

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PROGRAMA DE ESTUDIO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



***TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADAS EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN***

**“ANÁLISIS DEL FACT CHECKING SOBRE EL COVID-19 DE
PRESCRIPTORES PERUANOS EN SUS REDES SOCIALES ENTRE MAYO Y
SEPTIEMBRE DEL 2020”**

Área de Investigación:
NUEVAS TECNOLOGÍAS Y DISCURSOS DE LA COMUNICACIÓN

Autoras:

Br. Correa Cáceres Eliana Karina
Br. Velásquez Sánchez Carmen Valeria

Jurado Evaluador:

Presidenta: Castañeda Gonzales, Karla Luisa

Secretario: Vásquez Acosta, Edgar Leonardo

Vocal: Quiroz Castrejón, Carlos Roberth

Asesor:

Ms. Ricardo Samuel Vera Leyva

Código Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-6976-3028>

TRUJILLO – PERÚ 2023

Fecha de sustentación: 2023/01/06

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PROGRAMA DE ESTUDIO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



***TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADAS EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN***

**“ANÁLISIS DEL FACT CHECKING SOBRE EL COVID-19 DE
PRESCRIPTORES PERUANOS EN SUS REDES SOCIALES ENTRE MAYO Y
SEPTIEMBRE DEL 2020”**

Área de Investigación:
NUEVAS TECNOLOGÍAS Y DISCURSOS DE LA COMUNICACIÓN

Autoras:

Br. Correa Cáceres Eliana Karina
Br. Velásquez Sánchez Carmen Valeria

Jurado Evaluador:

Presidenta: Castañeda Gonzales, Karla Luisa

Secretario: Vásquez Acosta, Edgar Leonardo

Vocal: Quiroz Castrejón, Carlos Roberth

Asesor:

Ms. Ricardo Samuel Vera Leyva

Código Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-6976-3028>

TRUJILLO – PERÚ 2023

Fecha de sustentación: 2023/01/06

Le dedico este trabajo a mis padres y a Dios. Y a todos los investigadores que se han preocupado por informar de manera clara a la población sobre la pandemia.

Atentamente, Eliana Correa Cáceres

Le dedico este trabajo a mi madre, Carmen Sánchez Moreno y a mi abuelo, Jorge Sánchez López, la persona que estuvo conmigo en mis casi cinco años de carrera y que han sido mi motivación y apoyo.

Atentamente, Valeria Velásquez Sánchez.

Esta investigación se logró gracias:

A la disposición de los prescriptores Gabriela Osterling, Nahuel Monteblanco
Vinces, Javier Castillo Rojas, Samamé Pérez Vargas y Miguel Montenegro
Cockburn.

A la guía de nuestro asesor Ms. Ricardo Vera Leyva,
y al apoyo emocional y económico de nuestros familiares y Dios en tiempos de
pandemia y diversas crisis mundiales.

Resumen

Este trabajo de investigación tuvo como objetivo describir el *fact checking* de prescriptores sobre el covid-19, entre mayo y septiembre del 2020, en sus redes sociales. El tipo de investigación aplicada fue la cualitativa y, como técnica de recojo de datos, se usó la entrevista, cuyo instrumento fue la guía del mismo nombre. En el estudio se consideró como población a los prescriptores peruanos que realizaron *fact checking* durante la pandemia, acerca de noticias falsas y mitos sobre covid-19 en sus redes sociales. De entre ellos, se seleccionó por conveniencia a cinco. Se pudo determinar que los prescriptores seleccionaron las posibles informaciones falsas tomando en consideración aquellas provenientes de fuentes dudosas en Facebook y WhatsApp o las relacionadas con temas polémicos que generaron muchas especulaciones, pero carentes de la opinión de especialistas. De manera general, para verificar la información, los prescriptores acudieron a otros expertos en cada tema específico y consultaron, de manera constante, documentos confiables, aunque cada uno siguió un camino propio para verificar la información. Sin embargo, ninguno utilizó adecuadamente la estrategia de diseño del contenido o alcance estratégico, ni realizó una clasificación de las publicaciones.

Palabras clave: Verificación de datos, noticias falsas, prescriptores, redes sociales

Abstract

This research work aimed to describe the fact checking of prescribers about covid-19, between May and September 2020, on their social networks. The type of applied research was qualitative and, as a data collection technique, the interview was used, whose instrument was the guide of the same name. In the study, the Peruvian prescribers who carried out fact checking during the pandemic, about false news and myths about covid-19 in their social networks, were considered as a population. Among them, five were selected for convenience. It was possible to determine that the prescribers selected the possible false information taking into consideration those coming from dubious sources on Facebook and WhatsApp or those related to controversial issues that generated much speculation, but lacking the opinion of specialists. In general, to verify the information, the prescribers turned to other experts in each specific topic and constantly consulted reliable documents, although each one followed their own path to verify the information. However, none used the strategy of content design or strategic reach adequately, nor did they perform a classification of the publications.

Key words: Fact Checking, fake news, prescribers, social networks

Presentación

Este trabajo es fruto del esfuerzo conjunto de las bachilleras Eliana Correa Cáceres y Valeria Velásquez Sánchez.

Ha sido de nuestro agrado trabajar en esta investigación debido a que se conjuga con los conocimientos previos que hemos aprendido a lo largo de carrera de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Privada Antenor Orrego y, en medio de un tiempo complicado para la humanidad, hemos descubierto cómo la buena comunicación puede aportar significativamente en medio de un tiempo de crisis.

Presentamos a ustedes el trabajo de investigación titulado *Análisis del fact checking sobre el covid-19 de prescriptores peruanos en sus redes sociales entre mayo y septiembre del 2020*.

Tabla de contenido

I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Problema de investigación	1
1.1.1 <i>Enunciado del problema</i>	3
1.2. Objetivos	3
1.2.1. <i>Objetivo general</i>	3
1.2.2. <i>Objetivos específicos</i>	3
1.3. Justificación del estudio.....	4
1.3.1. <i>Valor teórico</i>	4
1.3.2. <i>Utilidad metodológica</i>	4
1.3.3. <i>Implicancia práctica</i>	4
1.3.4. <i>La relevancia social</i>	4
1. II. MARCO DE REFERENCIA	5
2.1. Antecedentes del estudio	5
2.1.1. <i>Internacionales</i>	5
2.1.2. <i>Nacionales (Perú)</i>	8
2.1.3. <i>Locales</i>	10
2.2. Marco teórico	12
2.2.1. <i>Teoría del sesgo de confirmación de Peter Wason (1960)</i>	12
2.2.2. <i>Teoría de los dos pasos de Lazarsfeld y Katz (1955)</i>	13
2.2.3. <i>Teoría de los gatekeepers (seleccionadores) de David White (1950)</i>	13
2.2.4. <i>Teoría del newsmaking (creación de la noticia) de Gaye Tuchman (1983)</i>	14
2.3. Marco conceptual.....	15
2.3.1. <i>Fake news</i>	15
2.3.1.1. <i>Definiciones</i>	15
2.3.1.2. <i>Clasificación</i>	15
2.3.1.3. <i>Características</i> :.....	16
2.3.1.4. <i>La problemática de las fake news</i>	17
2.3.2.2. <i>Características de un prescriptor</i> ¹⁹	
2.3.2.3. <i>Prescriptores peruanos</i>	20
2.3.3. <i>Fact checking</i>	21
2.3.3.1. <i>Definiciones</i>	21
2.3.3.2. <i>Función del fact checking</i>	21

2.3.3.3. Proceso del <i>fact check</i>	22
2.4. Cuadro de categorías apriorísticas.....	23
2. III. METODOLOGÍA EMPLEADA	24
3.1 Tipo y nivel de investigación.....	24
3.2. Población y muestra de estudio	24
3.2.1. <i>Población</i>	24
3.2.2. <i>Muestra</i>	24
3.3. Diseño de investigación:.....	26
3.4. Técnicas e instrumentos de investigación	26
3.4.1. <i>Técnica: entrevista</i>	26
3.4.2 <i>Instrumento: guía de entrevista</i>	27
3.5. Procesamiento y análisis de datos.....	27
3. IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	28
4.1. Análisis e interpretación de resultados	28
4. V. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	35
5. CONCLUSIONES	38
6. RECOMENDACIONES.....	40
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	41
ANEXOS.....	46

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Problema de investigación

El 11 de marzo del año 2020, la Organización Mundial de Salud (OMS) declaró al covid-19 como una nueva pandemia. Poco después, en este contexto, pero en el ámbito informativo, se desató una *infodemia*, término que, según el organismo mencionado, alude a una sobrecarga de información, a veces fidedigna y a veces falaz, difundida a través de internet y de los medios tradicionales, y que obstaculiza que las personas identifiquen fuentes fiables para orientarse.

