos fueron difundidos masivamente (Villa, 2020, p. 170).

Entonces, con esta información se puede deducir que es gracias a la posverdad que las fake news llegan a tener un éxito tan significativo en la sociedad. Además de ello, los medios digitales, en este caso redes sociales, también tienen parte de autoría en esta masificación de noticias falsas. Leonardo Murolo (2019) citado por Becker (2019) sostiene que la posverdad es un referente previo para la aparición y surgimiento de las noticias falsas.

Sin embargo, España no fue el único país que pasó por los estragos de la Covid. En Perú muchas fueron las situaciones en las cuales las emociones prevalecieron

a la razón y la divulgación de la información falsa se convirtió en “real” para los peruanos, inclusive si carecían de lógica científica.

Montoya (2020) hace mención a lo publicado por RPP en marzo del 2020, la publicación afirma que durante la pandemia se hicieron muy virales estas noticias con contenido engañoso y que por donde fueron más compartidas fueron mediante Facebook y WhatsApp.

Oros (2020) recuerda algunas situaciones en donde los bulos y la posverdad llegaron muy lejos durante los tiempos de confinamiento y pandemia en el Perú: aquella noticia sobre la quema de murciélagos en Cajamarca como método de prevención, las antenas 5G que expanden el covid - 19 y el fallecimiento de una ciudadana arequipeña “por asfixia causada al elaborar un sauna casero con eucalipto” (p. 5).

Todas estas acciones se causaron a base de noticias falsas compartidas por diferentes medios, sobre todo los digitales, evidenciando la capacidad de influencia del mass media en la ciudadanía, aún más cuando estos se dejan llevar por sus emociones al momento de seleccionar las noticias sin confirmar su veracidad y lógica.

Por tal motivo el presente trabajo de investigación tiene como objetivo general: Determinar la manera en que los fake news se relacionan con las narrativas de posverdad en el caso de las noticias sobre la Covid - 19 durante el 2020. Asimismo, se hizo una pregunta de investigación: ¿Qué características poseen los fake news que conforman la posverdad en el caso de las noticias sobre Covid - 19 durante el 2020?. Además de ello, se formuló las siguientes preguntas específicas: ¿Cómo se puede identificar el origen de las fake news asociadas a la posverdad en el caso de las noticias sobre Covid - 19 durante el 2020? ¿Qué tipos de fake news se asocian a la posverdad en el caso de las noticias sobre Covid - 19 durante el 2020? ¿Qué factores internos y externos de la desinformación se asocian a la posverdad en el caso de las noticias sobre Covid - 19 durante el 2020? ¿Cómo los componentes de las fake news se asocian a la posverdad en el caso de las noticias sobre Covid - 19 durante el 2020?.

También se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características que poseen las fake news que conforman la posverdad en el caso de las noticias sobre Covid - 19 durante el 2020. Así como los objetivos específicos: Identificar el origen de las fake news asociadas a la posverdad en el caso de las noticias sobre Covid - 19 durante el 2020. Clasificar los tipos de fake news asociados a la posverdad en el caso de las noticias sobre Covid - 19 durante el 2020. Analizar los factores internos y externos de la desinformación asociados a la posverdad en el caso de las noticias sobre Covid - 19 durante el 2020. Examinar los componentes de las fake news asociados a la posverdad en el caso de las noticias sobre Covid - 19 durante el 2020.

Como hipótesis general se planteó: las fake news que conforman la posverdad sobre las noticias de Covid - 19 durante el 2020, fueron elaboradas a partir de intereses políticos, económicos y culturales.

Por tanto, la presente investigación se justifica por el aporte que brinda sobre los conocimientos acerca de las características que poseen los fake news que conforman la posverdad frente a las noticias sobre Covid-19. Puesto a que como refiere Morales (2018) se debe dar importancia al análisis de la posverdad y las noticias falsas frente a las nuevas formas comunicacionales digitales. Siendo los más recurrentes, de acuerdo con Mula et al (2022), las fake news y el Covid - 19. De esta manera, este trabajo investigativo proporciona al campo de la comunicación social y periodística un análisis de la relación entre ambos términos y cuáles son las características más relevantes y significativas que se presentan en las noticias referentes al coronavirus, convirtiéndose en un referente de información para próximas investigaciones.

Dicho esto, la investigación cuenta con un enfoque cualitativo, ya que busca indagar de manera documental a través de la técnica de observación, las características que poseen los fake news y que conforman la posverdad en el caso de las noticias sobre la covid - 19 durante el 2020. Asimismo, los instrumentos y técnicas podrán ser utilizados como un antecedente referente para quienes ejecuten futuras investigaciones en el campo de la comunicación social, periodismo y de las ciencias sociales.

Por otro lado, puede aportar información a los comunicadores sociales, periodistas y científicos sociales que estén interesados en las formas comunicacionales modernas y el comportamiento humano frente a estas mismas. Además de ello, el trabajo de investigación presenta información sobre el proceso de selección de noticias dentro de las redes sociales.

II. MARCO TEÓRICO

En esta sección de la investigación se busca presentar los antecedentes internacionales, nacionales y locales a fin de servir como respaldo para la presente. Del mismo modo, se muestran las bases teóricas, las cuales constan de conceptos teóricos acerca de las variables con el objetivo de asistir al entendimiento del presente producto de investigación.

En el sumario de los antecedentes internacionales se cita a:

Rubio (2018), en el trabajo titulado “Los Efectos de la Posverdad en la Democracia”, manifestó a las fake news como reflejo del auge de la propaganda y la bajada en la credibilidad de los medios de comunicación que presentaban ciertas peculiaridades respecto a otro contenido que circulaba en las redes, pero es precisamente el hecho de circular por las redes lo que conviene un contenido de propaganda tradicional en fake news. Utilizó una metodología de enfoque cualitativo. Asimismo, se halló que los resultados transformaron la tecnología de manera revolucionaria, la comunicación, e impactaron de manera imprescindible en las relaciones económicas, industriales y sociales.

Guamán (2021), en su trabajo titulado “Protesta Social en la Época de la Posverdad: Análisis de las Fake News en la red social Facebook durante las protestas de Ecuador del 3 al 13 de octubre”, explicó que las noticias falsas son un fenómeno de la era de las redes sociales y el internet, su concepción se remitió a la noción de posverdad que, según el diccionario de Oxford, es aquella circunstancia en que los hechos objetivos influyen menos en la formación de la opinión pública que los llamamientos a la emoción ya a la creación de personal”.

Este concepto fue asemejado al fenómeno llamado sensacionalismo, que ocurría en los medios tradicionales. Dicho estudio utilizó una metodología cualitativa como acercamiento al fenómeno de las fake news y la posverdad.

Fernández (2020), en su trabajo titulado “La narrativa como discurso, la credibilidad como condición: arte, política y medios”, tesis para obtener el grado doctoral en la Universidad de Salamanca. Análisis los campos de las artes visuales, la cultura, la política y los medios. La presente investigación fue teórica y práctica profesional. Él

ha traído consigo una sociedad cada vez más compleja y más contradictoria, la progresiva interrogación se basa en que el consumo en la sociedad ha creado que las comunicaciones sean el internet y los medios sociales y con ellos los conceptos modernistas como verdad, mentira, veracidad o falsedad han quedado seriamente en entredicho.

En el sumario de los antecedentes nacionales se cita a:

Vásquez (2020), en el trabajo titulado “Herramientas digitales para detectar la desinformación en tiempo de coronavirus”, para obtener el grado de bachiller en comunicación y periodismo. Detalla que, en cierto modo, en la actualidad el coronavirus no es único problema al que nos enfrentamos en la sociedad, pues hay harta duda que se ha incrementado en estos tiempos de pandemia que son las noticias falsas, a pesar de que no es un tema nuevo en los medios, en especial el mundo de la digitalización y lo virtual, ha perjudicado la capacidad que tiene la desinformación para extenderse fácilmente en las redes sociales. La presente investigación fue recopilada por varios medios. Como resultado a raíz de la investigación tanto en el marco teórico como el análisis, se pudo concluir que la verificación de datos y el fact checking es una principal herramienta para detectar la desinformación.

Honores (2016) en su investigación “Libertad de expresión en internet: Informaciones falsas que generan polémica en las redes sociales” tuvieron como objetivo analizar e identificar el tránsito de informaciones falsas en las redes sociales, Twitter y Facebook. También, planteó el uso de ciertos criterios o herramientas para poder discriminar la información falsa de la verídica. El trabajo de investigación realizó un estudio de tipo cualitativo de datos, extraídos directamente de las plataformas de Facebook y Twitter. También se recolectó una encuesta, una entrevista y un análisis de los casos más emblemáticos en el marco de las noticias falsas. el autor llega a concluir que la causa del fenómeno de las noticias falsas, el usuario siempre de lanzar en varios puntos que son la causa del fenómeno de las noticias falsas, entre ellos: el usuario siempre emitirá un juicio frente a una noticia, las noticias falsas un juicio frente a una noticia que se presenta en diferentes formatos de multimedia, quiere decir que el peruano promedio no

posee un conocimiento para que no sea engañado de las informaciones o noticias falsas que manipulan las redes sociales.

Vásquez (2020), en su trabajo titulado “Herramientas digitales para detectar la desinformación en tiempo de coronavirus” de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, para obtener el grado de bachiller en comunicación y periodismo, afirmó que si bien la validación de hechos es producto del trabajo de un periodista profesional o de una persona que tenga conocimientos académicos de esta rama de comunicaciones, también existen algunos protocolos para que los lectores o ciudadanos puedan identificar cuando están frente a una noticia falsa. La presente investigación utilizó la metodología recopilada por varios medios. Como resultado, se encontró que la información que abundó en las redes sociales ha ido creciendo año tras año el cual se ha convertido en una red gigantesca de desinformación.

En el sumario de los antecedentes locales se cita a:

Espinoza y Villegas (2021), en su investigación “COVID - 19 T Facebook: Impacto de las Fake News en las Madres del distrito el Porvenir - Trujillo”, explican que las noticias falsas se han vuelto un problema para la comunidad actual, pues ha llevado a tener dadas y malas interpretaciones por parte de los usuarios que consumen la información y en medio de la pandemia del COVID- 19 se presentó con mayor dificultad y una propagación inmediata que se convierte en viral y trae consigo consecuencias. Se abordó un enfoque cualitativo, con la elaboración de un trabajo y correcto desarrollo para cumplir con los objetivos. Llegó a la conclusión que el impacto negativo fue a partir de la difusión de las fake news sobre covid-19 en la red social de Facebook.

Rosso (2020), su investigación titulada “Manejo de los contenidos informativos sobre el covid-19 difundidos en la Fanpage de Ozono y Noticias Trujillo,2020”. Manifiesta que en la ciudad de Trujillo una gran parte de medios digitales, especialmente los medios tradicionales, tuvieron que adaptarse a los cambios tecnológicos de hoy en día, esta recolección importante va permitir analizar la información periodística de salud de las redes sociales. En la presente investigación se utilizó un enfoque positivista con el diseño descriptivo comparativo. La teoría de la comunicación en salud es fundamental en la comprensión de los

comportamientos de los ciudadanos ante este riesgo sanitario y cómo los afecta la desinformación o noticias falsas.

Para poder hablar sobre las características que se presentan en las noticias falsas que conforman posverdad, es necesario entender un concepto básico sobre lo que es el periodismo pues este viene cumpliendo un rol muy importante dentro de la sociedad desde largo tiempo atrás. Según la definición que la Real Academia de la Lengua Española (RAE) le da al periodismo, es la obtención y régimen que se le da a la noticia, ya sea de manera escrita, gráfica o visual. Sinche (2016) entiende este concepto como la diversificación de la acción periodística a pesar del tiempo y las nuevas tecnologías.

De acuerdo a su artículo titulado “Las clases de periodismo”, el periodismo se divide en 3 tipos siendo el primero el periodismo informativo, el cual tiene como característica ser objetivo, pues al emplear una opinión, se comparte la noticia con un único fin de informar sobre la actualidad. Además de ser próximo y trascendental. En su estilo de escritura se diferencia por usar la tercera persona.

En cuanto a los géneros que maneja están la agenda, nota informativa y reseña:

La agenda, es un breve recopilado acerca de las diferentes actividades sociales, económicas culturales o deportivas que se llevarán a cabo durante una determinada fecha con el objetivo de invitar a todo aquel al que le haya llegado el mensaje.

La nota informativa, presenta datos de forma precisa, exacta y novedosa. Además de responder a las 5W: What?, Who?, When?, Where y Why? (en español ¿Qué? ¿Quién? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Por qué?). Al ser un género del periodismo de información, se distingue por escribirse en tercera persona e imparcial.

La segunda tipología periodística es el periodismo interpretativo, de acuerdo con Glijelmo (2008), afirma que el periodista analiza los hechos ocurridos en un lapsus de tiempo reciente y trata de explicarlos dándole información más amplia y contextualizando la información. Tiene como principal cualidad, la profundidad y la extensión, es por ello que aplica la fórmula de las 5W+H.

Los géneros representativos del periodismo de interpretación son la crónica, el reportaje y la entrevista:

La crónica cuenta los hechos de manera cronológica, de ahí el nombre, es decir que la información se narra con un principio y fin, haciendo uso de la línea de tiempo como recurso característico. De igual manera recurre a la experiencia del periodista como herramienta exclusiva y diferencial (Martín,1997).

El reportaje es uno de los géneros más diversos, pues se basa en transmitir la noticia de forma más analítica y detallada. Aquí el reportero puede exponer las ideas que tiene, pues le da un enfoque y una postura sin la necesidad de expresar su opinión. Es extenso en todo sentido (ya sea si es difundida por TV o prensa), ya que usa recursos como entrevistas, documentos, gráficos, etc. Su estilo no tiene un tiempo ni género establecido (Martín,1997).

La entrevista le da una perspectiva diferente, además de profunda sobre un personaje en cuestión. Como requisito, el entrevistador debe estar preparado y ser conocedor del tema y del personaje. Es crucial especificar que quien debe guiar la entrevista es quien la hace y no al que se le hace (Hildebrandt, 1981).