De acuerdo con Salud Sin Bulos (2020), Atribus realizó un monitoreo para identificar las distintas especulaciones que se tejieron sobre el origen de la pandemia, demostrando que, en tan solo un mes, del 26 de febrero al 26 de marzo del 2020, circularon más de 100.000 tuits con 35 millones de impresiones en referencia al covid-19 y a posibles teorías de conspiración.

Por otra parte, desde el 31 de marzo al 7 de abril de 2020, Reuters Institute for the Study of Journalism, dirigido por YouGov, realizó una encuesta *online* a 8502 personas, entre argentinos, alemanes, coreanos, españoles, estadounidenses e ingleses. La tercera parte de los encuestados señaló estar preocupada por la profusa información falsa o engañosa detectada en las redes sociales y chats, durante la última semana. La cuarta parte indicó preocuparse por las *fake news* de los medios y gobiernos. (Ver anexo 3.1). Un gran sector de la población de estos países, sin importar su edad, educación o ideología política, señalaron confiar en científicos, médicos y otros expertos sanitarios como fuentes confiables para informarse sobre el covid-19 y calificaron a los medios como “relativamente fiables” (Nielsen et al., 2020).

En el Perú, el 15 de marzo del 2020, el Poder Ejecutivo promulgó el Decreto Supremo N°044-2020-PCM, declarando el estado de emergencia nacional. Inmediatamente, muchos noticieros se centraron en el aumento de cifras de contagios, con un enfoque alarmista. Por otra parte, al inicio de la pandemia, los principales voceros fueron el entonces presidente del Perú, Martín Vizcarra y sus

ministros, quienes, sin mucha explicación, decretaron medidas y restricciones para evitar los contagios. Ante esto, la población fue perdiendo confianza en las autoridades y muchas personas tomaron acciones innecesarias como comprar, excesivamente, productos de limpieza y medicamentos sin prescripción, atentando así contra su salud y desabasteciendo los supermercados, dejando sin estos recursos a las personas que realmente lo necesitaban.

Mateus (2020) explicó que la cuarentena y el tiempo disponible aumentaron la capacidad de consumir y producir contenidos en las redes sociales y no todos basados en la verdad. Lamentablemente, esto ocurrió en un momento crítico de toma de decisiones básicas como comprar alimentos y medicinas. De esta manera, Gutiérrez (2021) postuló que el consumo excesivo de noticias falsas sobre situaciones como la pandemia provocan desbordes de ansiedad y depresión, lo cual permite confirmar que la salud mental de los peruanos está siendo afectada por este tipo de contenido informativo.

Por esta razón, la comunicación de riesgo, consistente en transmitir información y recomendaciones entre autoridades y personas frente a factores que afectan la sobrevivencia, salud o bienestar económico o social, para tomar acciones preventivas (Pan American Health Organization [PAHO], s.f.), debe ser clara, responsable y útil.

El científico peruano Prochazka (2020), citado por López (2020) en una entrevista para el diario *El Comercio*, dijo: “En el Perú, tenemos una desconfianza crónica en nuestras instituciones, y esta desconfianza está justificada por la historia de nuestro país en los últimos 30 años. Entonces, las voces independientes, de personas con formación técnica y que no tienen afiliaciones políticas resuenan bastante y calan bien en el país”.

Con voces independientes, se refería prescriptores que surgieron en las redes sociales, es decir profesionales capacitados para hablar con autoridad sobre temas específicos, en este caso, sobre la pandemia del coronavirus, quienes han trabajado en contra de la desinformación que hay en el Perú durante la pandemia.

De acuerdo con la agencia de marketing digital NeoAttack (2020), un prescriptor es alguien capaz de generar influencia a su alrededor a la hora de hacer una crítica, no tanto por su fama, sino por sus conocimientos y experiencia. Mateo Prochazka, en una entrevista para el diario *El Comercio*, también opinó que los prescriptores, desde su formación profesional defienden la verdad y aportan a la comprensión, puesto que “*hay una brecha entre lo que se comunica y lo que la población entiende, y lo que nosotros hacemos es esa interpretación y ese esfuerzo de comunicación*” (López, 2020).

Esto revela que hay nuevos líderes de opinión que salen a las redes sociales a promover la transparencia de la información relacionada con el covid-19, con la intención de generar que sus seguidores estén más preparados para afrontar esta situación desde el aspecto cognitivo y emocional. Por esta razón, la presente investigación tiene por objetivo analizar este fenómeno en las redes sociales, que va en pro de una comunicación responsable en tiempo de crisis para los peruanos.

1.1.1 Enunciado del problema

¿Cómo es el *fact checking* sobre el covid-19 de prescriptores peruanos en sus redes sociales, entre mayo y septiembre del 2020?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Describir el *fact checking* sobre el covid-19 de prescriptores peruanos en sus redes sociales, entre mayo y septiembre del 2020.

1.2.2. Objetivos específicos

- Comprender las características que toman en cuenta los prescriptores para seleccionar las *fake news* que van a verificar y publicar.
- Analizar la pertinencia de las fuentes que los prescriptores consideran confiables para contrastar la información a verificar.
- Describir el proceso de redacción y edición del contenido que va a publicarse.

1.3. Justificación del estudio

1.3.1. Valor teórico

Se ha escrito mucho acerca de la posverdad y de las noticias falsas que circulan a través de los medios de comunicación, pero es necesario sistematizar información sobre el *fact checking*, en específico, para ofrecer una estructura teórica orgánica, disponible para los investigadores e interesados en el tema. Además, esta tesis aporta una adaptación de la teoría del *newsmaking*, ya no aplicada a detallar el proceso de redacción de una noticia, sino al proceso de verificación de datos.

1.3.2. Utilidad metodológica

Con base en la investigación teórica y conceptual, se elaboró una guía de preguntas que podría ser muy útil como instrumento de investigación para quienes estudian el proceso de construcción de las noticias o el proceso de verificación de aquellas. Esta guía destaca de otras porque se tomó en cuenta los aportes de Tuchman (1983) y Alsina (1989), citados en Retegui (2017), Mauro Wolf (1987), citado en Benavides (2017) y Lotero et al. (2018) para desarrollarla.

1.3.3. Implicancia práctica

Los resultados pueden servir para plantear un modelo o unas líneas de acción conducentes a realizar un mejor proceso de verificación de los datos tanto por parte de prescriptores como por parte de los profesionales del periodismo.

1.3.4. La relevancia social

Las noticias falsas sobre el covid-19 causaron muchos daños a nivel social, económico, salud física y mental, etc. Los resultados de esta investigación, tras ser divulgados, podrían sensibilizar a la sociedad a tener una actitud de alerta ante las noticias falsas, al ver el análisis detallado de la verificación de noticias por parte de los prescriptores que combatieron la desinformación en momentos de incertidumbre.

II. MARCO DE REFERENCIA

2.1. Antecedentes del estudio

En la búsqueda bibliográfica existen estudios que dan aporte a la presente investigación. A continuación, se presentan los más relevantes para comprender la información.

2.1.1. Internacionales

Salaverría (2020), en el artículo *Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la covid-19*, realizaron un análisis de contenido a 395 artículos de *fact checking* publicados por Maldita.es, Newtral y EFE Verifica, sobre covid-19 y otros relacionados, entre el 14 de marzo y 13 de abril del 2020, durante el primer mes de estado de emergencia español.

El artículo describe cuatro tipos de *fake news*: las bromas, las exageraciones, las descontextualizaciones y los engaños. Entre estos se logró determinar los niveles de gravedad de las *fake news*, basándose en dos ejes: uno de falsedad y otro de voluntariedad, comprendiendo que las *fake news* son más peligrosos mientras mayor sea el grado de falsedad y de voluntariedad en su difusión. (Ver anexo 3.2). Así mismo, se concluyó que un engaño es más grave que una descontextualización; una descontextualización, más grave que una exageración y, esta, es más grave que una broma.

Estos resultados explican por qué las plataformas de *fact checking* o verificación de la información otorgan más atención a unas *fake news* que a otras. Por lo tanto, orienta a descubrir si los prescriptores que se dedican a desmentir noticias falsas también toman en cuenta criterios de gravedad de las *fake news*.

Lotero et al. (2018) en el artículo *Fact Checking' vs. 'Fake News': Periodismo de confirmación como recurso de la competencia mediática contra la desinformación*, realizaron una investigación exploratoria de diseño cualitativo sobre la plataforma Colombiacheck.com, con el objetivo de reconocer los aportes del *fact checking* y señalar la posibilidad de replicar esta metodología debido a su sencillez. Para esto, revisaron referentes teóricos sobre periodismo digital, sobre

las *fake news* y se aplicó el estudio de caso, únicamente, a este portal digital, pues, según Wang, citado en Lotero et al., en la era del bigdata las investigaciones son más ricas aplicando el thickdata, pues señalan datos valiosos sobre una muestra seleccionada, aunque de un tamaño que no es estadísticamente significativo.

En los resultados se describe al portal ColombiaCheck como el primero en los medios digitales colombianos en verificar qué tan verdadera es la información que se presentan en los diferentes medios. A su vez, que ha tenido financiación del extranjero, lo que hace que se excluya de la presión publicitaria y de grupos políticos o de influencia. El portal es transparente por la manera en que contacta con los profesionales. Realizan correcciones de su contenido cuando es necesario, e inclusive, comparten su metodología de trabajo en uno de los apartados de su página, verificando las declaraciones de personajes públicos sobre los asuntos más importantes que son publicados.

Dentro del proceso de verificación primero el consejo de redacción selecciona una declaración de interés, aunque los usuarios también pueden solicitar frases por verificar. Después consultar al autor de la declaración, confrontan la información de la frase con fuentes confiables, autoridades en la temática en cuestión. También, se consulta fuentes alternativas, como expertos. Y, finalmente, se construye un contexto informativo y explicativo, sin opinar, pero sí clasificando la noticia en una escala de seis etiquetas entre verdadero y falso.

Este artículo da luces acerca de que la selección de cinco prescriptores peruanos es válida, y también permite incrementar la visión del planteamiento de resultados para describir sus contenidos y procesos de verificación. También se confirma que mientras la página no tenga asociación a un grupo de influencia es más confiable para las personas.

Moreira (2014) en la tesis *La epidemia en los medios, difusión pública sobre la ciencia en contextos de urgencia: El caso de la Gripe A H1N1 en Buenos Aires 2009*, en cuanto a la metodología, se realizó un *web scraping*, búsqueda y recopilación automatizada de información en la web, cuya facilidad para procesar, conlleva a un análisis iterativo, ajustando criterios en función de reiteradas lecturas.

La tesis basó su marco teórico sobre cuatro ejes:

- Enfoque relacional en ciencias sociales, antropología médica, estudios sociales de la ciencia y estudios sobre medios de comunicación y discurso.
- La disputa científica, centrada en la falta de acuerdo respecto de los pronósticos sobre la evolución del nuevo virus.
- La disputa política, centrada en las discusiones sobre las políticas públicas de salud a desarrollar.
- La presencia mediática del tema enmarcada en la idea general de alarma.

Según la investigación, en los medios de Buenos Aires, Argentina, se evidenciaron errores en el reporte de casos. Además, se publicó información contradictoria respecto a las medidas preventivas, fueron pocas y se confundieron, en algunos casos, con tratamientos. Las discusiones sobre cuestionamientos políticos fueron más visibles que la información sencilla y fiable, en torno a la salud. Los medios se mantuvieron promoviendo la eliminación del síntoma antes que la prevención, reforzando la asimetría en la relación médico-paciente.

De esta investigación podemos rescatar que hay que construir el marco teórico desde distintos campos de la ciencia, puesto que no solo trata un tema comunicacional sino sociológico, científico y hasta político. También hay un análisis del discurso periodístico de la pandemia del A H1N1, resolviendo qué tipo de mensajes se emitían sobre el tema del virus, lo cual, en algunos casos coincide con el tipo de mensajes emitidos por los medios peruanos durante la cuarentena.

Peña (2021), en su artículo *Fact checking durante la COVID-19: análisis comparativo de la verificación de contenidos falsos en España e Italia*, plantearon como objetivo fundamental la contribución del análisis del fenómeno respecto al contenido falso que ha venido produciéndose y difundiendo, alterando la realidad de la pandemia. Los autores emplearon una metodología cuantitativa, categorizando los casos que se dieron en España e Italia, como los principales países con mayores noticias falsas a manera de comparativa con las respectivas informaciones falsas que se difundieron en cada país. Sumado a esto Peña y otros (2021) se apoyaron de la plataforma Maldita.es en España y Open para Italia, los cuales se encargan de verificar los datos y hechos que pueden ser alterados.

De igual manera, analizaron cinco elementos que favorecen la difusión de estos, como la tipología, el soporte de la difusión, el formato, las temáticas generales, ejes discursivos. En base a estos elementos se tuvo un panorama útil para identificar las noticias falsas. Como resultados de la investigación de Peña y otros (2021), el país con mayor cantidad de *fact checking* fue España. En este país, WhatsApp fue el medio principal para circulación de noticias falsas, seguido de Facebook, Twitter, Instagram y YouTube; se han mencionado siguiendo el orden de mayor a menor contenido falso difundido en cada red social.

En resumen, del estudio de Peña y otros (2021) se puede rescatar la importancia del *fact checking* en el transcurso de la covid-19. Además, permite a la investigación robustecer los elementos que consideran estos autores para la identificación de las noticias falsas y comprobando una vez más que las redes sociales son los medios por los que la información puede ser difundida con mayor facilidad, haciendo que la cantidad de personas que acceden a notas falsas sea mayor.

2.1.2. Nacionales (Perú)

Herrera (2016), en su trabajo *La verdad informativa y los temas de salud pública. Distorsión de la verdad informativa en el tratamiento impreso sobre la gripe A H1N1*, realizó un análisis de la construcción de la verdad informativa en diferentes portadas de los diarios oficiales y populares y pone en evidencia los elementos desinformativos y sensacionalistas que aparecieron. Indica que todos los medios de prensa escrita contribuyeron a la mala información. Se difundieron datos sin corroborar y utilizaron los mismos elementos para comunicar a la sociedad. El diario *El Comercio* fue uno de los más sensacionalistas, usando un lenguaje exagerado e, incluso, brindando información imprecisa. Esto repercutió en la percepción de la gravedad de contraer el virus.

Todos los medios se enfocaron en cubrir el aumento de cifras de contagiados y muertes. Así pues, se generó una ansiedad extrema en la población. Además, había medios que daban recomendaciones sin respaldo médico. En cuanto a la ambigüedad, hubo una contradicción muy marcada entre los titulares de las portadas y la información adicional, pues la forma de llamar la atención era casi una mentira. Según palabras del autor: La pandemia A H1N1 terminó por convertirse en una epidemia informativa.

Se puede observar cómo se repite la historia de los medios periodísticos sobre la gripe AH1N1 en la pandemia de la covid-19, pues se utilizaron, otra vez, titulares alarmistas que generaron desconfianza hacia los medios tradicionales y al sistema de gobierno, difundiéndose teorías conspirativas por las redes sociales.

El antecedente ofrece una idea más clara del fenómeno de las noticias falsas en medio de una crisis de salud, lo cual permite reconocer las características de la realidad problemática y respaldar la importancia del tema que se está tocando en esta investigación.

Lossio (2012) en su trabajo *Estado, prensa y sociedad frente a la influenza A H1N1*, analiza las actitudes de la prensa, el estado y la sociedad frente a la pandemia de influenza AH1N1, y señala que las portadas de los diarios mostraron titulares alarmistas durante la pandemia A H1N1, junto a imágenes apocalípticas que generaron un pánico psicosocial, más que informar y educar para prevenir. Se generaron compras masivas de medicamentos, supuestamente preventivos, el agotamiento de mascarillas, ansiedad por vacunarse sin evidencia de eficacia, y actitudes de rechazo entre personas. De igual manera, las declaraciones alarmistas de funcionarios de la salud internacional generaron que autoridades políticas y sanitarias realizarán compras multimillonarias de medicamentos y vacunas.

Tanto en el Perú, como en el mundo, se observó la desconfianza de la sociedad hacia sus autoridades políticas y medios masivos de comunicación. Lo rescatable de los medios fue la educación sobre el cuidado de la higiene personal y estornudar apropiadamente.

De este trabajo se rescata la influencia que tienen los titulares e imágenes utilizadas en los medios sobre el comportamiento de las personas en medio de una crisis, y que hacía mucha falta buscar el ojo científico tanto por parte de las autoridades como de la población. Aún en medio de esta pandemia de la covid-19, se observó que la posverdad incrementó por el desinterés de verificar la información. Por ello, la labor de los prescriptores ha sido como un salvavidas de la información.