En cuanto al tercer tipo, existe el periodismo de opinión el cual, según Grijelmo (2008), se define como la expresión de la ideología de un medio de comunicación dentro de un formato en sí, es decir que dentro de los productos periodísticos de un medio en específico existe una ideología, la cual se evidencia cuando se recurre al uso de sus géneros. Tiene como característica el uso de tecnicismos y su especializado análisis. Dentro de sus géneros están las cartas de los lectores, la crítica cultural, la editorial, la caricatura y la famosa columna de opinión:

Cartas de los lectores se refiere a las cartas que los lectores enviaban al medio con el fin de permitirles la participación y generar un feedback. En la actualidad se ejecuta mediante correos electrónicos o las reacciones e interacciones del público en las redes sociales.

Agregado a ello, encontramos la crítica cultural ya que está más relacionada a las manifestaciones del arte, ya sean libros, exposiciones, películas, discos, obras de teatro, conciertos, entre otras; se analiza y se critica estos productos ya que ofrece una visión más diversa sobre lo que debe consumir o no.

De acuerdo con Santamaría (1990) la editorial es la explicación de la posición ideológica, social, económica y periodística de un medio de comunicación. Busca influir, a través del análisis, en las decisiones económicas, sociales y políticas del lector. Tiene como esquema “la presentación de los hechos, opiniones y propuestas” (p. 147)

La caricatura busca hacer una crítica a través del dibujo; según Pasteca (1968) la caricatura es sarcástica y se combina con la ironía. Trata de temas de coyuntura.

La columna de opinión, tiene como función analizar y opinar sobre un tema de coyuntura, además, este género trata de orientar al lector sobre el tema. Se diferencia por escribirse en primera persona, plural y tiene un esquema que inicia por la presentación de hechos, opiniones y finaliza con las propuestas (Morán, 1988)

Otra definición que se le da al periodismo es la de Kovach y Rosenstiel (2012), ya que para ellos, es un medio creado a fin de poder proporcionar información necesaria a las masas. Asimismo, se afirma que el periodismo es de gran importancia tanto en la calidad de vida, como en el pensamiento y la cultura.

Los mismos autores aseguran que uno de los propósitos del periodismo es precisamente la proporción de información para darle la libertad de ser lo suficientemente capaz para regirse a sí mismo.

En esa línea, se debe ser leal a ciertos elementos para crear un ser “autónomo”: siendo el primero, la verdad, pues como es sabido, el periodismo está para servir a los ciudadanos en cuanto a información veraz se refiere. Sin embargo, es preciso decir que han existido casos en los que esto no se ha dado del todo.

El segundo va de la mano con el anterior, pues la lealtad a la sociedad es un elemento que debe estar siempre presente dentro del periodismo; es preciso traer a colación esa frase muy famosa del periodista e historiador Thomas Babington Macaulay acerca de que “el periodismo es el cuarto poder del Estado”, pues es sabido que el Estado vela y sirve al ciudadano.

La necesidad de la verificación de la información es uno de los pilares más fundamentales del ejercicio periodístico, pues esta acción permite que no se difunda información falsa o malintencionada. Por otro lado, la objetividad al momento de comunicar es un fundamento que es requerido, pues de esta manera se transmite la noticia tal y como es, sin connotaciones. Muy ligado a ello, está la independencia del poder, ya que en muchas ocasiones diferentes intereses corrompen la información y la transforman en una donde estos mismos salgan beneficiados. En cuanto al feedback por parte del receptor, se encuentra dentro de las redes sociales, ya que en los últimos años se ha visto una clara evolución del periodismo al mundo online. Por último, se requiere que los datos compartidos sean exhaustivos y proporcionados.

Por otro lado, la aparición del periodismo 2.0 se generó gracias a la globalización de la información, llegó junto con la masificación del internet como necesidad frente todo aspecto cotidiano y profesional.

Es sabido que el periodismo ha ido en constante cambio y evolución gracias a las nuevas tecnologías. Muchos son los medios que operan de manera digital y han dejado de lado sus formatos en los medios tradicionales.

Vidaurre (2001), comenta sobre la migración hacia el mundo online; él cita a Esteve Ramírez, definiendo el periodismo digital como los productos periodísticos que son distribuidos por cualquier aparato electrónico y que permite una respuesta por parte del receptor. Además de ello, afirmó que gracias al internet se había creado un ambiente adecuado para el desarrollo de la prensa, pues los diversos recursos con los que cuenta, permite que la información compartida sea completa.

Por otro lado, Salaverría (2019) diferencia dos términos relacionados al tema. El autor trae a colación uno nuevo, el “ciberperiodismo”, y lo define como “la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos”(p. 21), para él esta palabra es la más adecuada para identificar al periodismo en el mundo en línea. Lo diferencia de la propia expresión “periodismo digital” ya que para él hay una sutil diferencia pues esta engloba no solo a los medios que recurren a formatos digitales, sino también a la televisión digital y la radio digital, ya que si bien es cierto es raro que se considere como un ciberperiodismo, es sin duda alguna un recurso periodístico.

En esta línea es sabido que las redes sociales han venido ejerciendo una función como medio de comunicación, por ello García y Castro (2018) afirman que las redes sociales han ayudado en la creación de nuevas formas de ejercer el periodismo, lo que, por consiguiente, produjo un sinfín de estilos de narrativa multimedia. Asimismo, es preciso tener en cuenta que el periodista debe ir en una renovación constante y exponencial para ir acorde a estos nuevos estilos y formatos en el mundo periodístico online.

Pedrizca (2018) explica que este nuevo canal se usa a fin de poder difundir contenido periodístico con fuentes que no son naturales de este medio. Además de ello, las redes sociales permiten que los usuarios puedan compartir contenidos hechos de diferente naturaleza.

Una vez definidos estos puntos, es preciso enfocarse en las fake news, Fernández-García (2019), explica a las noticias falsas como un término totalmente internacionalizado y aceptado como un fenómeno no reciente; sin embargo, las redes sociales le han dado esa herramienta necesaria para poder masificarse. Asimismo, parte del decreciente interés del usuario en verificar la veracidad de la noticia es precisamente por la “pérdida de centralidad de la fuente y la posibilidad de viralización” (p. 32)

Es necesario tener en cuenta que son estas las posibles razones por las cuales la

difusión de las fake news han llegado hasta este punto.

Otra definición es la que dan Tandoc, Wei y Ling (2017), pues de acuerdo con ellos, son datos compartidos no auténticas en cuanto a la veracidad de las mismas, falsifican la información llevando al engaño al receptor de manera que venden un hecho como verídico.

De acuerdo con estos autores, tras una revisión literaria sobre este término, se estableció ciertas especies en cuanto a las narrativas de la redacción de las noticias falsas: “sátiras, parodias de noticias, noticias fabricadas, fotos manipuladas, publicidad y relaciones públicas y, por último, la propaganda” (p. 33)

En cuanto al origen de las noticias falsas, Amorós (2018) explica que quienes crean noticias falsas, son personas con un interés detrás, puesto que actúan de manera consciente al momento de darle una apariencia periodística a la información falsa, logrando de esta manera su propagación.

Para este autor las fake news se pueden originar por los medios de comunicación ya que son un conjunto de interacciones sociales verbales y no verbales ayudados por herramientas técnicas a fin de reproducirse masivamente en la sociedad. (Luhmann, 2007). Lo cual tiene mucho sentido, pues requieren de ciertas tecnologías para poder transmitir la información a una audiencia amplia.

Asimismo, los amigos o las personas dentro del círculo social – sobre todo en redes sociales- tienen un pensamiento parecido, en cuanto a sus creencias, gustos, ideologías, etc; todo esto refleja que es a través de estos medios por los cuales se comparten noticias falsas que van acorde a las ideas del grupo en cuestión, pues al verse influenciados por estas, se convierten en información verídica.

También explica que la publicidad va de la mano de los medios masivos, no puede existir si esta herramienta no funciona; es gracias a los medios de comunicación que se puede hacer promoción a diferentes bienes o servicios del mercado. Sabiendo que, en los conceptos sociológicos de la sociedad del consumo, los mass media cumplen el papel de “constructores de la realidad”, generan un aumento de la demanda (Goloviano, 2014).

De la misma forma se cree que las empresas juegan un papel en cuanto al nacimiento de este nuevo fenómeno periodístico, pues los famosos bots son programas tecnológicos usados en empresas para acelerar la efectividad de la comunicación, sobre todo en redes sociales. Aproximadamente, estos bots, difunden de manera automática el 20% de la información falsa existente en las principales redes sociales del mundo. De acuerdo a una investigación hecha en las universidades de California e Indiana (Estados Unidos) la plataforma de Twitter contiene 48 millones de usuarios bots (Amorós, 2018).

Por último se hace mención a los partidos políticos, lobbies, grupos ideológicos, dejando en claro que las fake news se basan en la difusión de información falsa, existen ciertos grupos que aprovechan esto y lo utilizan a fin de manipular a la opinión pública (Amorós, 2018).

Según Amorós (2018) existen siete tipos de desinformación en las fake news:

Para el autor, las noticias parodia son aquellas noticias que contienen titulares humorísticos, los cuales basan su invención en generar diversión. En cambio las noticias engañosas, tal y como su propio nombre lo dice, tratan de engañar con información haciendo creer algo que no es a quien se informa a fin de perjudicar a un personaje en específico. En cuanto a las noticias impostoras, son aquellas que acusan a un individuo de haber hecho algo que nunca hizo. también están las noticias fabricadas que crean hechos totalmente falsos con un único objetivo: perjudicar a alguien. Las noticias falsamente conectadas generan supuestas conexiones entre hechos diferentes cuando la realidad es distinta. Por otra parte están las noticias con contexto falso son todos los datos sacados de contexto para poder generar nuevas noticias falsas. Finalmente tenemos las noticias manipuladas con informaciones tergiversadas a propósito a fin de crear falacias sobre el tema.

Por otro lado, las noticias falsas presentan ciertos intereses externos que influyen en la fabricación de este tipo de información, tales como el aspecto económico, ya que “buscan lucrar y les da lo mismo el daño que su noticia falsa ocasione en la sociedad” (p. 39). Cuentas (2020) menciona, a través de un caso, cómo es que el

poder económico es generador de noticias falsas: The National Report es uno de los sitios web de fake news más famosos del internet, a pesar de ello se vende como un sitio confiable en cuanto a fuentes se refiere, han logrado generar en cuanto a ganancias alrededor de 10, 000 dólares con una sola noticia falsa.

Del mismo modo no es un secreto que dentro del juego político está el desacreditar al contrincante, dentro de la política se recurre mucho a esta modalidad ya que se permite manipular al ciudadano mediante información falsa desacreditadora.

El autor también hace mención a la publicidad, pues las noticias falsas compartidas en redes sociales tienen un aspecto que juega a su favor y ese es la inmediatez de su publicación. “Esto genera mucho tráfico hacia ciertos medios sensacionalistas, que lo transforman en dinero a través de la publicidad”. (Cuentas, 2020, p. 40)

Finalmente se considera el causar daño como un interés externo, ya que se basa en querer perjudicar la reputación de un individuo, trayendo consigo diferentes repercusiones y efectos que lo dañarían (Fernández, 2018).

Por otro lado, se consideraron como intereses internos la desconfianza en las fuentes oficiales, puesto que el periodismo ha revelado ser fuente de desinformación, así como de información, por tal motivo los ciudadanos cada día desconfían de quienes se supone velan por mostrar la verdad de manera objetiva.

Asimismo, las noticias falsas presentan como componentes el titular impactante ya que “la gente deja de leer después del titular y los dos primeros párrafos, así que, si estos suenan como noticias legítimas, puedes hacer lo que quieras con el final de la historia, hasta volverla ridícula” (p. 43)

Otro componente es la información basada en una revelación que afirma o indigna, pues en definitiva, las fake news que son mayormente difundidas son aquellas que se asemejan a lo que ya se tenía pensado, sea cual sea la información detallada, siempre se compartirá pues se busca la aceptación del grupo social.

La apariencia legítima y confiable es otro de los componentes de las fake news, ya que es difícil identificar aquella noticia que está enmascarada como una verídica, es por ello que la fórmula factible y confiable de la información falsa es precisamente el camuflaje de la mentira en la verdad.

Un término muy ligado y hasta a veces confundido con las fake news es la posverdad, Fowks (2018) cita al diccionario de Oxford, el cual la define como una influencia en las masas basados en las emociones y los sentimientos de estos a fin de que sean estos quienes se prioricen al momento de aceptar una información como verídica.

Lomelí (2019) tiene una definición muy similar a la anterior, ya que afirma que es la imposibilidad de encontrar la verdad por falta de información sobre la misma, lo que termina generando que la opinión pública opte por interpretarla como veraz ya que se asemeja a sus emociones. La autora determinó dos factores que facilitan la desinformación y la creación de posverdad, siendo el primero, los generadores no profesionales de noticias de acuerdo a ella, estos pueden ser miembros de grupos de interés en específico, o en otros casos puede darse a través de un ciudadano común y corriente que quiera evidenciar un hecho desde su perspectiva. Del mismo modo, como segundo factor de posverdad está la inmediatez como valor periodístico, líneas arriba se explicó acerca de cómo es que la velocidad de la publicación de las noticias genera la difusión de noticias falsas y con falta de información.

Para la difusión de la información se optó por dividir los medios de comunicación en medios sociales, los cuales son todo lo que tiene que ver con las redes sociales. Gracias a la gran repercusión de las nuevas tecnologías, el periodismo también se ha visto influenciado por el poder de las redes sociales; y los medios tradicionales, comprende a los medios de comunicación que han existido antes de la migración al mundo online siendo estos la Televisión, Radio y Prensa.

Según Fowks (2018), las manifestaciones más comunes en los procesos de posverdad son lo que generan la manipulación y la desinformación en los medios

de comunicación, para ella se pueden encontrar como: divulgación de mentiras, construcción de noticias con verdades a medias. tergiversación de un hecho o documento, montajes fotográficos, edición fraudulenta de audios, puestas en escena falsas o simulación por parte de las fuentes de información.