Después de la revisión de las previas investigaciones sobre otros medios de *fact checking* y sobre *fake news* en tiempos de pandemia se rescata que existen criterios para determinar qué noticias serán verificadas según su relevancia y todo

el proceso que hay detrás del *fact checking*. De ese modo, se observa un camino más claro para abordar en cuanto a nuestros prescriptores seleccionados.

Otro punto es la importancia de la disociación de un medio con alguna posición política, pues la mayoría de las personas no confían en el sistema, y consideran que los medios están comprados. Por lo tanto, debemos construir nuestro marco teórico revisando aportes de los campos de la comunicación y de la sociología.

De los análisis del discurso periodístico de la pandemia del A H1N1, nos damos cuenta de que hubo titulares engañosos y mensajes alarmistas, que solo causaron desenfreno en la sociedad. Por otro lado, el escepticismo y desconfianza hacia el gobierno y medios masivos, malestar que se expresaba por las redes sociales. Sin embargo, en la actualidad sabemos que las redes sociales son otro foco infeccioso de *fake news*.

Dados todos estos antecedentes, confirmamos la importancia de la investigación sobre los prescriptores y su labor de contrarrestar la desinformación en las redes sociales.

2.1.3. Locales

Minchola y Sánchez (2021) en su investigación titulada *Plan de Comunicación con enfoque transmedia para la prevención de anemia en gestantes adolescentes del Hospital Jerusalén, distrito de La Esperanza, 2019*, tuvo como objetivo elaborar un plan de comunicación transmedia para las adolescentes gestantes que acuden a dicha institución pública.

Se planteó una metodología no probabilística, con enfoque cuantitativo a nivel descriptivo, y como instrumento de recolección de datos se usó un cuestionario, aplicado a una población de 42 gestantes adolescentes que acudían al área de Obstetricia del Hospital Jerusalén.

Los resultados más destacados obtenidos por Minchola y Sánchez (2021) fueron los siguientes:

En el nivel de conocimiento sobre el tema de la anemia a las gestantes se obtuvo que manejaban el tema de manera regular, pero no lograban identificar cuáles eran

las causas y también desconocían sobre las acciones para prevenir esta enfermedad incluyendo a la correcta alimentación que deberían considerar. En cuanto a la actitud que tenían para poder sobrellevar la anemia se obtuvo que no presentaban confianza en ellas mismas, pues dependían de la ayuda familiar para cuidarse en la etapa de gestación.

El contenido de información que debían recibir las gestantes implicaba mayor manejo de herramientas tecnológicas y la disposición para la mejora continua. Sin embargo, Minchola y Sánchez recomendaron aplicar la propuesta de comunicación transmedia por medio de la realización de talleres dinámicos y la instauración de mesas de diálogo, para promover la cultura de prevención de la anemia en las gestantes.

La investigación de Minchola y Sánchez, resalta la importancia de la buena comunicación, con estrategia, para tocar temas tan delicados como la salud y solucionar problemáticas sociales porque, siendo temas científicos, deben llegar de la manera más eficiente al público.

Dionicio y Mamani (2022) en su trabajo *Nivel de percepción del ciudadano frente a las estrategias de relaciones públicas de la Gerencia de Imagen Institucional de la municipalidad provincial de Trujillo para la prevención de propagación del covid-19, 2020* título que también hace referencia a su objetivo principal de estudio en la determinación de la percepción del ciudadano frente a las estrategias de relaciones públicas de esta institución.

La metodología empleada fue de tipo no experimental, transaccional, pues es un fenómeno que se viene incrementando conforme avanza el tiempo. Se consideró una población muestral de 385 ciudadanos de la provincia de Trujillo, de 18 años a más. Para la recolección de datos utilizaron un cuestionario.

Dionicio y Mamani rescatan que hubo un bajo nivel de percepción de los ciudadanos frente a las estrategias de relaciones públicas de la Gerencia de Imagen Institucional de la Municipalidad Provincial de Trujillo para la prevención de la propagación del covid-19 para el periodo del 2020. El mismo resultado se aprecia en lo concerniente a las estrategias de comunicación oral, escrita y visual.

Los autores propusieron diferentes recomendaciones, como el reforzamiento de la comunicación a través de las redes sociales. Para la comunicación oral, recomendaron el empleo de la radio y anuncios difundidos a través de altoparlantes en diversos centros comerciales, con el propósito de mejorar el alcance; en el segundo caso, por ser los más concurridos por los ciudadanos. En la estrategia de comunicación escrita recomendaron la utilización de afiches en parques y el volanteo casa por casa.

En este sentido, se consideran relevantes para la presente investigación tanto para conocer la situación local sobre la prevención de la covid-19. Confirma la desconfianza en las instituciones públicas y la importancia de mejorar las estrategias de comunicación por parte de las mismas, por el bien de los ciudadanos.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Teoría del sesgo de confirmación de Peter Wason (1960)

Los alumnos de Wason tenían que adivinar la regla de la secuencia “2-4-6”, y crear su propia serie de tres números en base a esa regla. La regla era, simplemente, poner tres números ascendentes sin importar sean pares o impares, pero la mayoría solo pensó en números pares. Y repitieron el mismo error por 5 intentos más. Con esto, Wason demostró que la mayoría de personas no desean o no pueden poner a prueba sus creencias, aunque se les dé oportunidad, pues tienden a confirmar sus creencias más arraigadas, ya sea en la búsqueda o interpretación de la información o recuerdos.

En el año 1998, el psicólogo Nickerson postuló que incluso en el campo de la medicina el sesgo de confirmación definió los tratamientos durante siglos. Solo por algunos casos de recuperación consideraban el tratamiento como efectivo, sin confirmar si la enfermedad había agotado su curso natural. Esta medida peligrosa vino a repetirse con la aparición del nuevo coronavirus, puesto que muchas personas creyeron en recetas que, supuestamente, le funcionaron a una persona, e, incluso, médicos compartieron *fake news* por el deseo de encontrar respuestas.

Chen y Lee (2015), citados en Lotero et al.(2018), afirman que estas actitudes no dependen de qué tanto conocimiento tenga una persona, puesto que las

motivaciones para compartir las *fake news* apuntan a fines sociales, por ejemplo, para conversar, intercambiar perspectivas, mantener el contacto con amigos, tener la primicia aspirando a verse importante, influyente y quedar bien, o porque el contenido lo recibió de personas cercanas que hayan sido engañadas, y/o parecer información importante y digna de compartir.

Esta teoría se vincula con la tesis debido a que clarifica y explica los motivos detrás de la conducta psicosocial observada durante los inicios de la pandemia del Covid-19, tanto por parte de las personas en general al buscar y compartir información, como por parte de los profesionales de la medicina al indicar recetas sesgadas.

2.2.2. Teoría de los dos pasos de Lazarsfeld y Katz (1955)

Durante la Segunda Guerra Mundial, Lazarsfeld y Katz postularon que los medios lanzan un mensaje y una persona recibe la información para después de analizarla e interpretarla, compartirla con otros desde un aspecto crítico, que influye mucho en cómo las otras personas recibirán la noticia.

Estas personas influyentes fueron llamadas “líderes de opinión”, y actualmente existen nuevos tipos de líderes de opinión en las redes sociales, como son los prescriptores, quienes son distintos a los *influencers*, debido a que tienen base científica y/o experiencia en el tema del cual hablan. Esto coincide con las cualidades de un líder de opinión descritas por los propios autores de la teoría: aparte de ser carismático, reconocido y representante, también debe dotarse de conocimiento científico y especializado. Emite prestigio, con mensajes fundamentados, de forma clara y eficaz, puesto a que sabe llegar a sus seguidores. (Ver anexo 3.3)

Esta teoría resulta útil para el presente trabajo porque sirve para explicar y destacar el rol de los prescriptores, ante la crisis sanitaria, como filtros de la sobreinformación, debido a su poder de influencia sobre la opinión pública, a partir de sus fundamentos científicos y habilidades comunicativas.

2.2.3. Teoría de los gatekeepers (seleccionadores) de David White (1950)

White, como se citó en Retegui (2017), propuso trasladar la teoría de Kurt Lewin, del campo de la psicología, al campo de la comunicación y el periodismo,

en la década de 1950. Postuló que existen filtros, ya sea un individuo o grupo, que tiene el poder de seleccionar la información que se emite al público de cierto medio de comunicación. De acuerdo con Valbuena (1997), citado en Castromil (s.f.), el poder del periodismo recae en los *gatekeeper* o guardabarreras.

Esta teoría se vincula con la investigación debido a que muchas personas en el Perú, Latinoamérica y el mundo, durante la pandemia desconfiaron de los *gatekeepers* de los medios tradicionales, pues, en la internet, encontraron más información e, incluso, para refutar a los medios. Por ende, buscaron fuentes alternativas de información, como son los prescriptores de las redes sociales.

2.2.4. Teoría del newsmaking (creación de la noticia) de Gaye Tuchman (1983)

Tuchman, citada en Retegui (2017), propuso que los profesionales de la información tienen rutinas de trabajo en las cuales sistematizan y definen los hechos noticiables. Por su parte, Mauro Wolf (1987), citado en Benavides (2017), define tres fases que enmarcan las rutinas de producción: la recolección, la selección y la presentación del material.

La teoría del newsmaking aporta a esta investigación, ya que se busca describir el proceso de verificación de noticias realizado por, no necesariamente periodistas, sino prescriptores de distintos campos de la ciencia, quienes han incursionado al campo de la difusión de información. Por lo tanto, se tomó en cuenta a Tuchman para reconocer la importancia de sus rutinas, y a Wolf para elaborar el instrumento de investigación.

2.3. Marco conceptual

2.3.1. Fake news

2.3.1.1. Definiciones. Según la Fundéu, el adjetivo *fake*, del idioma inglés, puede traducirse como falso o falseado, de los cuales *falso* es un término más general y adaptable a la traducción de *fake news*, pues una noticia falsa puede darse tanto de manera voluntaria como involuntaria, mientras que la noticia falseada se crea adrede. La Federación Internacional de Periodistas (2018) conceptúa una *fake new* como una noticia falsa que se multiplica masivamente en un tiempo mínimo y provoca un círculo de desinformación que puede ser peligroso. Además, es una información que distorsiona la verdad o parte de ella (Ireton y Posetti, 2018, como se citó en Salaverría et. al, 2020). Por lo tanto, basta que en una noticia se indique una cifra errada para que se le considere una noticia falsa.

Es importante entender la diferencia entre una noticia falseada y una falsa, pues, en medio de una crisis que amenaza la vida y ocasiona diversas tragedias, denominar falseada a una información constituye una denuncia grave contra el emisor, en tanto se le estaría acusando de haber publicado una noticia falaz por intereses propios. Por ello, hasta que no se tenga pruebas de que una publicación fue editada con un claro propósito desinformativo, hay que considerarla, simplemente, como una noticia falsa, para evitar caer en teorías conspirativas o en difamación.

2.3.1.2. Clasificación. Salaverría (2020), la Comisión Europea y la Unesco clasifican las noticias falsas en tres tipos:

Desinformación. Información falsa diseminada, en la mayoría de casos, por cuestiones políticas, o para desprestigiar la imagen de cualquier individuo o institución, entre otros motivos. En el Perú suelen verse muchos casos de desinformación durante la época de campañas políticas, al difundirse rumores sobre denuncias pasadas de los candidatos. Sin embargo, durante los primeros meses del Estado de emergencia también hubo mucha desinformación acerca de las intenciones del gobierno, el MINSA, etc.

Información errónea. Información falsa difundida por equivocación. Es no intencional, pero irresponsable. Con la llegada de la covid-19 aparecieron muchos

casos de información errónea, gran parte de ella, con la intención de ayudar en medio de la incertidumbre, como las recetas difundidas por las redes sociales para combatir la pandemia, aunque aún no había muchos estudios sobre este virus.

Mala información. Información verdadera, pero privada. Por ejemplo: nombres de los pacientes difundidos por WhatsApp al inicio de la cuarentena.

La misma investigación señala otra clasificación, según el nivel de gravedad, basándose en su nivel de falsedad y voluntariedad, donde las más graves son los engaños; luego, las descontextualizaciones, después, las exageraciones y, por último, las bromas.

2.3.1.3. Características. Según Blázquez (2018), las noticias falsas o *fake news* se caracterizan por:

- Las noticias no cuentan con fuentes, si las hay, estas no son confiables.
- Cambiar los hechos noticiosos
- Usan un discurso emocional, para que las personas crean en la noticia.
- Titulares cortos y que puedan llamar la atención del público.
- Texto con escasez de noticia.
- No se cumple con las “5W” (qué, por qué, cuándo, dónde, quién y cómo).
- Inmediatez de la información.
- Se difunde rápidamente en las redes sociales.
- Porcentajes elevados de comentarios preparados previamente o positivos comentarios en los medios sociales.
- Mensajes con capacidad de orientar la influencia en la opinión y decisión en los destinatarios.
- Mensajes no éticos, que se enfocan en asuntos muy sensibles para el destinatario.
- Mensajes que postulan la problemática, así como una solución velada y dirigida.

2.3.1.4. La problemática de las *fake news*. Blázquez (2018) dice que las noticias falsas se han convertido en un recurso estratégico, debido al poder de influencia social, política y económica.

Entre los principales medios de difusión sobre información falsa se encuentran las redes sociales, adquiriendo un papel muy relevante por los siguientes motivos:

- a. Facilitan la información a las personas que están conectadas a las redes sociales.
- b. Que la mayoría del conocimiento que el público objetivo permite aplicar mensajes y noticias con el ajuste correspondiente a cada destinatario, aumentando la posibilidad de influir.
- c. Las redes ayudan a que las personas puedan interactuar entre sí, por lo que esto también ayuda a que noticias falsas se difundan entre ellos.
- d. En las redes sociales todas las personas tienen la libertad de expresarse y publicar la información que deseen, incluso, información falsa, pero creíble, que se difundirá entre las personas hasta que uno de ellos se dé cuenta del error y lo desmienta.
- e. Al tener la libertad para publicar información, ya sea verdadera o falsa, en las redes, estas evitan que la capacidad crítica de sus usuarios sea baja.

Una de las principales consecuencias de la profusión de las noticias falsas es la pérdida de la credibilidad de los medios de comunicación. Las personas saben que algunas empresas de información ocultan gran parte de la información o manipulan la información que pueda afectar a una empresa o institución, incluyendo al gobierno, y creen menos en ellas. Además, existen grupos que se encargan de promover programas de autopublicación de noticias falsas, con el objetivo de contaminar un ecosistema de información, empleando un estilo de comunicación similar presentado en las noticias legítimas, que produzca falsos negativos en los programas de identificación.

En el Perú existe mucha desinformación y una gran cantidad de personas propensas a la manipulación de medios masivos, políticos, corporaciones, etc., incluso poseyendo un alto nivel formativo. Según Chen y Lee (2015), esto no impide

que compartan en redes sociales mensajes de carácter desinformador, ya que es un tema que depende del carácter social, a lo cual se denomina posverdad.

Por ejemplo, muchas personas optaron por creer y divulgar noticias de supuestas medicinas o sustancias que prevenían o, incluso, curaban la covid-19, por la necesidad emocional de cubrir los vacíos de la incertidumbre en tiempos de crisis.

Por otra parte, existe un uso de la posverdad como arma política cuando hay “falta de credibilidad en las instituciones, el uso de las redes sociales para informarse y la aparición de políticos sin escrúpulos” (Muñoz, 2017, como se citó por Cabrera, 2018).

Estos puntos explican por qué en el Perú muchas personas creen sin pensarlo dos veces en las noticias falsas que circulan en sus redes sociales y redes de mensajería privada como WhatsApp. En la medida en que la mayoría de peruanos no confían ni en las instituciones ni en las autoridades, buscan sus propias fuentes de información, aun cuando muchas de estas son poco confiables. De hecho, el 40% de noticias sobre salud en Facebook es falsa. La cuestión es saber elegir en qué fuentes confiar.

2.3.2 Prescriptores

2.3.2.1. Definiciones. Según Castelló y del Pino (2015), un prescriptor es alguien que, por su personalidad y por sus conocimientos sobre algo importante, genera corrientes de influencia por sus opiniones, valoraciones ante un hecho. De acuerdo con Núñez (2018) en su blog, define al prescriptor como una persona que tiene conocimiento sobre un tema en específico y puede influir en un determinado público cuando comparte su opinión en este mismo.

Al hablar sobre la definición de los prescriptores, se puede llegar a confundir con el término *influencer*, ya que ambos deben informar y opinar sobre un producto o hecho específico e influyen en cierto público objetivo. Sin embargo, las recomendaciones u opiniones de los prescriptores son hechas a base de sus conocimientos, además de su experiencia laboral y académica, y sin cobrar por esa función.

La labor de un prescriptor es muy importante en el contexto periodístico, pues al tener mucha influencia y credibilidad en la sociedad por ser profesionales y solo enfocarse en temas de su conocimiento, ayudan a contrarrestar las noticias falsas que circulan mayormente en las redes sociales.