Fowks menciona a Claire Wardle, quien es experta en el contenido generado por el usuario y desinformación, pues afirma que el término “noticias falsas” no debería ser usado, puesto que no abarca el total de la información contaminada, por ello, describe 9 modalidades que luego Fowks tildaría como “potenciales mecanismo de la posverdad”.

Siendo estos, los sitios web creados con el objetivo de compartir la desinformación de manera deliberada y despreocupada. Posts inexactos en redes sociales, aquellos que son compartidos en Facebook, Twitter, entre otros, la información incorrecta compartida en aplicaciones cerradas de mensajería, los mensajes visuales en medios sociales y en aplicaciones de mensajería cerrada, estos pueden ser memes, videos, visualizaciones manipuladas de información o fabricación de esta última, la información inexacta publicada vía “post oscuros” en redes sociales con actualizaciones en microaudiencias. texto, imagen y video como resultados en plataformas de búsqueda, los comentarios o contenidos inexactos publicados en sitios de evaluación, las firmas falsas en peticiones online y los eventos creados en internet para el mundo offline, un ejemplo son la creación de eventos en Facebook a fin de reunir a un grupo de personas con el objetivo de protestar en las calles por alguna disconformidad.

otro lado, es preciso hablar del otro término que ha florecido en estos últimos años. La infodemia, de acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), se define como la difusión de información de manera veloz a través de medios de comunicación digitales y conectados a internet, no es importante si es que son datos poco confiables, rumores o chismes. Según la OMS, esta epidemia de información puede generar una resistencia a la adopción de medidas públicas que van en pro del control de infecciones, haciendo así que el proceso se retrase. Es decir que la abundancia de información, incluida la de dudosa procedencia, provoca un

retroceso en el proceso de medidas que se hacen para controlar las epidemias (Arroyo et. al, 2020)

Jandric (2020), explica que el comportamiento viral se puede manifestar a través de memes, videos y virus informáticos; del mismo modo, se encuentran en las noticias, ya que se difunden por las redes sociales haciendo que sea imposible poder controlar la inmediatez con la que la información se transmite.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

En lo referente a la metodología, la investigación es de tipo hermenéutica, ya que a través de esta se interpretará la información expuesta en el entorno. Esto quiere decir que, en base a los objetivos previamente planteados, se trató de interpretar los datos acerca de las noticias falsas con posverdad sobre covid-19. Para Cárcamo (2005) en la hermenéutica participan dos personajes: “texto e intérprete, deben ser reconocidos como dos horizontes, que incorporan la dimensión de los prejuicios como elemento transversal a toda acción interpretativa” (p. 207). Esto quiere decir que ambos pertenecen a un entorno o escenario de co-pertenencia.

Asimismo, la presente se caracterizó por tener un enfoque cualitativo puesto que permitió recolectar la información necesaria relacionada a las características de las fake news que conforman la posverdad en las noticias de covid-19, de acuerdo a los objetivos planteados anteriormente. Este enfoque es una pieza clave para captar y analizar la recolección de datos a fin de probar la hipótesis previa. “este diseño adquiere otro significado distinto al de un otro enfoque cuantitativo, en especial porque las investigaciones cualitativas no son planeadas a detalle si no están sujetas a cada ambiente o escenario particular”, dado que esto nos proporcionará al autor de la investigación que el estudio sea un surtidor de información para que aporten datos relevantes. (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 492).

3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización

Como primera categoría se tiene a las Fake News: Duran y Tusa (2019) comenta que el fenómeno de las fake news es una problemática actual, ya que esto se observa que es intencionalmente hecho por militantes involucrados en partidos políticos que inventa información falsa para dañar la reputación de personas involucradas, buscan desacreditar lo que dicen. Una de las formas donde encuentras la desinformación es en cualquier lugar y medios digitales, pero lo que hacen posible su emisión son las mismas personas que comparten esta información falsa, sin siquiera supeditar a filtros su verificación de fuentes. Y hacen que se

viralicen las fake news, además de que produzcan información falsa y compartirlas con varios usuarios que no se detienen a examinar si es verídico o no.

Categoría	Subcategoría	Códigos
Fake news	Origen de Fake news	Medios de Comunicación
		Redes de cibernautas
		Publicidad
		Empresas- Bots
		Partidos políticos
		Lobbies
		Grupos ideológicos
Tipos de desinformación de las fake news	Las noticias parodia.	
	Las noticias engañosas	
	Las noticias impostoras	
	Las noticias fabricadas	
	Las noticias falsamente conectadas.	
	Las noticias con contexto falso	
	Las noticias manipuladas	
Intereses externos	Económico	
	Político	
	Publicitario	
	Causar daño	
Intereses internos	No se identifica la fuente	
	Desconfianza en fuentes oficiales	
	Refuerzo de prejuicios y opiniones	
	Las creencias sobre los hechos	
Componentes de los fake news	Titular impactante	
	Noticia indignante	
	Apariencia legítima y confiable	

En cuanto a la segunda categoría está la Posverdad: Montoya (2019) manifiesta que la semántica se narra a algo que se refiere a circunstancias en las que la verdad objetiva tiene menos influencia en la formación de opiniones que en los sentimientos y creencias personales. En estas circunstancias, cualquier persona que quiera influir en la opinión pública debe centrar sus esfuerzos en hacer declaraciones aceptables que enfaticen lo que puede satisfacer los sentimientos y creencias del público en lugar de basarse en hechos.

Categoría	Subcategoría	Códigos
Posverdad	Factores	Generadores no profesionales de noticias Inmediatez como valor periodístico
	Contexto y Narrativa	Multiplicación de la verdad. Multiplicación de la mentira. Retórica posverdad. Instrumentalización de la verdad. Erosión de la noción de verdad. Pérdida de confianza de la ciudadanía. Conspiración y negacionismo científico. Fragmentación de medios, acción política, conocimiento y ciudadanía.
	Difusión de Información	Medios Sociales Medios Tradicionales

Manifestaciones más comunes en los procesos de posverdad	<p>Divulgación de mentiras</p> <p>Construcción de noticias con verdades a medias</p> <p>Tergiversación de un hecho o documento</p> <p>Montajes fotográficos</p> <p>Edición fraudulenta de audios</p> <p>Puestas en escena falsas</p> <p>Simulación por parte de las fuentes de información</p>
Mecanismos de posverdad	<p>Sitios web que difunden desinformación</p> <p>Posts inexactos en medios sociales</p> <p>Información inexacta compartida en aplicaciones de mensajería cerrada</p> <p>Mensajes visuales en medios sociales</p> <p>Información inexacta publicada vía “post oscuros” en redes sociales con actualizaciones en microaudiencias</p> <p>Texto, imagen y video como resultados en plataformas de búsqueda</p> <p>Comentarios o contenidos inexactos publicados en sitios de evaluación</p> <p>Firmas falsas en peticiones online</p> <p>Eventos creados en línea para el mundo offline</p>

3.3. Escenario de Estudio

Bregoña (1992) manifiesta que el escenario es por un contexto natural, en el cual ocurren los hechos, por eso al ser una investigación documental realizada en el año 2022, el cual trató de analizar las noticias falsas que conforman posverdad sobre

covid-19 que circularon y se propagaron en las redes sociales durante el año 2020, en el comienzo de la pandemia, ya que fue durante esa época en donde la desinformación sobre el virus tuvo su momento de apogeo en los principales medios comunicativos tanto tradicionales como digitales.

3.4. Participantes

Asimismo, se tuvo como participantes de estudio las noticias que contengan información falsa sobre covid-19 y que se hicieron más virales en el Perú con el objetivo de conocer las posiciones, sentimientos y creencias de las personas ya sea en sus reacciones, comentarios y compartidos, este proceso permite adquirir información para conocer mejor la discusión del problema planteado en la investigación; es necesario precisar que estas debieron ser compartidas por las principales redes sociales. Por ello, el análisis se llevó a cabo gracias a la selección de una lista sobre los temas más tocados en las noticias falsas publicadas en redes sociales durante el 2020 realizada y publicada por Acosta e Iglesias en el año 2020.

Tabla 1. Información falsa sobre SARS-CoV-2 en 2020

Origen del SARSCoV-2

- Pandemia de COVID-19 es causada por la tecnología móvil 5G.
 - La causa de la pandemia es una bacteria.
 - El Coronavirus se originó en un laboratorio.
 - El coronavirus fue creado por humanos.
 - EL coronavirus un arma biológica.
-

Tratamiento de SARS-CoV-2

- Médicos italianos descubren la cura del COVID-19.
 - Las gárgaras curan el COVID-19.
-

-
- Se está utilizando un tratamiento erróneo para SARS-CoV-2 ya que la verdadera causa de muerte no es la neumonía sino la trombosis.
 - El calor acaba con el virus.
 - Tomar detergente elimina el COVID19 del organismo*.
 - Mezclar aspirinas con Limón y miel cura la COVID19.
 - Comer ajo previene el contagio.
-

Transmisión del coronavirus

- El virus se transmite por el aire.
 - El virus lo pueden transmitir los mosquitos.
-

Fuente: Tomado de la carta al editor *COVID-19: Desinformación en redes sociales* (Acosta y Iglesias, 2020)

Por consecuencia se ha planteado un muestreo no probabilístico por conveniencia, donde se ha seleccionado un total 10 de noticias falsas de alcance viral (Segarra y Hidalgo, 2018) en redes sociales como Twitter, Facebook, Youtube, Instagram y Tik Tok.

En esa línea, se tomó en cuenta las noticias falsas sobre coronavirus relacionadas a los temas presentados en la anterior tabla, ya que durante el año en cuestión, estas informaciones cumplieron con la teoría de viralidad. Cabe precisar que las noticias elegidas y expuestas en la tabla 2 fueron recuperadas de portales web encargados de desmentir información falsa difundida durante el año 2020, puesto que en redes sociales se eliminó todo tipo de publicaciones que contengan estos datos falsos.

Tabla 2. Noticias falsas desmentidas por portales web

Origen del SARSCoV-2

Tema

Página Web

Pandemia de COVID-19 es causada por la tecnología móvil 5G.	CNN Español
La causa de la pandemia es una bacteria	Ojo Público
El coronavirus fue creado por humanos	Chequeando
El coronavirus se originó en un laboratorio	Ojo Público
El coronavirus es un arma biológica	El Economista

Tratamiento de SARS-CoV-2

Tema	Página Web
- Comer ajo previene el contagio	AP
- El nuevo coronavirus se combate rociando el cuerpo con alcohol o con cloro	Organización Mundial de la Salud
- La mezcla de jengibre, limón, canela, cebollas, miel y aspirinas cura el COVID-19	AFP Factual

Transmisión del coronavirus

Tema	Página Web
-El virus se transmite por el pelaje de las mascotas	Antena 3 Noticias
- No es seguro recibir una carta o paquete de China	Raja Blog

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En lo referente a las técnicas e instrumentos utilizados en la investigación, se pudo inferir que, al tener este un enfoque cualitativo, se procedió a realizar una recolección de datos a través de una ficha de observación, con la cual se logró obtener la información en base a los objetivos propuestos previamente.

Latorre (2005), determina que el uso de una ficha de observación en la investigación se emplea cuando ésta posee una metodología cualitativa e indagación sistemática.

En esa misma línea, Arias (2020) afirma que es un recurso que se utiliza para obtener una mayor información, ya sea para registrar o almacenar. El instrumento es como una ayuda para obtener los elementos que el investigador define en sus variables.

Por lo tanto, la ficha de observación permitió encontrar y determinar las características de las fake news que conforman la posverdad en las noticias sobre la covid-19, así como también los sentimientos y el enfoque visual que le dan los usuarios a estas desinformaciones en las redes sociales.

3.6. Procedimiento

Como instrumento usado para la recolección de datos usados en este trabajo de investigación, se realizó una ficha de observación, la cual fue creación propia y original. Dicho instrumento se usó para analizar diez noticias falsas más populares y virales sobre la Covid-19 durante el 2020 en base a los items planteados en la ficha de observación. Finalmente, se procedió a ordenar de manera concisa la información obtenida, por lo que se realizó una matriz de triangulación en la cual se logró condensar los datos y transformarlos en resultados.

3.7. Rigor Científico

Con relación al rigor científico, en la investigación se consideró una confiabilidad y validez cualitativa, dado que la información ha sido recopilada por artículos científicos publicados en revistas de especializados, además de libros con el

propósito de tener en claro el carácter científico de la investigación sobre las variables del estudio. A continuación, se mencionan los detalles de cada uno.

Según Castillo y Vásquez (2003), la credibilidad se consigue cuando el investigador reúne la información que obtiene por medio de observación con los participantes en el estudio. Por eso mismo se valorará los datos de la información extraída acerca de las fake news y cómo han ido afectando en relación a la pandemia de la covid-19, asimismo se elaborará un instrumento de investigación a base de la aportación de los 3 profesionales que validaron la investigación.

Cómo transparencia, en esta investigación se trata de indagar si los resultados se acoplan con otro contexto, no son transferible ni aplicables en otros contextos. Sin embargo, las conclusiones de la investigación, no son intercambiables a otros entornos, con el propósito de tener claro el carácter científico de la investigación (Guba, 1981)

En la dependencia se debe de ser consciente que la información obtenida consiste por la lógica, quiere decir que comprende el nivel de consistencia y estabilidad de los resultados y hallazgo realizado en el estudio, con el fin de mantener la dependencia de los resultados obtenidos por parte de los participantes que no fueron sujetos a cambios (Guba, 1981).

La confirmabilidad se refiere cuanta información fue recopilada mediante el uso de la ficha de observación, mediante este instrumento ejecutado tiene que tener en cuenta el visto bueno de los expertos que será utilizado en dicha investigación (Guba, 1981).

La presente investigación analizó y procesó la información establecida por las fichas de recolección de datos encontradas y clasificadas para que la información sea más precisa, el cual fue dividido en categorías y subcategorías, que pretenden responder el problema general con los específicos con la triangulación de datos a partir de los resultados de las guías de observación, luego se aplicó el instrumento, los cuales ya fueron validados por expertos, para sus correcciones y opiniones. Finalmente, la información recopilada con las teorías y el análisis cualitativo de las variables de

investigación, en donde se podrá encontrar la relación de los fake news con las narrativas de posverdad en el caso de las noticias del covid-19.

La presente investigación respetó la validez científica, así como el correcto manejo y respeto a los autores de cada investigación utilizada en la recopilación de información que sirvió como guía para desarrollar el presente estudio. Del mismo modo, se cumplió con el Código de ética de investigación desarrollada por la Universidad César Vallejo, basada en la resolución rectoral N° 760-2007/UCV. Asimismo, se respetó, de acuerdo a las normas APA, las citas que fueron tomadas en cuenta de manera que en la redacción se asegure y refleje la autoría de los datos previamente citados y revisados. Finalmente se buscó evitar cualquier tipo de plagio que pudiera afectar en la originalidad de la investigación, así como en la integridad académica.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

De acuerdo con el primer objetivo específico el cual se propone identificar el origen de las fake news asociadas a la posverdad en el caso de las noticias sobre Covid – 19 durante el 2020, se mostró que estas nacen, en su mayoría, en las redes sociales ya que fue mediante este medio que esta información pudo publicarse sin alguna necesidad de verificación. Asimismo, se evidenció que en algunos casos este tipo de noticias tuvieron su génesis en los medios tradicionales; particularmente en la televisión, debido a que en las noticias que hablan sobre qué virus se transmite a través del pelaje de los animales domésticos y fue creado por humanos, partió de programas televisivos y entrevistas. Del mismo modo, este aspecto reflejó que se hizo uso de personajes influyentes o profesionales que den un aval a la información compartida.

Lo mencionado anteriormente coincide con lo expuesto por García y Castro (2018) ya que, para estos autores, las redes sociales funcionan como un nuevo medio de comunicación, y ejercen su labor como una nueva forma de hacer periodismo. En esa misma línea, resulta evidente que uno de los principales canales originarios de fake news sean las redes sociales, ya que según Fernández y García (2019) se han convertido en un instrumento útil para la masificación de este tipo de noticias.

En relación con el objetivo específico que habla sobre la clasificación de los tipos de fake news asociados a la posverdad en el caso de las noticias sobre Covid - 19 durante el 2020, se encontró que las noticias fabricadas, con contexto falso, descontextualizadas y manipuladas fueron los tipos de desinformación más característicos dentro de este análisis. Tal y como se mostró en la noticia titulada “La conspiración que vincula al 5G con el coronavirus simplemente no morirá” la cual habla sobre la tecnología 5G como causante del coronavirus, solo por el simple hecho de unir dos contextos totalmente apartados, pero a la vez coincidentes, ya que para estos discursos conspirativos, los lugares en donde había más contagiados asimismo eran espacios en donde se había implementado torres 5G, siendo adicionalmente los lugares donde nació la Covid – 19, esto provocó que dos realidades totalmente diferentes sean erróneamente vinculadas, creando una

descontextualización de los hechos.

Este es un punto que también va acorde a Amorós (2018), ya que para este autor hay siete clases de desinformación entre las cuales se encuentran las noticias fabricadas, con contexto falso, descontextualizadas y manipuladas. Para él una noticia falsa puede categorizarse de manera diferenciada, a partir de aspectos particulares. En todos estos casos, los receptores no siempre pueden identificar si se trata de un hecho noticioso verídico o manipulado.

Por otro lado, en el objetivo específico que se refiere al análisis de los factores internos y externos de fake news asociados a la posverdad en el caso de las noticias sobre Covid - 19 durante el 2020; específicamente en intereses externos, el análisis evidenció que, en lo que a estas noticias concierne, no se presentó algún interés político, publicitario o económico. No obstante, cuando se analizó la noticia sobre el coronavirus creado en un laboratorio titulada “No hay evidencia de que el coronavirus sea sintéticos y creado en un laboratorio chino”, se pudo reconocer que su intencionalidad fue causar daño, pues en la información se menciona al Instituto de Virología del Centro para el Control y la Prevención de las Enfermedades de China, alegando haber cometido una negligencia al dejar escapar el virus y que este a su vez se esparza por todo el mundo.

A pesar de lo suscrito líneas arriba, de acuerdo con Fernández (2018) citado por Cuentas (2020), las noticias falsas presentan un claro interés económico, lo cual viene relacionado con los aspectos políticos, publicitarios y aquellos que busquen causar daño a alguien en específico. Esto quiere decir que, si bien las noticias no presentan a primera vista algún interés externo mencionado por el autor, cuando este mismo es puesto en un análisis se puede notar que presenta un interés económico. Es preciso mencionar y, tal vez contextualizar, que la noticia a la que se hace mención en el párrafo anterior fue publicada en el 2020, año en el que venía ocurriendo una “Guerra Tecnológica” entre China y Estados Unidos debido a la prohibición de la venta de productos tecnológicos estadounidenses a los chinos. Este es un claro antecedente entre los problemas políticos y económicos entre estos dos países potencias. Esto quiere decir que cualquier tipo de desacreditación en

contra de uno sería una ventaja para el otro. Asimismo, se evidencia que, dentro de algún interés externo mencionado por el autor, estará vinculado a lo económico.

Como intereses internos, se reveló que tanto la desconfianza de las fuentes oficiales, la creencia sobre los hechos, el refuerzo de las opiniones y la falta de identificación de la fuente, son los principales enfoques por los que cada noticia falsa ha sido creíble para las personas. Esto quiere decir que no se tomaba en cuenta si es que la información provenía de una fuente conocida u oficial, ya que, para ese entonces la desconfianza en el periodismo, se había multiplicado y masificado, haciendo que la desinformación se expanda dentro del mundo cibernético.

Tal afirmación va a la par de lo expuesto, una vez más, por Cuentas (2020), puesto que afirmaba que al ser el periodismo uno de los más grandes generadores de desinformación durante esa etapa, las personas dejaron de creer en estos medios como fuente oficial o primordial al momento de informarse. De la misma forma afirmaba que se le restaba importancia a la fuente de la información publicada, simplemente “nuestra fe las acepta o las rechaza en función de nuestro credo” (pág. 42).

Asociado al último objetivo específico, referido a la examinación de los componentes de las fake news asociados a la posverdad en el caso de las noticias sobre Covid - 19 durante el 2020. Se mostró que como principales componentes que hicieron más creíbles las noticias falsas, se encuentran el titular impactante, ya que de esta manera se lograba conectar con el lado emocional al generar indignación. Asimismo, también pudo reconocerse en el lado racional, al presentar tales afirmaciones con apariencia legítima y creíble.

Esto va en relación con los intereses internos, ya que en ambos casos se puede demostrar que se recurrió al lado más humano de las personas, pues se trataron de centrar en el aspecto emocional.

A ello se le puede agregar que dentro de los componentes característicos

encontrados en estas noticias falsas se encuentran el titular impactante, el causar indignación y la apariencia legítima. Estos tres elementos van de la mano ya que al tener un titular impactante que cuente con fuentes de renombre, le da un aspecto de legitimidad, generando así que el lector o consumidor entre en total indignación, tal y como sucedió con la noticia sobre el coronavirus como creación del hombre. De acuerdo con esta impactante develación, transmitida en televisión nacional argentina, el hombre habría creado este virus desde el año 2015, de acuerdo con un informe científico publicado para todo el mundo. Esto obviamente había sido tergiversado y habría sido confundido ya que no el informe no se refería al nuevo covid-19.

Para Amorós, citado por Cuentas (2020), forma parte dentro de la ecuación para darle credibilidad y apariencia veraz a la noticia falsa ya que esta debe difundirse por un medio o fuente que le dé ese aspecto de legitimidad. De la misma manera, para el responsable de las fake news en The National Report, “Allen Montgomery”, nombre inventado para un reportaje de la BBC, el titular es uno de los componentes más importantes de las noticias falsas, ya que por lo general las personas tienden a leer las primeras líneas de una noticia, y si esta tiene posee una fachada auténtica, automáticamente será compartida.