De la misma manera, Borges (2013) plantea que los prescriptores son personas o entidades que son capaces de influir en un determinado público, ya sea en su opinión, valoración o decisión al momento de comprar. Estos pueden ser medios de comunicación, famosos o personas con especialidad que influyan a un determinado público.

Se concluye que los prescriptores son los líderes de opinión con un respaldo en su trayectoria profesional para emitir comentarios sobre un tema en específico y poder informar a la población. Además, son divulgadores científicos que trabajan en la construcción de su marca personal tomando en cuenta los *insights* de su público objetivo para decidir los temas que van a compartir y mejorar sus estrategias de comunicación.

2.3.2.2. Características de un prescriptor. Méndez (2020) señala que los prescriptores que se dedican a contrarrestar las *fake news* presentan las siguientes características:

- Tienen experiencia, sus opiniones o comentarios solo se basan en temas que son de su conocimiento.
- Su mensaje es constructivo e informativo.
- A diferencia de los influencers, solo se enfoca en temas de su experiencia y conocimientos.
- Su intención es ayudar a cierto público objetivo a mantenerse informado, sin fines de lucro.

2.3.2.3. Prescriptores peruanos. Personal de salud, científicos, investigadores, periodistas y afines, de nacionalidad peruana, han brindado gran apoyo a sus compatriotas en torno a las noticias de la pandemia covid-19 en el Perú, por medio de sus redes sociales para combatir la desinformación, teniendo buena aceptación del público y gran credibilidad. Por ejemplo:

- Mateo Prochazka es epidemiólogo graduado de la Universidad Peruana Cayetano Heredia y científico senior en la Sanidad Pública de Inglaterra. En una entrevista al diario *El Comercio*, comentó haber visto a muchas personas con dudas sobre este nuevo virus, preguntas que eran fáciles de responder, pero debido a la poca información del país, no las sabían y que, debido a su trabajo, que era buscar una respuesta al nuevo coronavirus en el Reino Unido, decidió reactivar su cuenta de Twitter para poder ayudar a los peruanos brindándoles información veraz. La respuesta de la gente tuvo bastante éxito, por lo que ahora cuenta con más de 30 mil seguidores. Además, agregó que es una gran responsabilidad comunicar las cosas de manera precisa y clara, y no fomentar la desinformación.
- Alejandra Ruiz León, Bioquímica de la Universidad de Navarra, en el diario *El Comercio* comentó que ya tiene un año haciendo contenido para Instagram (mitocondria.cc), y cuando apareció lo del coronavirus creyó que era el momento para informar sobre el nuevo virus, desmentir la mayoría de noticias que se veían en las redes. Ahora cuenta con más de 19 mil seguidores. También agregó que los científicos son clave para entender los estudios que se hacen referente a este virus y poder explicarlo a los peruanos.
- Gabriela Osterling, una periodista reconocida por haber trabajado en grandes empresas de periodismo como CNN, cuenta con un blog donde publica columnas y podcast y por mantener informados a sus seguidores a través de la red social Instagram, subiendo historias diariamente sobre la actualidad en el mundo. A pesar de informar ampliamente sobre las noticias en el mundo, desde que empezó la pandemia en el Perú, ha decidido darle mucha más importancia a este tema, pues comenta que veía puras cosas superfluas en las redes, que no era lo mejor para la sociedad. Gabriela también estudió historia y se dio cuenta de que podría entender lo que sucedía alrededor, por lo que luego

estudió periodismo, para poder aportar, gracias a sus conocimientos, algo a la sociedad.

2.3.3. Fact checking

2.3.3.1. Definiciones. De acuerdo con el Diccionario Cambridge (2022) define el término *fact checking* como “el proceso de verificar todos los hechos en un escrito, un artículo de noticias, un discurso, etc. sean correctos”.

Por otro lado, para el Diccionario Oxford (2022), el *fact checking* es un proceso que busca “investigar un problema para verificar los hechos”, lo cual constituye la verificación de hechos, la variación y el alcance de sus prácticas, así como los factores y contextos sociales, políticos y culturales en los que se desarrolla la verificación de hechos.

Rodríguez (2020) sostiene que el objetivo principal del *fact checking* debe ser verificar noticias con información dudosa que impacten en la sociedad. Investigar sobre ella, con la finalidad de proporcionar publicaciones de información clara y veraz.

En Factcheck.org, la verificación de datos es parte del periodismo, pero, tratar específicamente la verificación de noticias, es decir, dedicarse por completo a desmentir aquellas llamadas *fake news* en internet, empezó con la prensa anglosajona a partir del siglo XXI.

La verificación de datos es muy importante dentro del periodismo, para ofrecer una información de calidad al público, y su rol en medio de una pandemia ha sido determinante para la toma de decisiones de muchas personas.

2.3.3.2. Función del fact checking. Con la información recolectada, se entiende que el fin del *fact checking* es verificar si los discursos públicos coinciden con la realidad y datos disponibles, aplicando el análisis de fuentes y otras técnicas, y con todo esto brindar las herramientas a la sociedad para formar un pensamiento crítico sobre lo que ven y escuchan y, así, poder tomar mejores decisiones.

Los resultados de las verificaciones promueven el derecho a la información, puesto a que se encuentran disponibles en plataformas de internet de libre acceso y,

además, los ciudadanos pueden acceder a los metadatos, bases de datos públicas, bibliotecas digitales y fuentes.

Según Vásquez y Vizoso (2019) el rol de los profesionales que se dedican a la verificación es “aclarar y arrojar luz a todas aquellas informaciones construidas de forma no adecuada o falsa”.

2.3.3.3. Proceso del *fact check*. Si bien cada empresa de *fact checking* tiene sus propios métodos, los procesos más generales son los siguientes, según Lotero et al. (2018):

- Seleccionar una declaración de interés, para lo cual deben hacer una revisión permanente de los medios de comunicación y redes sociales. Luego, antes de investigar, se eligen en el Consejo de Redacción.
- Por otro lado, permiten que los usuarios soliciten frases por verificar.
- Consultar al autor de la declaración, lo cual les deja aportar más detalles, explicarse o corregirse. Aunque, la mayoría de veces, se niegan a dar declaraciones.
- Contrastar los enunciados con fuentes fidedignas, como instituciones del estado y autoridades en el tema.
- Averiguar en fuentes como expertos en temáticas diversas, con ausencia de conflictos, e identificar y consultar fuentes documentales, dependiendo del caso.
- Estructurar un entorno informativo y explicativo, sin opinar, solo mostrando la información recopilada con una base lógica que dé al usuario un alcance y pueda sacar sus propias conclusiones.
- Valorar la postulación en un rango de seis distintivos de lo que puede ser real o falso, por lo que debe servir como un embudo para convertir más interesante la información sobre el chequeo.

Se aprecia que el proceso de fact checking es muy similar al de la producción de noticias, pero que se enfoca en presentar la información lo más clara y confiable posible para el entendimiento del receptor.

2.4. Cuadro de categorías apriorísticas

Variable	Definición	Aspectos	Subaspectos	Indicadores	Ítems de entrevista
FACT CHECKING	Rodríguez (2020) sostiene que el objetivo principal del <i>fact checking</i> debe ser verificar noticias con información dudosa que impacten en la sociedad. Investigar sobre ella, con la finalidad de proporcionar publicaciones de información clara y veraz.	Verificación	Selección	1. selección de la noticia que se va a verificar	1. A. ¿En qué fuentes sueles encontrar noticias falsas? 1. B. ¿Qué características tomas en cuenta para identificar el contenido que vas a verificar y compartir?
				2. Consulta con la fuente donde fue hallada la noticia falsa.	2.A. ¿Antes de verificar la información tratas de contactar con la fuente donde encontraste la noticia dudosa?
			Investigación	3. Confrontación de la declaración con una autoridad en la temática	3.A. ¿Consultas a algún otro personaje reconocido que domine el tema?
				4. Consultar expertos y fuentes documentales	4. A. ¿Consultas a expertos y fuentes documentales?
		Producción "Fase oculta de la construcción de la noticia". (Alsina, 1989, como se citó en Retegui, (2017)	Redacción	5. Estructuración de la información	5.A. ¿Cómo organizas la información? 5.B ¿Cómo es el proceso de elaborar el contenido que vas a publicar?
				Edición	6. Clasificación de publicaciones
		Publicación	Proceso para publicar	7. Tiempo total de trabajo	7.A. ¿cuánto dura todo el proceso de verificar una noticia, preparar el contenido y publicarlo?