Figura N° 1

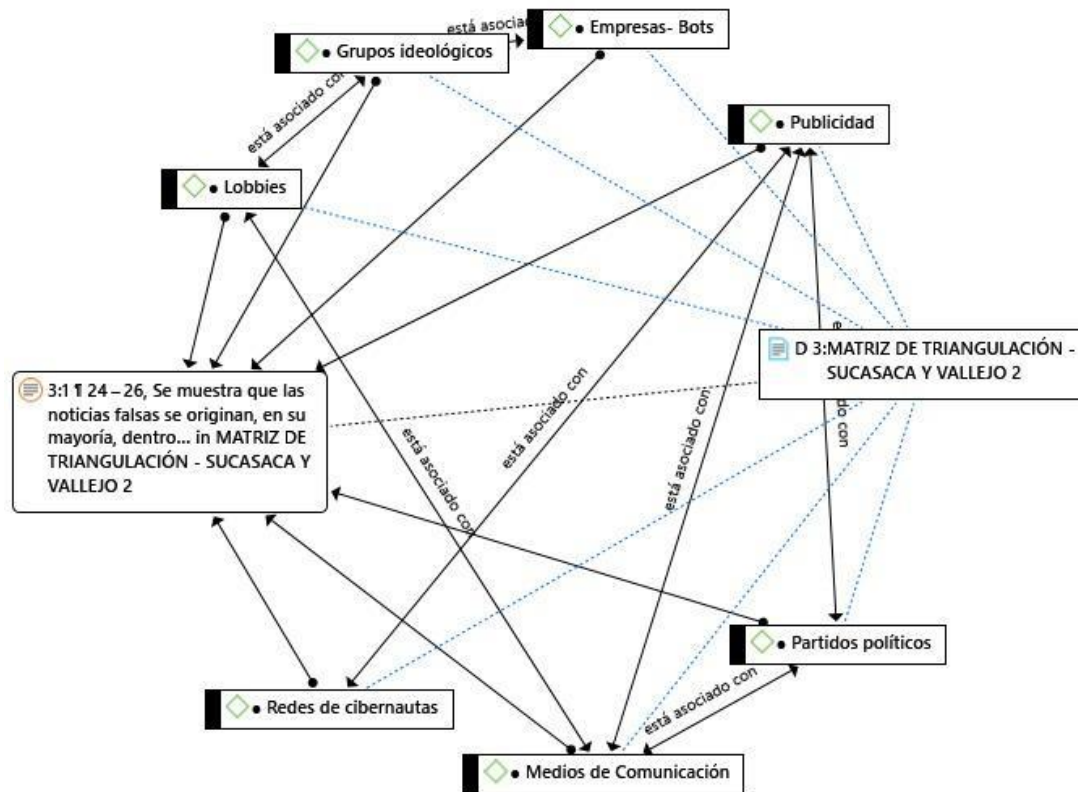


Gráfico Origen de las Fake News. Fuente propia: ATLAS.ti

Figura N° 2

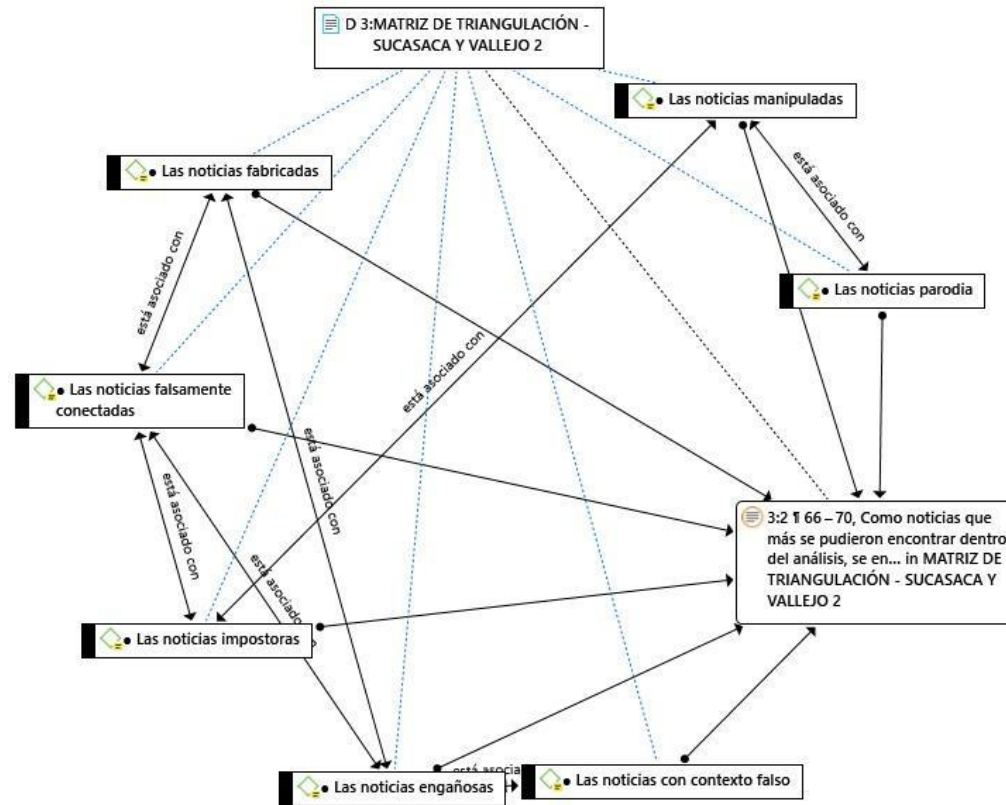


Gráfico Tipo de desinformación de las Fake News. Fuente propia: ATLAS.ti

Figura N° 3

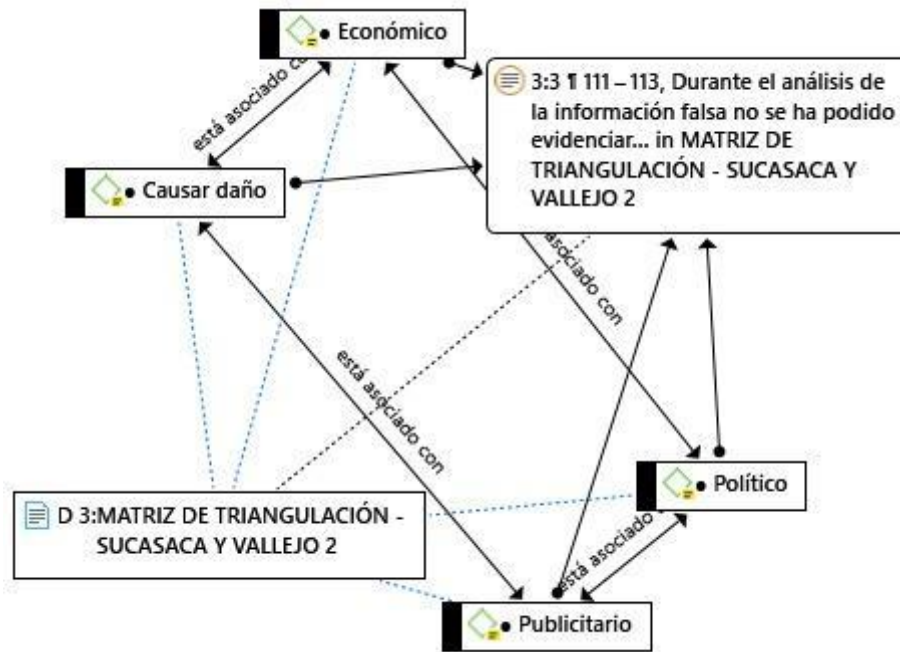


Gráfico Intereses Externos. Fuente propia: ATLAS.ti

Figura N° 4

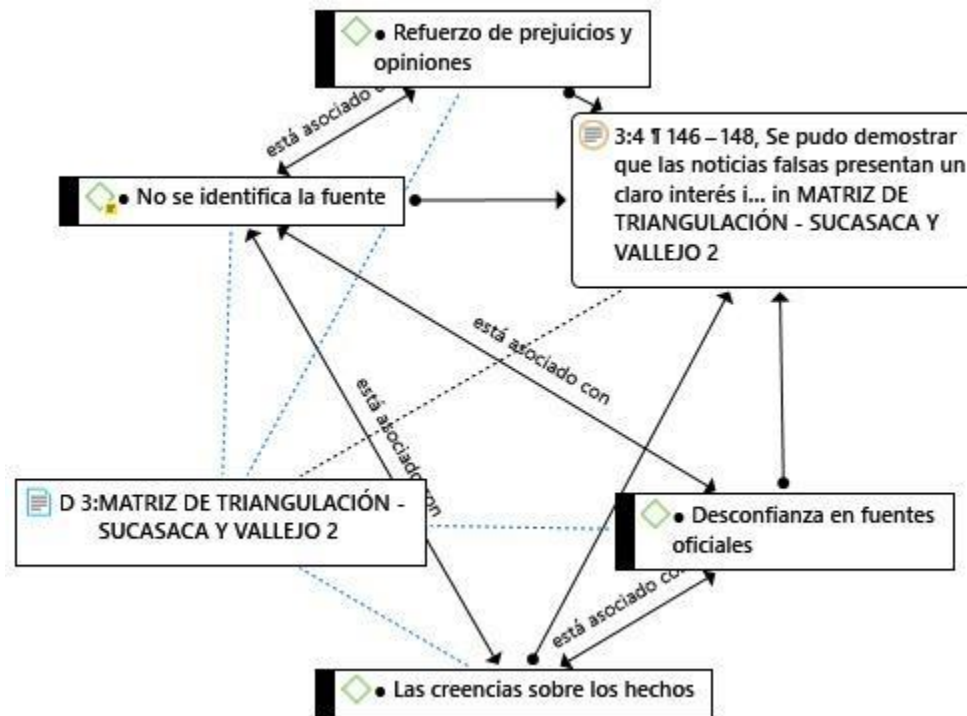


Gráfico Intereses Internos. Fuente propia: ATLAS.ti

Figura N° 5

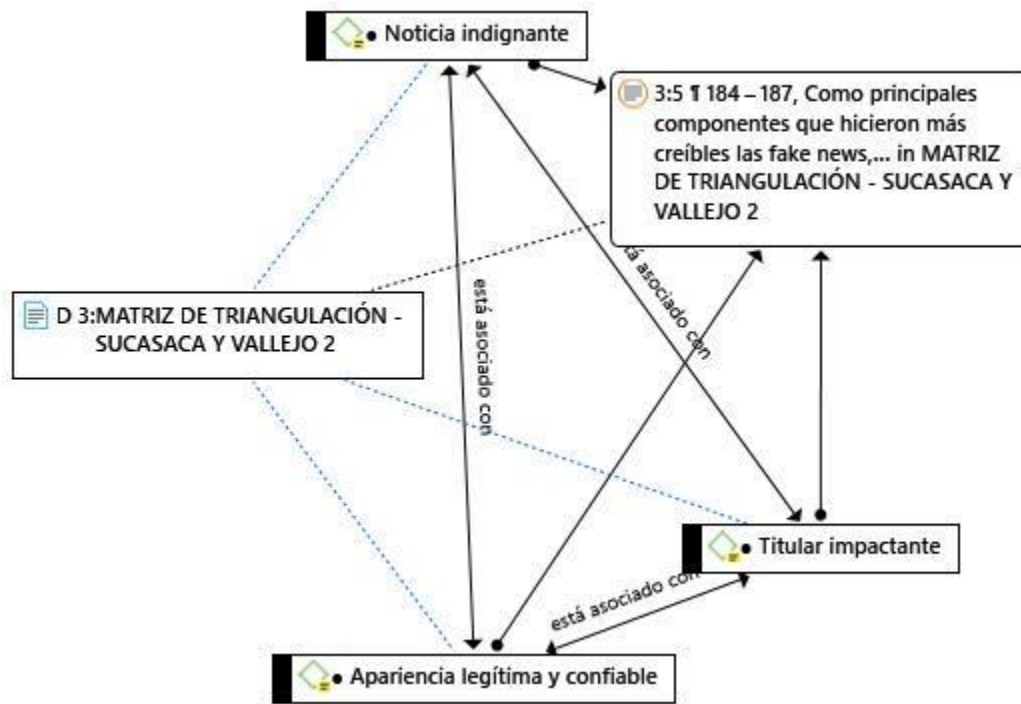


Gráfico Componentes de las Fake News. Fuente propia: ATLAS.ti

Figura N° 6

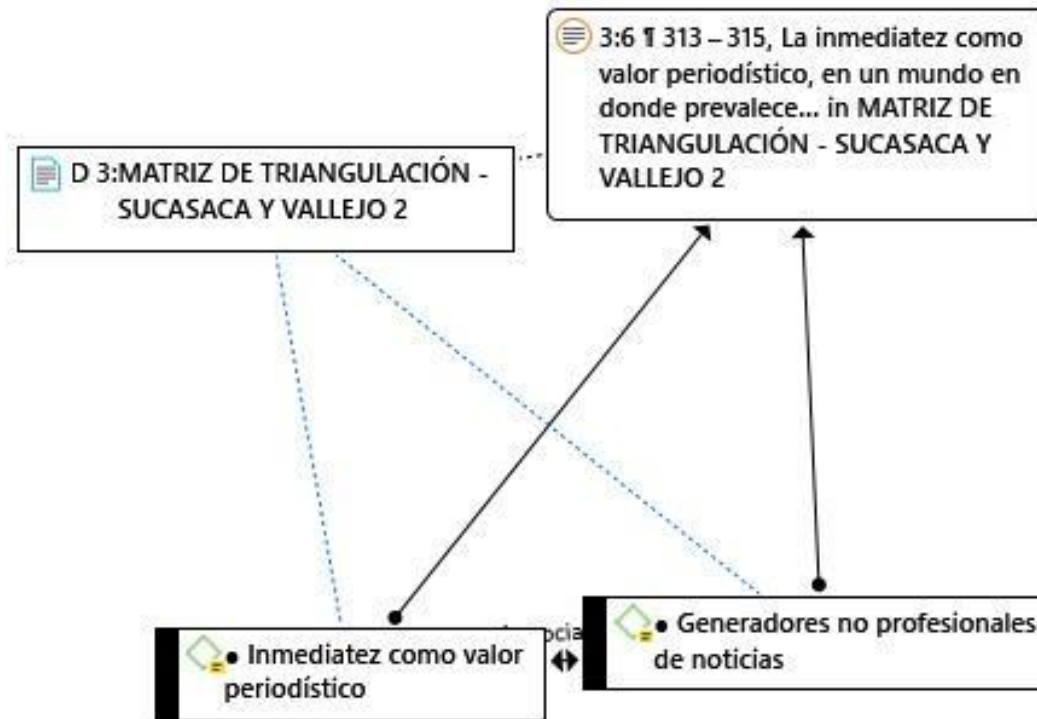


Gráfico Factores de Posverdad. Fuente propia: ATLAS.ti

Figura N° 7

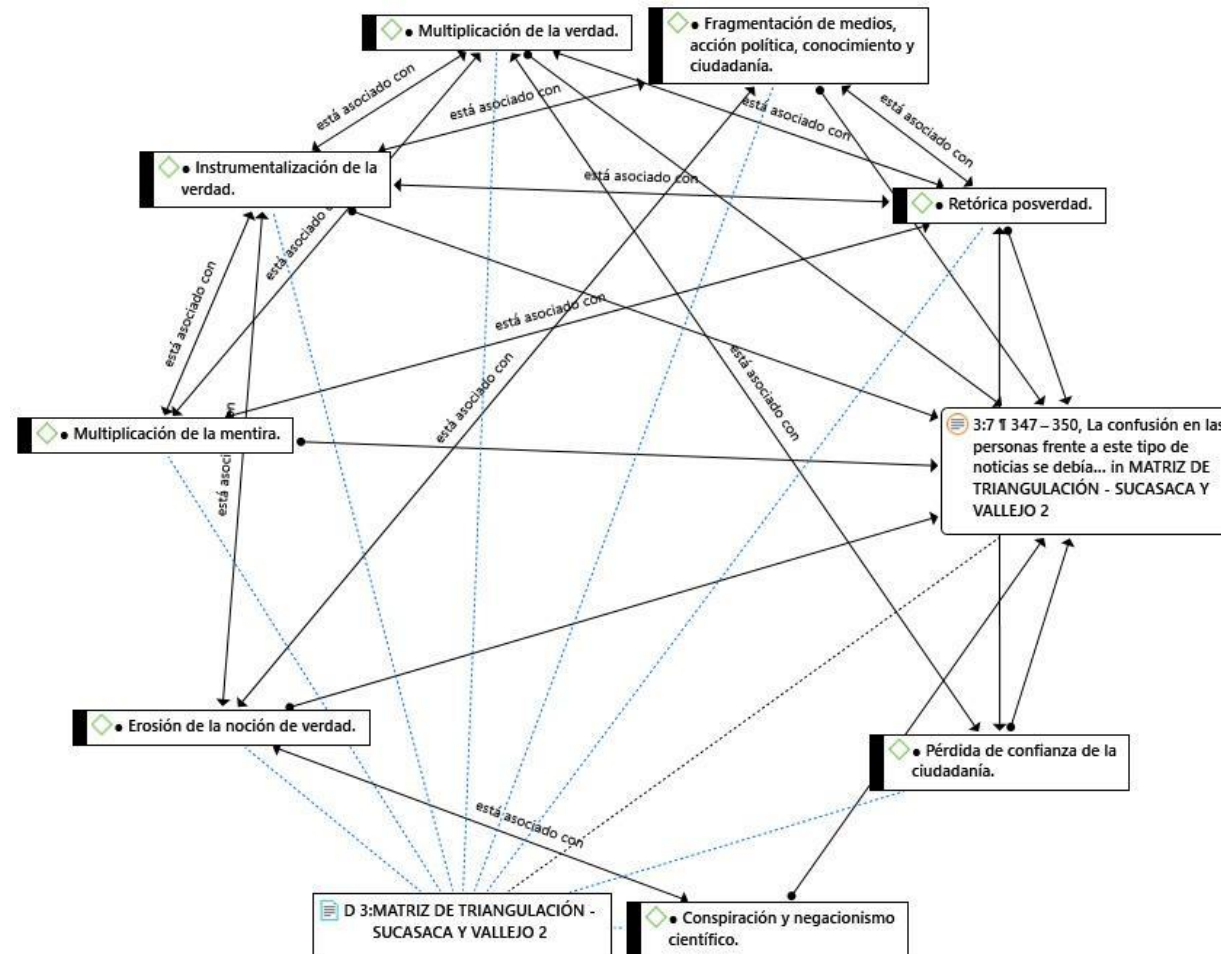


Gráfico Contexto y Narrativa de la Posverdad. Fuente propia: ATLAS.ti

Figura N° 8

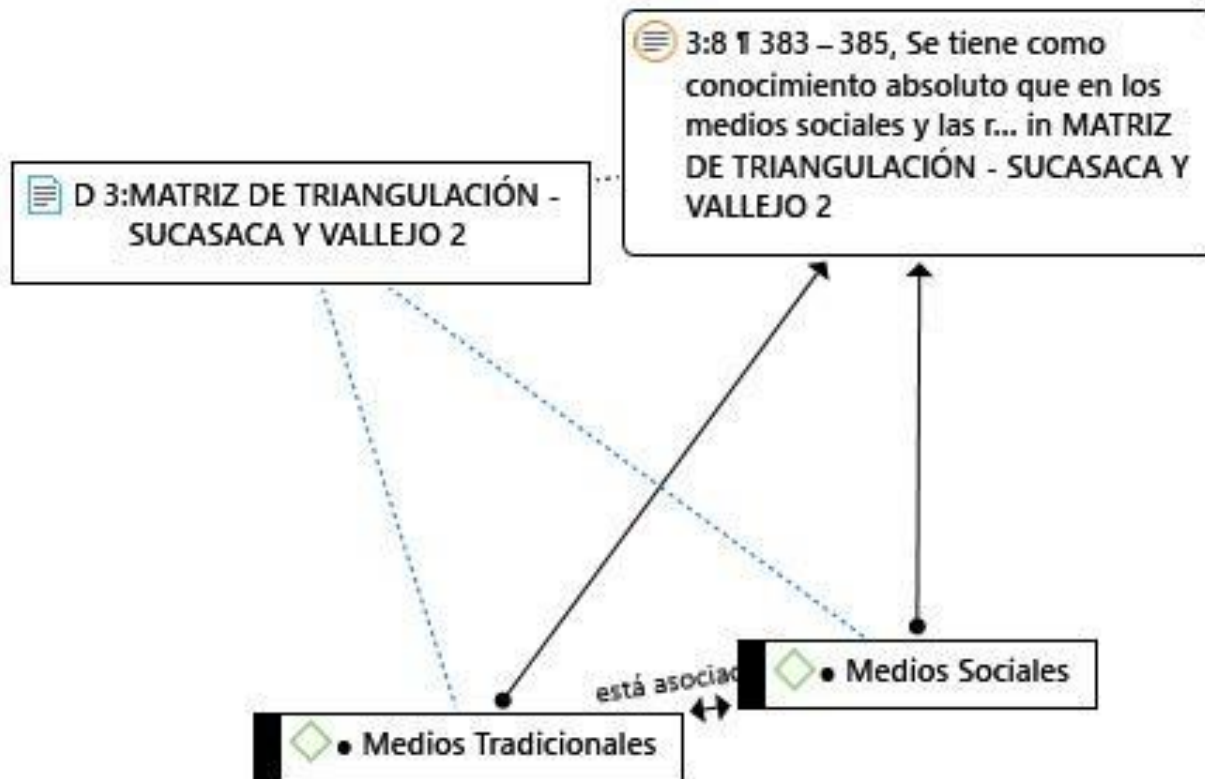


Gráfico Difusión de la Información. Fuente propia: ATLAS.ti

Figura N° 9

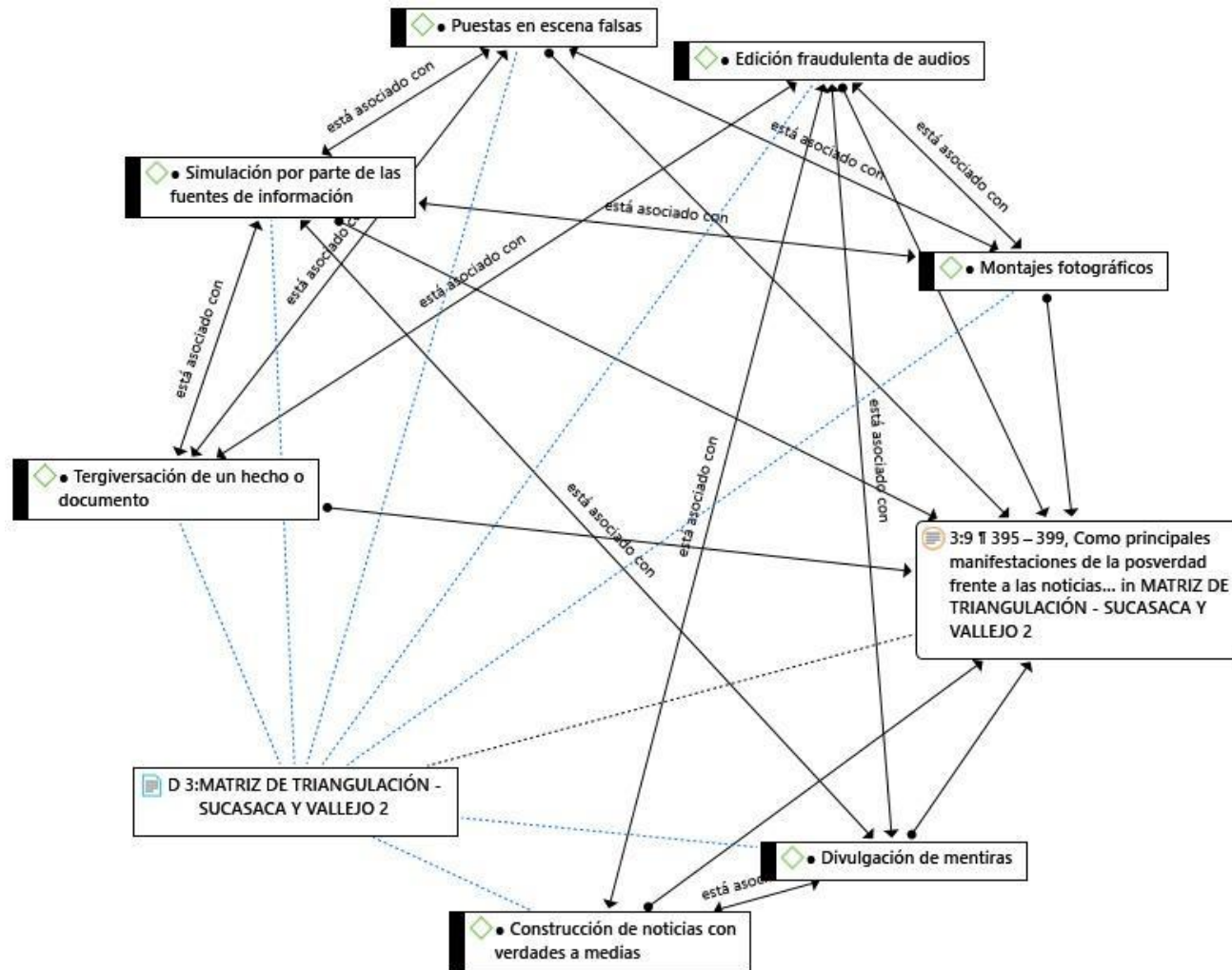


Gráfico Manifestaciones más comunes en los procesos de Posverdad. Fuente propia: ATLAS.ti

Figura N° 10

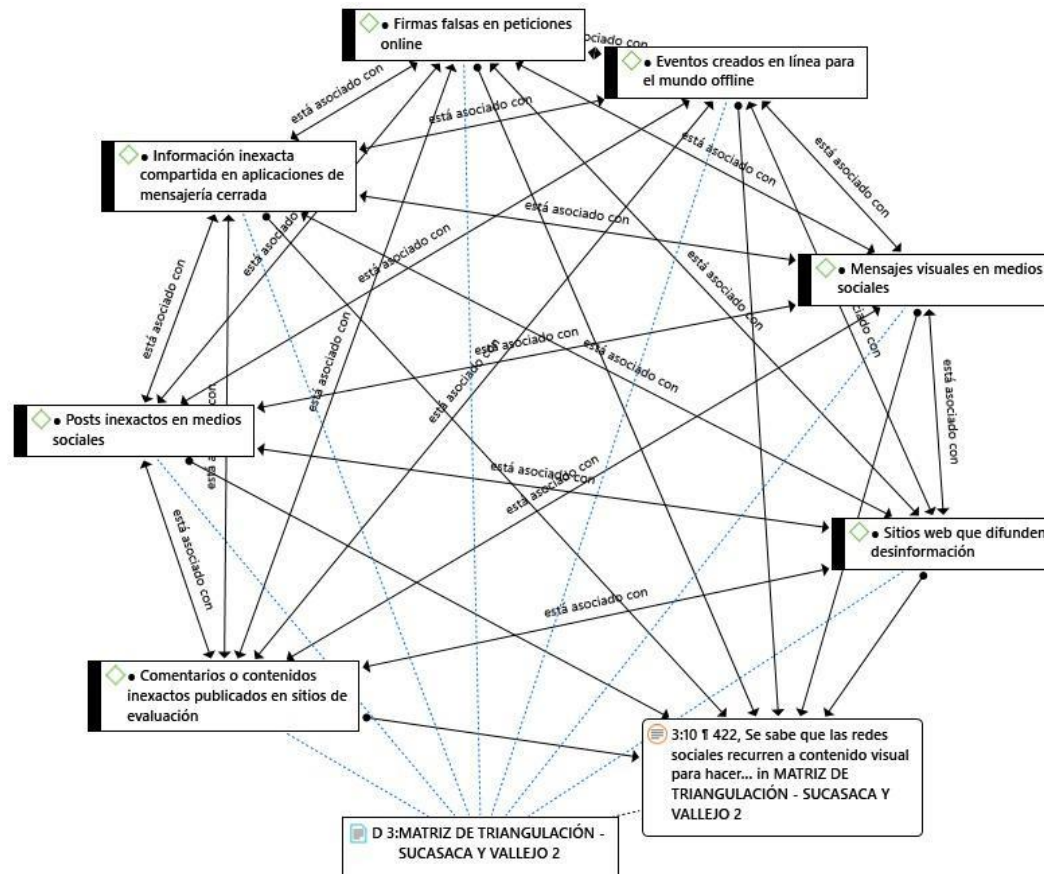


Gráfico Mecanismos de la Posverdad. Fuente propia: ATLAS.ti

V. CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta el objetivo general que esta investigación se planteó, se tuvo como primera conclusión que las noticias falsas sobre Covid – 19 asociadas a la posverdad se caracterizan principalmente por tener en su estructura un titular impactante, el cual genera emociones en los receptores, especialmente la indignación. Ya que lo que se intenta lograr es el desapego del lado racional del ser humano y se opte por lo emocional, ya que de esta manera la falsa información viaja rápidamente.

Como segunda conclusión, la cual va en relación al primer objetivo específico, se pudo deducir que las noticias falsas por Covid – 19 asociadas a las posverdad se originan, en la mayoría de casos, en redes sociales, propias como Facebook y Twitter, ya que fue aquí en dónde este tipo de desinformaciones han encontrado su hábitat. Asimismo, a través de estos medios digitales las fake news se reproducen con una rapidez abismal. A pesar de ello, se ha podido evidenciar que en ciertas ocasiones están han presentado su procedencia en medios tradicionales como la Televisión.

En relación a la clasificación de los tipos de fake news asociados a la posverdad en el caso de Covid – 19 se pudo concluir que las noticias con contexto falso y manipuladas presentan un mayor índice en la identificación de este tipo de informaciones. Esto quiere decir que durante el análisis hecho se encontró que la mayoría de las noticias falsas cuentan con información manipulada y con contexto falso. Asimismo, también se pudo identificar a la información fabricada como uno de los tipos más encontrados durante la indagación.

Asimismo, durante el análisis hecho, se pudo llegar a la conclusión de que las noticias falsas asociadas a la posverdad cuentan con un interés externo económico. Ya que, a primera vista estas podrían presentar un interés en causar daño, publicitario, entre otros; sin embargo, cuando se pudo ver el trasfondo de este tipo de noticias se indujo que todas conllevan un interés basado en la economía, puesto que dentro de este rubro todo se maneja en base a los ingresos lucrativos que

pueda tener, y estas falsas noticias, no son la excepción. Por otro lado, como intereses internos, se concluyó que el receptor acepta la información falsa que se le comparte debido a que existe una desconfianza en las fuentes oficiales y la falta de identificación de la misma, así también, un refuerzo en las opiniones y sus creencias. Es decir, que estas fake news fueron compartidas y creídas en su mayoría, debido a la nueva reputación que los medios de comunicación tradicionales han demostrado. Asimismo, al hacer un refuerzo en lo que las personas ya tienen como una supuesta idea clara, en este caso sobre la Covid, su difusión es aún más rápida.

Por último, se concluyó que como principales componentes que caracterizan a las noticias sobre Covid – 19 asociadas a la posverdad, se encontró que el generar ciertas emociones, en este caso la indignación, en los receptores es un gran recurso utilizado dentro de la composición de la información falsa. Del mismo modo, se pudo observar que el titular impactante es un gran atractivo para llamar la atención de la persona.

VI. RECOMENDACIONES

Dada las circunstancias ante la divulgación de noticias falsas y un aumento de desinformación por parte de los espectadores, es aconsejable que los periodistas de medios digitales tengan en cuenta que varios usuarios pueden subir información que sea engañosa, así mismo se buscar ampliar los conocimientos dados por el estudio de bibliotecología ya que involucra a la posverdad con la desinformación, facilitando conocimientos y herramientas a los usuarios para que sean capaces de obtener habilidades informativas.

A los comunicadores, crear contenido audiovisual o gráfico con información clara y concisa a fin de poder compartir los datos a las personas acerca de cómo se puede identificar las noticias falsas en las principales redes sociales. Ya que de esta manera se podrá captar la atención del receptor y se logrará informar sobre las fake news.

A los investigadores, continuar con las indagaciones sobre las noticias falsas y su relación con la posverdad. Puesto que, si bien, en esta tesis se tuvo como contexto la pandemia por Covid-19, es sabido que las fake news vienen afectando el periodismo desde mucho antes. Ante ello, es bueno continuar la búsqueda de la data sobre el tema referente, para futuras expresiones y formatos en los que la posverdad y las fake news se puedan manifestar..

A los ciudadanos consumidores de noticias, informarse y verificar la procedencia de la información que se consume y difunde en las redes sociales, ya que, como esta tesis evidenció, es a través de este en donde más se difunden y comparten este tipo de informaciones. Del mismo modo, ante un suceso de alto concierne, tal y como lo es la pandemia por coronavirus, es necesario tratar de mantener la compostura y no dejarse llevar por los pensamientos y emociones y así evitar caer en la desinformación.