III. METODOLOGÍA EMPLEADA

3.1 Tipo y nivel de investigación

La presente es una investigación cualitativa de tipo básico; es decir, orientada a la obtención de un nuevo conocimiento. (Zorrilla. 1993)

3.2. Población y muestra de estudio

3.2.1. Población

Tamayo y Tamayo (2002) afirman que la población es el grupo de unidades que conforman el fenómeno adscrito a la investigación, siendo necesario cuantificar el grupo de unidades que tengan una misma característica en común.

Para esta investigación la población está conformada por diferentes prescriptores peruanos que combaten la desinformación sobre covid-19 en sus redes sociales.

3.2.2. Muestra

Los cinco prescriptores fueron seleccionados por conveniencia, de acuerdo a la facilidad de acceso y disponibilidad de las personas. Se tomaron en cuenta los siguientes criterios:

- Que sean prescriptores con dominio del tema de covid-19.
- Que sean peruanos.
- Que tuvieran al menos tres publicaciones de *fact checking* de covid-19 entre mayo y septiembre del 2020.
- Que tuvieran reacciones positivas de su público en dichas publicaciones.
- Que tuvieran más de 700 seguidores.

Se trata, además, de una muestra no representativa. Sin embargo, Wang, citado en Lotero et al. (2018), señala que en la era *big data*, los procesos de investigación pueden enriquecerse aún más con la estrategia *thick data*: existen datos importantes de una muestra seleccionada, con un tamaño que no es estadísticamente significativo. De esta manera, se valida la elección de cinco prescriptores peruanos seleccionados por conveniencia para esta investigación.

3.2.2.1. Cuadro descriptivo de los prescriptores seleccionados

<i>Nombre</i>	<i>Perfil profesional</i>	<i>Usuario / Link</i>
Gabriela Osterling	Historiadora y periodista, con experiencia laboral internacional en cadenas como CNN. A través de sus historias de Instagram genera participación e informa sobre temas polémicos y dudosos sobre lo que viene ocurriendo en torno a la pandemia. (9088 seguidores).	Instagram: @confiososinfiltró Link: https://www.instagram.com/confiososinfiltró/?hl=es-la
Nahuel Monteblanco	Físico y divulgador científico peruano Nahuel Monteblanco. A través de Científicos.pe – plataforma de divulgación científica– y sus redes sociales, como Instagram con más de 1433 seguidores, ha tenido un papel muy activo durante la pandemia, sobre todo, desmintiendo noticias falsas.	Instagram: @cientificos.pe Link https://www.instagram.com/cientificos.pe/ Web: Científicos.pe
Javier Castillo	Decano del Colegio Químico Farmacéutico de La Libertad. Institución que ha tenido un papel muy importante desmintiendo noticias falsas sobre covid-19 en su Facebook de 9 901 seguidores.	Facebook Colegio Químico Farmacéutico De La Libertad - Trujillo Link https://www.facebook.com/CQFLL
Miguel Montenegro Cockburn	Médico cirujano, cuenta con un laboratorio de pruebas moleculares. A inicios de la pandemia realizaba videos en su cuenta de Instagram @memcockburn para informar y desmentir sobre noticias falsas que circulaban por las redes. Ganando un gran reconocimiento por ello.	Instagram @memcockburn Link: https://instagram.com/memcockburn?igshid=YmMyMTA2M2Y=

<p>Juan Carlos Samamé Pérez Vargas</p>	<p>Médico especializado en Oncología, con maestría en Investigación Médica, comunicador y emprendedor. A través de sus redes sociales, Facebook, Instagram y YouTube, comenta temas de salud que sean de interés común de una forma fácil de entender. Incluyendo temas sobre la covid-19.</p>	<p>Facebook Dr. JC Samamé Perez-Vargas Link https://www.facebook.com/Dr-JC-Samam%C3%A9-P%C3%A9rez-Vargas-107930084334744/</p> <p>Instagram @dr.jcsamamepv Link https://instagram.com/dr.jcsamamepv?igshid=YmMyMTA2M2Y=</p> <p>YouTube Dr. JC Samame Perez Vargas Link https://youtube.com/channel/UCo3Vea6dT2C9kltlvejVMPg</p>
--	--	--

3.3. Diseño de investigación:

Descriptivo. Según Matos y Vera (2017), este permite diseño confirmar datos y cualidades del objeto estudiado. Se representa en la siguiente figura:

M1 _____ O1

Donde:

M1: Muestra de prescriptores seleccionados.

O1: Proceso de *fact checking* que realizan los prescriptores.

3.4. Técnicas e instrumentos de investigación

3.4.1. Técnica: entrevista

Según Mata (2020), en la investigación cualitativa, la entrevista es una técnica muy utilizada para la recolección de datos, ya que permite ahondar en un tema y obtener información más amplia, profunda y sustancial. En conclusión, se

entiende que se trata de una conversación para cumplir los objetivos de investigación.

3.4.2 Instrumento: guía de entrevista

Con la finalidad de que al momento de conversar con los prescriptores sobre su proceso de *fact checking*, se pueda obtener información más precisa y ordenada, y evitar información innecesaria, y además poder sistematizar, y analizar mejor los resultados.

Según Schwab (2020) las entrevistas estructuradas tienen la ventaja de poder ser aplicadas por dos investigadores al mismo tiempo sin ningún problema, como es el caso de esta investigación.

La guía de entrevista se realizó tomando como base los indicadores del cuadro de categorías apriorísticas, que son las fases del *fact checking*, como la selección de la noticia, elaboración, clasificación y el tiempo total del trabajo. (Ver anexo 1.1).

3.5. Procesamiento y análisis de datos

Esta investigación es descriptiva, transversal y cualitativa, por lo cual se eligió como instrumento la guía de entrevista.

Después de la investigación teórica y conceptual, se realizó el Cuadro de Categorías apriorísticas, gracias al cual se redactó las preguntas de la guía de entrevista.

Se solicitó a tres expertos del periodismo, docentes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, la validación de la misma. Quienes usaron una rúbrica de evaluación que brinda la Universidad Privada Antenor Orrego que califica la coherencia, claridad, comprensión y relevancia. (Ver anexo 1.2) Luego se hicieron las respectivas correcciones.

Finalmente, para analizar y procesar las respuestas, se diseñó una Matriz de resultados. (Ver anexo 1.3)

IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación de resultados

4.1.1. Ítem 1: Selección de la noticia que se va a verificar

Declaraciones de apoyo	Tendencias
<p>1. A. En las redes sociales</p> <p>1. B. Que tenga que ver con los temas que suelo compartir, siento que es importante que haya un hilo conector siempre con lo que yo comparto, pero hay nuevos personajes, nuevo contexto, nuevas situaciones”. (Gabriela Osterling, @ConfiesoSinFiltro)</p> <p>1.A. Noticias falsas encuentro mucho en las redes sociales, incluyendo WhatsApp, porque no se verifica, se comparte sin verificar, entonces no se sabe si el estudio es real o qué resultados han tenido.</p> <p>1.B. “Primero que tenga las referencias, eso es fundamental y buscar el supuesto estudio, si es que lo han citado, quien lo ha dicho, una vez que uno encuentra eso, ir y entrar a ver si es que ese científico existe y si el estudio de verdad ha sido realizado.” (Nahuel Montebianco, de Cientificos.pe)</p> <p>1.A. “En las redes sociales, Facebook, WhatsApp, y la gente que no conoce empiezan a rebotarla. Se le llama Infodemia.”</p> <p>1.B. “Fuentes no científicas. A veces no son de estudios, sino de pequeños ensayos, pero hay que saber cuáles son las fuentes. También una valoración estadística, y ver si este puede entrar a considerarse como un ensayo clínico. Si no tiene fuente, inmediatamente yo dudo. Además, para confiar tengo que ver si garantizan la objetividad, imparcialidad del mismo.” (Javier Castillo, decano del Colegio Q.F. de La Libertad)</p> <p>1A. “Encontraba muchas noticias falsas era en periódicos <i>online</i>, periódicos informales en redes sociales o en páginas Web, donde el tipo de sistema que tienen es muy clic bate.”</p> <p>1.B. “Escogía los temas a tratar de acuerdo a lo que veía en mi entorno real, lo que veía en noticias y redes sociales. De ahí me armaba una idea de cuáles eran las dudas principales.” (Miguel Montenegro Cockburn, @Memcockburn)</p> <p>1.A. “En internet básicamente, cadenas en YouTube, es un lugar</p>	<p>1.A. Los cinco coinciden en que las noticias falsas se encuentran en las redes sociales, sobre todo en Facebook y WhatsApp. Sin embargo, el doctor Samamé cree que el origen de las noticias falsas está en YouTube.</p> <p>1.B. Los criterios tomados en cuenta por los prescriptores para elegir el contenido que van a verificar y compartir son que sean de un tema que ellos dominan, que sea un contenido de fuentes dudosas o escasas, o temas polémicos que causan desinformación.</p>