REFERENCIAS

- Acosta-Quiroz, J., & Iglesias-Osores, S. (2020). COVID-19: Desinformación en redes sociales. *Revista del Cuerpo Médico Hospital Nacional Almanzor Aguinaga Asenjo*, 13(2), 217-218.
- Alzamora Villa, D. A. (2021). *Análisis de los modelos de negocio en el periodismo alternativo digital y el nivel de influencia en la agenda setting: El caso del sitio periodístico Salud con Lupa*.
- Arias, J. (2020). Técnicas e instrumentos de investigación científica. Para ciencias administrativas, aplicadas, artísticas, humanas. Enfoques Consulting E.I.R.L.
- Arroyo-Sánchez, A. S., Cabrejo Paredes, J. E., & Cruzado Vallejos, M. P. (2020, April). Infodemia, la otra pandemia durante la enfermedad por coronavirus 2019. In *Anales de la Facultad de Medicina* (Vol. 81, No. 2, pp. 230-233). UNMSM. Facultad de Medicina.
- Backer, F. D. (2019). Posverdad y fake news: propaganda y autoritarismo en el siglo XXI.
- Balarezo López, G. (2021). *El virus de las “noticias falsas” en la pandemia del COVID-19*.
- Carmona Montoya, A. (2019). Reconocimiento de derechos a personas LGTBI. *CES Derecho*, 10(1), 298–300.
- Castillo, E. & Vásquez, M. (2003). El rigor metodológico en la investigación cualitativa. *Revista Colombia Médica*, Vol. 34, No. 3, pp. 164-167.
- Cuentas Arrospide, L. (2020). *Características de las fake news que se difunden por las redes sociales sobre el coronavirus COVID19 y sus consecuencias en la credibilidad de los medios de comunicación en Arequipa – Primer semestre del 2020*.
- Durán, M. B., & Tusa, F. (2019). La era de la desinformación y de las noticias falsas en el ambiente político ecuatoriano de transición: Un análisis de

caso. #PerDebate, 3(1), 18-41.

- Durán, F. (2018). Odebrecht. La empresa que capturaba gobiernos. Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú. Primera edición
- Fernández-García, N. (2017) Fake News: una oportunidad para la alfabetización mediática.
- Fowks, J. (2018). *Mecanismos de la posverdad*. Fondo de Cultura Económica.
- García, J. C., & Castro, E. C. (2018). Periodismo en las Redes Sociales y las Nuevas Narrativas dentro de la Comunicación Digital. *Ciencias Sociales y Económicas*, 2(1), 115-129.
- García, M. A. (2018). *Fake News: La verdad de las noticias falsas*. Plataforma.
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1981). Effective evaluation: Improving the usefulness of evaluation results through responsive and naturalistic approaches. Jossey-Bass.
- Haidar, J. (2018). Las falacias de la posverdad: desde la complejidad y la transdisciplinariedad. *OXÍMORA Revista Internacional de Ética y Política*, 1-16.
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación (5° Ed.). México, D.F., México: McGraw Hill Interamericana.
- Justel Vázquez, S., Fernández-Planells, A., Victoria-Mas, M., & Lacasa-Mas, I. (2018). Twitter e información política en la prensa digital: la red social como fuente de declaraciones en la era Trump. *El profesional de la información*.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2012). *Los elementos del periodismo*. Aguilar.
- Lerena, J. C. (2006). Los enemigos del periodismo de investigación. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 12, 71-90.
- Martínez, T. E. (2002). Periodismo y narración: desafíos para el siglo XXI. *Cuadernos de Literatura*, 8(15), 115-123.

- McIntyre, L. (2018). *Posverdad* (Post-Truth). Madrid: Cátedra.
- Montoya Neira, F. A. (2020). *La respuesta a las noticias falsas (el caso de la pandemia COVID-19) en el Perú durante el periodo de la cuarentena por emergencia sanitaria en la red social Facebook de los estudiantes de la UPC*.
- Morales, U. R. (2018). *El ciudadano digital: Fake news y posverdad en la era de internet*. Océano.
- Oros Janco, J. A. (2020) Posverdad y confinamiento: un análisis antropológico sobre las “fake-news” en tiempos de pandemia.
- Pedriza, S. B. (2018). Las redes sociales como fuente de información periodística en la prensa digital española (‘El País’, ‘El Mundo’, ‘La Vanguardia’ y ‘ABC’). *Index. comunicación: Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada*, 8(3), 13-42.
- Pérez Tornero, J. M. (2018). ¿Cómo afrontar las noticias falseadas mediante la alfabetización periodística: estado de la cuestión?
- Renda, A. (2018). The Legal Framework to Address “Fake News”: Possible Policy Actions at the EU Level. Document prepared for Policy Department for Economic, Scientific and Quality of Life Policies, European Parliament. doi: 10.2861/468200.
- Rodrigo-Alsina, M., & Cerqueira, L. (2019). Periodismo, ética y posverdad. Cuadernos. info,
- Román-San-Miguel, A., Valenzuela, N. S. G., & Zambrano, R. E. (2020). Las fake news durante el Estado de Alarma por COVID-19. Análisis desde el punto de vista político en la prensa española. *Revista latina de comunicación social*, (78), 359-391.
- Saavedra, J. S., & Hidalgo-Marí, T. (2018). Viralidad e interacción. Análisis del engagement de los diez anuncios más vistos en YouTube en España en 2016. *ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes*, 16(1), 47-71.
- Salaverría, R. (2019). Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión. *Profesional de la Información*, 28(1).
- Salgado Levano, Ana Cecilia (2007). Investigación cualitativa: diseños,

evaluación del rigor metodológico y desafíos. *Liberabit. Revista Peruana de Psicología*, 13 (),71-78.[fecha de Consulta 14 de Julio de 2022]. ISSN: 1729-4827.

Segarra-Saavedra, J., & Hidalgo-Marí, T. (2018). Viralidad e interacción. Análisis del engagement de los diez anuncios más vistos en YouTube en España en 2016. *Revista ICONO 14. Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 16(1), 47-71.

Sinche López, T. (2016). *Las clases de periodismo*.

Tamayo y Tamayo, M. (2007). El proceso de la investigación científica; incluye glosario y manual de evaluación de proyectos (4a. ed.). Guadalajara: Limusa

Vidaurre Guiza, C. (2001). *El periodismo digital*

Villa Gracia, A. D., & Cerdán Martínez, V. (2020). Bulos durante la pandemia del Covid-19 en España: un estudio a través de Google Trends. *Revista Latina de Comunicación Social*, 78, 169–18

ANEXO

ANEXO 1: Cuadro de operacionalización de la variable V1

Categoría	Definición	Subcategoría	Códigos	Ítems	Técnica e instrumento de recolección de datos
Fake news	Las noticias falsas se han convertido en un método para informar que tiene como esencia la distorsión y manipulación de la información en pro del beneficio propio, es decir, presentan un hecho falso como si este fuese uno verdadero. Se ve en los principales medios de comunicación y en las redes sociales. (Balarezo, G., 2021)	Origen de Fake news	<ul style="list-style-type: none"> ● Medios de Comunicación ● Redes de cibernautas ● Publicidad ● Empresas- Bots ● Partidos políticos ● Lobbies ● Grupos ideológicos 	1 2 3 4 5 6 7	Ficha de Observación T

		Tipos de desinformación de las fake news	<ul style="list-style-type: none"> ● Las noticias parodia ● Las noticias engañosas ● Las noticias impostoras ● Las noticias fabricadas ● Las noticias falsamente conectadas ● Las noticias con contexto falso ● Las noticias manipuladas 	8 9 10 11 12 13 14	
		Intereses externos	<ul style="list-style-type: none"> ● Económico ● Político ● Publicitario ● Causar daño 	15 16 17 18	

		Intereses internos	<ul style="list-style-type: none"> • No se identifica la fuente • Desconfianza en fuentes oficiales • Refuerzo de prejuicios y opiniones • Las creencias sobre los hechos 	19 20 21 22 23	
		Componentes de los fake news	<ul style="list-style-type: none"> • Titular impactante • Noticia indignante • Apariencia legítima y Confiable 	24 25	

Cuadro de operacionalización de la variable V2

Categoría	Definición	Subcategoría	Códigos	Ítems	Técnica e instrumento de recolección de dato
	Jaqueline Fows cita al diccionario de Oxford, definiendo a la posverdad como la influencia de la opinión	Factores	<ul style="list-style-type: none"> ● Generadores no profesionales de noticias ● Inmediatez como valor periodístico 	1	Ficha de Observación
		Contexto y Narrativa	<ul style="list-style-type: none"> ● Multiplicación de la verdad ● Multiplicación de la mentira 	3 4	

Posverdad	pública a base de la emoción y el pensamiento personal antes que a la información y hechos objetivos. (2018, Pág. 19)		<ul style="list-style-type: none"> ● Retórica posverdad. 5 ● Instrumentalización de la verdad 6 ● Erosión de la noción de verdad 7 ● Pérdida de confianza de la ciudadanía 8 ● Conspiración y negacionismo científico 9 ● Fragmentación de medios, acción política, conocimiento y ciudadanía 10 	
		Difusión de Información	<ul style="list-style-type: none"> ● Medios Sociales 11 ● Medios Tradicionales 12 	

		<p>Manifestaciones más comunes en los procesos de posverdad</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Divulgación de mentiras 13 ● Construcción de noticias con verdades a medias 14 ● Tergiversación de un hecho o documento 15 ● Montajes fotográficos 16 ● Edición fraudulenta de audios 17 ● Puestas en escena falsas 18 ● Simulación por parte de las fuentes de información 19 		<p>Guía de Observación</p>
		<ul style="list-style-type: none"> ● Sitios web que difunden desinformación 20 ● Posts inexactos en medios sociales 21 ● Información inexacta compartida en 22 		

		Mecanismos de posverdad	<p>aplicaciones de mensajería cerrada</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Mensajes visuales en medios sociales 23 ● Comentarios o contenidos inexactos publicados en sitios de evaluación 24 ● Firmas falsas en peticiones online 25 ● Eventos creados en línea para el mundo offline 26 	
--	--	-------------------------	---	--

ANEXO 2: Guía de observación

Ficha de Observación

Medio de Comunicación:

Noticia Falsa (Titular):

Fecha de publicación de la noticia:

Imagen:

CATEGORÍA: Fake News				
SUBCATEGORÍA	ÍTEM	RESPUESTA		OBSERVACIÓN
		SÍ	NO	
	1. ¿La noticia falsa se generó en un medio de comunicación tradicional?			

Origen de las Fake News	2. ¿La noticia falsa tuvo su origen en las redes sociales?			
	3. ¿La noticia falsa presenta un origen de aspecto publicitario?			
	4. ¿La noticia falsa se originó de forma automática por medio de bots?			
	5. ¿La noticia falsa se originó a través de un movimiento o partido político?			
	6. ¿Se ha verificado que la información falsa fue creada por personas o instituciones influyentes?			
	7. ¿El origen de la noticia falsa se relaciona con asociaciones civiles o grupos relacionados a una ideología específica?			

Tipos de desinformación de las fake news	8. ¿Durante el análisis de la noticia falsa se evidencia que esta posee un titular con rasgos humorísticos?			
	9. ¿El análisis de la noticia falsa evidencia que posee contenido incriminatorio?			
	10. ¿Durante el análisis de la noticia falsa se demuestra que el hecho informativo al que hace referencia nunca existió?			

	11. ¿El análisis de la noticia falsa demuestra que la información al que hace referencia era fabricada?			
	12. ¿El análisis de contenido en relación a la noticia falsa evidencia una conexión engañosa entre hechos aislados?			
	13. ¿El análisis de la información falsa mostró que se creó en base a la descontextualización de un hecho?			
	14. ¿En el análisis se evidencia que la noticia falsa posee una tergiversación de datos?			
Intereses Externos	15. ¿El análisis de la noticia falsa se demuestra que la información se basa en un interés lucrativo?			
	16. ¿En el análisis de la noticia falsa se evidencia un innegable beneficio a un partido político?			

	17. ¿En el análisis de la noticia falsa se evidencia un interés basado en el impacto de la publicación a partir de su alcance y notoriedad en redes sociales?			
	18. ¿La información presentada en el análisis de la noticia falsa busca perjudicar a un individuo, organización o institución en específico?			
Intereses Internos	19. ¿Durante el análisis de la noticia falsa se evidencia que la razón de su propagación se debe a problemas para identificar su fuente?			
	20. ¿En el análisis de la información falsa muestra que la noticia falsa resulta creíble y es compartida por los usuarios debido a la falta de confianza que estos tienen en las fuentes oficiales?			

	<p>21. ¿En el análisis de la noticia falsa se demuestra que estas son compartidas porque vinculan emocionalmente a sus receptores con narrativas y expectativas de interés público?</p>			
	<p>22. ¿En relación a la información falsa analizada se comprueba que los receptor procesa dicha noticia en base a sus creencias y valores?</p>			
	<p>23. ¿En el análisis de la información se demuestra que la noticia tiene como elemento clave el titular impactante?</p>			

<p>Componentes de los fake news</p>	<p>24. ¿Mediante el análisis del hecho noticioso falso se expone que contiene información destinada a generar indignación en sus receptores?</p>			
	<p>25. ¿En la indagación de la noticia falsa se demuestra que esta se enmarca en un medio, web o fuente prestigiosa con el fin de aparentar verosimilitud?</p>			

CATEGORÍA: Posverdad

SUBCATEGORÍA	ÍTEM	RESPUESTA		OBSERVACIÓN
		SÍ	NO	
Factores de Posverdad	1. ¿El análisis de la noticia falsa demuestra que la posverdad se originó debido a la inmediatez de la producción noticiosa y la carencia de mecanismos de verificación de los hechos?			

	<p>2. ¿En el análisis se evidencia que la noticia falsa fue objeto de posverdad por haberse generado a partir de creadores de contenido sin formación periodística?</p>			
Contexto y Narrativa	<p>3. ¿El análisis de la posverdad refiere que esta se originó a partir de la convergencia mediática y aumento de información científica contradictoria?</p>			
	<p>4. ¿El análisis de la posverdad remarca la multiplicación de un hecho dudoso o ambiguo?</p>			
	<p>5. ¿Mediante el análisis de la posverdad se ha identificado un uso estratégico del</p>			

<p>lenguaje que genera incertidumbre a partir de su ambigüedad?</p>			
<p>6. ¿El análisis de la posverdad demuestra que la verdad se instrumentalizado en favor de grupos de poder económico y/o político?</p>			
<p>7. ¿En el análisis de la posverdad se ha demostrado que se busca establecer una verdad a partir de creencias, valores, ideologías antes que la verificación de hechos objetivos en la realidad?</p>			
<p>8. ¿El análisis muestra que la posverdad se debió a la desconfianza de la sociedad en las instituciones políticas y empresas de medios masivos?</p>			

	<p>9. ¿Durante el estudio de la posverdad se ha verificado que esta se asocia a un discurso negacionista basado en narrativas conspiratorias?</p>			
	<p>10. ¿El análisis de la información falsa señala que la posverdad pudo concretarse ya que tuvo como punto de partida canales y medios de producción y difusión periodística de gran impacto?</p>			
<p>Difusión de Información</p>	<p>11. ¿El análisis de la posverdad evidenció que esta se originó en medios tradicionales?</p>			

	12. ¿El análisis de la posverdad evidenció que esta se originó en redes sociales?			
Manifestaciones más comunes en los procesos de posverdad	13. ¿En base al análisis de la posverdad se manifestó a través de la divulgación de hechos ficticios?			
	14. ¿Durante el análisis a la posverdad se demostró que esta se construyó en base a la creación de la información con verdades a medias?			
	15. ¿De acuerdo al análisis de la posverdad se ha comprobado que esta se manifiesta por la manipulación o alteración de los hechos tal y cómo ocurrieron?			

<p>16. ¿El análisis muestra que la posverdad se basa en la edición y montaje fotográfico como recurso para generar impacto?</p>			
<p>17. ¿La posverdad se ha articulado a partir de la manipulación, falsificación o fabricación de archivos sonoros?</p>			
<p>18. ¿En base al análisis de la posverdad se menciona como esta puede construirse a partir de una puesta en escena falsa o la recreación ineficiente de un acontecimiento?</p>			


	<p>19. ¿En el análisis de la posverdad se refiere la simulación, falsificación o fabricación de fuentes confiables?</p>			
<p>Mecanismos de posverdad</p>	<p>20. ¿A través del análisis de la posverdad se evidencia que se difundió por sitios web caracterizados por difundir contenido dudoso?</p>			
	<p>21. ¿El análisis de la posverdad refleja el uso de posts en redes sociales, cuya inexactitud, no permite clarificar los hechos?</p>			

<p>22. ¿En el análisis de la posverdad se demuestra que la información inexacta en aplicaciones de mensajería generan confusión sobre los hechos noticiosos?</p>			
<p>23. ¿El análisis de la posverdad se evidencia que en las redes sociales se usaron mensajes visuales a manera de textos, memes, flyers, fotos, videos u otros contenidos visuales?</p>			
<p>24. ¿En el estudio de la posverdad se identifica la presencia de comentarios engañosos con la finalidad de expandir la confusión y desinformación?</p>			
<p>25. ¿En base al análisis de la posverdad se señala que se recurrió a las firmas ficticias</p>			


	<p>en peticiones online a fin de generar impacto sobre la audiencia?</p>			
	<p>26. ¿El análisis de la posverdad se basa en eventos online creados por asociaciones en pro de la protestas o denuncias asociados a un problema de interés público?</p>			

ANEXO 3: Validación de instrumento

DATOS DEL EXPERTO

Nombres y Apellidos	Jorge Eder Clavijo Correa	DNI N°	43697749
Nombre del Instrumento	Guía de observación.		
Dirección domiciliaria	Mz. G, Lt. 18 – Urb. San Isidro – Trujillo.	Teléfono domicilio	044 - 639586
Título Profesional/Especialidad	Licenciado en Ciencias de la Comunicación.	Teléfono Celular	992552005
Grado Académico	Magister		
Mención	Relaciones Públicas e Identidad Corporativa.		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Trujillo, 12 de julio de 2022.


DATOS DEL EXPERTO

Nombres y Apellidos	CLAUDIA ISABEL LLANOS VERA	DNI N°	42230153
Nombre del Instrumento			
Dirección domiciliaria	Calle Las Esmeraldas 286 urb Santa Inés	Teléfono domicilio	-----
Título Profesional/Especialidad	Licenciada en Ciencias de la Comunicación	Teléfono Celular	977800890
Grado Académico	MAGISTER		
Mención	Magister en Investigación y Docencia Universitaria		
FIRMA	 v. Claudia Isabel Llanos Vera	Lugar y Fecha:	

DATOS DEL EXPERTO

Nombres y Apellidos	CLAUDIA ISABEL LLANOS VERA	DNI N°	42230153
Nombre del Instrumento			
Dirección domiciliaria	Calle Las Esmeraldas 286 urb Santa Inés	Teléfono domicilio	-----
Título Profesional/Especialidad	Licenciada en Ciencias de la Comunicación	Teléfono Celular	977800890
Grado Académico	MAGISTER		
Mención	Magister en Investigación y Docencia Universitaria		
FIRMA	 v. Claudia Isabel Llanos Vera	Lugar y Fecha:	

DATOS DEL EXPERTO

Nombres y Apellidos	Kilver Manuel Fasanando Lescano	DNI N°	18149021
Nombre del Instrumento	Cuestionario		
Dirección domiciliaria	Av. Pablo Casals 380	Teléfono domicilio	-----
Título Profesional/Especialidad	Licenciado en Ciencias de la comunicación	Teléfono Celular	942813331
Grado Académico	Magister		
Mención	Relaciones Públicas e imagen corporativa		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Trujillo, 16 de julio del 2022

ANEXO 6: Validez Aiken

Excel interface showing the 'VALIDEZ AIKEN (1)' spreadsheet. The spreadsheet contains data for the 'INSTRUMENTO SATISFACCIÓN ACADÉMICA'.

INSTRUMENTO SATISFACCIÓN ACADÉMICA																		
Validéz de Aiken			CLARIDAD					CONSISTENCIA					PERTINENCIA					
Dimensiones	#	Ítem	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	Total (S) Sumatoria de acuerdo	V. Aiken S/(n(c-1))	Validéz por ítems ESCALAS	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	Total (S) Sumatoria de acuerdo	V. Aiken S/(n(c-1))	Validéz por ítems ESCALAS	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	Total Sumat de acue
	23	¿El componente principal que influyó en la difusión de la noticia falsa sobre covid-19 fue por su titular impactante?	3	3	3	9	1.00	Validez fuerte	3	3	3	9	1.00	#¿NOMBRE?	3	3	3	9
Intereses Internos	24	¿El componente principal que influyó en la difusión de la noticia falsa sobre covid-19 fue por contener información indignante?	3	3	3	9	1.00	#¿NOMBRE?	3	3	3	9	1.00	#¿NOMBRE?	3	3	3	9
	25	¿El componente principal que influyó en la difusión de la noticia falsa sobre covid-19 fue tener apariencia legítima y confiable?	3	3	3	9	1.00	#¿NOMBRE?	3	3	3	9	1.00	#¿NOMBRE?	3	3	3	9
Componentes de los Fake News	26		3	3	3	9	1.00	#¿NOMBRE?	3	3	3	9	1.00	#¿NOMBRE?	3	3	3	9
	27		3	3	3	9	1.00	#¿NOMBRE?	3	3	3	9	1.00	#¿NOMBRE?	3	3	3	9
	28		3	3	3	9	1.00	#¿NOMBRE?	3	3	3	9	1.00	#¿NOMBRE?	3	3	3	9
Factores	29		3	3	3	9	1.00	#¿NOMBRE?	3	3	3	9	1.00	#¿NOMBRE?	3	3	3	9
	30		3	3	3	9	1.00	#¿NOMBRE?	3	3	3	9	1.00	#¿NOMBRE?	3	3	3	9
Total: Validéz del instrumento por criterio							1.00	Validez fuerte					1.00	Validez fuerte				

Footer: VALIDACIÓN - SA

ANEXO 7. Triangulación

CUADRO N°1

TRIANGULACIÓN CATEGORÍA FAKE NEWS	
SUB CATEGORÍAS	TRIANGULACIÓN
ORIGEN DE LAS FAKE NEWS	<p>Se muestra que las noticias falsas se originan, en su mayoría, dentro del mundo digital. Sin embargo, esto no deja de lado que dentro del mundo periodístico tradicional o los medios de comunicación clásicos también se han engendrado este tipo de “informaciones”</p> <p>Asimismo, personas o instituciones influyentes también han sido generadores de desinformación. Además de que en algunos casos, estos se han visto relacionados a grupos ideológicos.</p>
TIPOS DE DESINFORMACIÓN DE LAS FAKE NEWS	<p>Como noticias que más se pudieron encontrar dentro del análisis, se encuentran aquellas que fueron fabricadas, con contexto falso, descontextualizadas y manipuladas.</p> <p>Asimismo, la tergiversación no solo se evidenció en la manipulación de los datos, sino también en la interpretación de estos mismos frente al receptor.</p>

<p>INTERESES EXTERNOS</p>	<p>Durante el análisis de la información falsa no se ha podido evidenciar que exista un trasfondo con intereses políticos, publicitarios o económicos.</p> <p>Sin embargo, se mencionó que causar daño si está como un claro interés. A pesar de ello no se puede generalizar afirmando que este aspecto abarca a todas. o la mayoría, de las fake news, ya que solo se menciona una sola vez.</p>
<p>INTERESES INTERNOS</p>	<p>Se pudo demostrar que las noticias falsas presentan un claro interés interno, manifestado en la desconfianza de las fuentes oficiales, creencia sobre los hechos, en el refuerzo de las opiniones y en la falta de identificación de la fuente.</p> <p>Esto deja en claro que las personas aceptan una noticia falsa por ignorancia y conveniencia, ya que, si la información va acorde a sus ideas o pensamientos, se toman por verdades. Asimismo, el desconocimiento sobre el verdadero creado de tal afirmación y la clara desconfianza hacia los principales medios de comunicación han hecho que durante el 2020 las fake news reinen en el mundo cibernético.</p>
	<p>Como principales componentes que hicieron más creíbles las fake news, se encuentran el titular impactante, ya que de esta manera se lograba conectar con el lado emocional al generar indignación. Asimismo, también pudieron invadir en el lado racional, al presentar tales afirmaciones con apariencia legítima y creíble.</p>

<p>COMPONENTES DE LAS FAKE NEWS</p>	<p>Esto va en relación con los intereses internos, ya que en ambos casos se pueden demostrar que se recurrieron al lado más humano de la personas, ya que se trataron de centrar en el aspecto emocional.</p>
--	---

CUADRO N°2

<p>TRIANGULACIÓN CATEGORÍA POSVERDAD</p>	
<p>SUBCATEGORÍAS</p>	<p>TRIANGULACIÓN</p>
<p>FACTORES DE POSVERDAD</p>	<p>La inmediatez como valor periodístico, en un mundo en donde prevalece la información publicada en medio digitales, es muy claro que, ante cualquier situación o actualización, en este caso sobre el coronavirus, sería publicada sin antes haber verificado de dónde venían tales afirmaciones. Por ello, ante la gran competencia en los portales web, no solo oficiales, sino también aquellos en los que no se tenía claro su seriedad, la desinformación se propagaba como un segundo virus.</p> <p>De la misma manera, durante el análisis de las noticias, se pudo notar que la supuesta información verídica provenía de personas influyentes o con un peso en su voz, desde periodistas, hasta doctores científicos.</p>

<p>CONTEXTO Y NARRATIVA</p>	<p>La confusión en las personas frente a este tipo de noticias se debía a la ambigüedad en relación de sus fuentes y su contenido, es decir que, al tratar de personajes de renombre e influencia, la información que se compartía se tomaría como verdad. Sin embargo, cuando las verdaderas fuentes oficiales desmintieron las afirmaciones muchos se sorprendieron.</p> <p>Por otro lado, la posverdad se pudo extender debido a ciertas teorías conspirativas que aparecían en los diversos medios digitales, sobre todo en redes sociales, ya que las coincidencias hacían parecer que la información y la verdad siempre estuvieron frente a los ojos del espectador. Se enlazaban dos contextos totalmente diferentes y se conectaban fortuitamente en beneficio de la credibilidad de la falsa información.</p> <p>Sumándole a ello la falta de confianza en las voces oficiales como medio de comunicación tradicionales.</p>
<p>DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN</p>	<p>Se tiene como conocimiento absoluto que, en los medios sociales y las redes sociales, la desinformación viaja de manera abismal hasta llegar hasta casi todo el mundo. Durante el análisis de las noticias falsas se pudo evidenciar que la posverdad se difundió principalmente a través de los medios sociales.</p> <p>Sin embargo, esto no dejó del todo fuera a los medios clásicos como una herramienta difusora de posverdad en la población.</p>

**MANIFESTACIONES
MÁS COMUNES EN
LOS PROCESOS DE
POSVERDAD**

Como principales manifestaciones de la posverdad frente a las noticias falsas sobre covid-19 se presenta a la divulgación de hechos ficticios y la alteración de los hechos. Ya que, en su mayoría, las personas creaban situaciones sobre las terribles consecuencias del virus, además de las diferentes formas naturales para combatirlo y el éxito de su intento.

Cabe resaltar que la tergiversación de la información se observó en la interpretación del espectador frente a la información científica obtenida en el momento. Es decir, datos sacados fuera de lugar a fin de generar desinformación y posverdad.

Asimismo, no se recurrió a la manipulación de recursos como montajes de fotos o edición de videos, pero si a las supuestas fuentes oficiales. Ya que de esta manera se mostraba un aval para la credibilidad de la noticia.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, BACA CÁCERES DIEGO ALONSO, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis Completa titulada: "Características de los fake news que conforman la posverdad en el caso de las noticias por covid-19", cuyos autores son SUCASACA BELTRAN MILAGROS DEL PILAR, VALLEJO RAMIREZ ADELI JAZMIN, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 15.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis Completa cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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

TRUJILLO, 30 de Noviembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
BACA CÁCERES DIEGO ALONSO DNI: 44223682 ORCID: 0000-0002-6204-7600	Firmado electrónicamente por: DBACACA02 el 15- 12-2022 19:52:57

Código documento Trilce: TRI - 0463960