<p>donde suelen poblar muchas noticias falsas. Añadiría quizás una red social, porque a partir de YouTube mucha gente lo dije o transcribe cadenas que se pasan por los chats, por WhatsApp, algunos foros de Facebook.”</p> <p>1.B. “Primero la fuente. Luego, ver si tienen algún concepto común o científico, o sea el contexto. El tipo de estudio en el cual se basan. Creo que con estos tres puntos puedes ver si lo que están planteando es verdad.”</p> <p>(Juan Carlos Samamé Pérez Vargas, @dr.jcsamamepv)</p>	
--	--

4.1.2. Ítem 2: Consulta de la fuente donde fue hallada la noticia falsa

Declaraciones de apoyo	Tendencias
<ul style="list-style-type: none"> ● “Yo no leo fuentes no confiables, me guío netamente de periódicos especialmente internacionales.” (Gabriela Osterling, @ConfiesoSinFiltro) ● “Muchas veces yo me he contactado con diarios, periodistas, muchos casos pidiendo y en otros exigiendo que se retire y que se haga una corrección a lo que está escrito. En muchos casos lo cambian y en otros casos, por alguna razón, ciertos periodistas saben que lo que están indicando no es cierto, pero por cuestiones de manejo de la empresa no pueden cambiarlo.” (Nahuel Monteblanco, de Cientificos.pe) ● “Es un poco difícil por la libertad de expresión.” (Javier Castillo, decano del Colegio Q.F. de La Libertad) ● “Si, lo hice un par de veces con dos personas en Instagram, que fue sobre el mismo tema. Cuando empezaron las huelgas del año pasado por la vacancia de Martín Vizcarra, estábamos en plena pandemia, dos personas en Instagram, una que es periodista y otra que es comunicadora científica, compartieron una noticia diciendo que no existía evidencia de que las huelgas tengan alguna relación con incidencia de casos, entonces simplemente usado lógica, uno sabe que el virus se contagia por el aire, que la distancia tiene que ver con el contagio, se sabe que incluso usando equipo de protección se puede contagiar y estas dos personas decían que no había evidencia científica de que sea así, a mí me pareció raro y me puse a investigar y hay algunos artículos científicos del instituto nacional de salud de Estados Unidos y efectivamente en este artículo decía que si había relación entre las huelgas y contagios. Yo les mandé 	<p>Tres de ellos consultan la fuente donde se halló la noticia falsa, para hacerle saber sobre la inexactitud de la información y ofrecerle la oportunidad de esclarecer el asunto, pero reconocen que, por lo general, esta no se retracta. Los otros dos suelen tener temor o desinterés de involucrarse con estas fuentes dudosas.</p>

<p>este artículo a esas dos personas y no tuve ninguna respuesta de las dos, tampoco eliminaron la publicación. Marcos Sifuentes y mitocondria” (Miguel Montenegro Cockburn, @Memcockburn)</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Alguna vez lo he hecho, en Instagram hay una radio que tiene un foro donde comentan noticias falsas, he comentado y claro que ha habido algunas batallas dialécticas vía teclado, puesto que son muy agresivos para poder responder. Ellos se quedan con su postura.” (Juan Carlos Samamé Pérez Voargas, @dr.jcsamamepv) 	
--	--

4.1.3. Item 3: Confrontación de la declaración con una autoridad en la temática

Declaraciones de apoyo	Interpretación
<ul style="list-style-type: none"> • “Sigo a distintos periodistas, leo sus columnas y me informo por ahí, pero repito, no me informo a través de fuentes no verificadas”. (Gabriela Osterling, @ConfiesoSinFiltro) • “Sí y tiene que ser una persona que domine el tema, que tenga los estudios necesarios como para dar respuesta a las preguntas. Es importante que existan estas bases de datos, donde se pueda uno apoyar y encontrar a estos especialistas para poderles pedir algún comentario, su aprobación si es que algún artículo es falso y no solamente quedarse en una sola fuente. Entonces busquemos siempre a los especialistas, estén o no estén en el medio.” (Nahuel Monteblanco, de Cientificos.pe) • “A nivel local sí, invitamos a tres médicos bastante distinguidos. Inclusive dirigidas a nuestra autoridad máxima, el Gobernador Regional, pidiéndole una serie de explicaciones y aclaraciones referentes a su pésima política del control que no se hizo durante la pandemia.” (Javier Castillo, decano del Colegio Q.F. de La Libertad) • “Estadísticas, lo sacaba de una página llamada Worlometer.com que saca las estadísticas de todo a nivel mundial o la página de John Hopkins, que es un hospital de Estados Unidos, donde salía información sobre covid y también te daba información actualizada. Si era un tema de prevención, veía información de la CDC, que es como un organismo controlador de enfermedades en USA, y en NIH.” (Miguel Montenegro Cockburn, @Memcockburn) • “Si es algo que no domino, sí suelo ir, por ejemplo, en el tema de covid, a mis contactos que son infectólogos.” (Juan Carlos Samamé Pérez Vargas, @dr.jcsamamepv) 	<p>Todos consultan a personas que dominan el tema para poder contrastar la información.</p>

4.1.4. Item 4: Consultar expertos y fuentes documentales

Declaraciones de apoyo	Tendencias
<ul style="list-style-type: none"> ● “En mi blog leo los diarios y reduzco la información, algo comprensible y amigable y de ahí lo comparto.” (Gabriela Osterling, @ConfiesoSinFiltro) ● “Siempre busco referencias académicas para poderlas citar. Es muy importante eso. Por otro lado, busco la colaboración de colegas de diferentes ramas para que puedan aportar sus puntos de vistas y también sus fuentes. Hay que buscar siempre colegas con diferentes puntos de vista. Y es así siempre buscar fuentes y ver contactos que puedan aportar a un artículo que quieres hacer.” (Nahuel Monteblanco de científicos.pe) ● “A personal internos y externos al Colegio, dependiendo del tema. Docentes universitarios e investigadores reconocidos. La información brindada ha sido en base a investigaciones propias y fuentes documentales.” (Javier Castillo, decano del Colegio Q.F. de La Libertad) ● “Como médico general, basta con tener buena base científica para informar y por eso no consultaba con expertos.” (Miguel Montenegro Cockburn, @Memcockburn) ● “Revistas científicas, en el tema de los libros solo para la parte formativa.” (Juan Carlos Samamé Pérez Vargas, @dr.jcsamamepv) 	<p>Los cinco prescriptores se apoyan de fuentes confiables, como diarios, revistas científicas o libros.</p> <p>También consultan con expertos sobre el tema que se va a tratar, quienes aportan su punto de vista a la noticia por verificarse.</p>

4.1.5. Item 5: Estructuración de la información

Declaraciones de apoyo	Tendencias
<p>5.A “Básicamente leo los distintos temas y después los converso, como en un “programa de televisión” pero a través de mis historias, pero básicamente leo todo y de ahí lo converso de manera casi que social, lo hago de una manera en forma de conversión con mis seguidores, lo trato de hacer entendido.”</p> <p>5.B “No hay un proceso, Leo las noticias, apuntó un poco de información y luego lo tengo a mi costado mientras hago mis videos por si se me olvida algo.” (Gabriela Osterling, @ConfiesoSinFiltro)</p> <p>5.A. “Lo primero que hago es ver un objetivo fijo y parto de ese objetivo. Luego comienzo a buscar puntos que me puedan ayudar a causar un impacto importante al comienzo del artículo.”</p> <p>5.B. “Las fotos son muy importantes porque al ser escrito ahora las personas no leen mucho, entonces tiene que ser un artículo entretenido.” (Nahuel Monteblanco de científicos.pe)</p> <p>5.A. “Nos programamos, según el comportamiento de la sociedad. Se fue hablando mucho en los medios y en las redes del dióxido de cloro, entonces hablamos sobre eso”.</p> <p>5.B. “Se les avisa con el plazo de una semana para que puedan prepararse en el tema, luego viene la parte de la difusión y/o de la grabación.” (Javier Castillo, decano del Colegio Q.F. de La Libertad)</p> <p>5.A. “A mí me gustaba hacerlo en un cuaderno físico y yo siempre cuando estaba en la universidad hacia muchas preguntas, siempre escucho podcast y temas que me interesan. Trataba de ponerme en la situación de alguien que quiera aprender sobre este tema y no lo conoce bien, y de cómo me portaría, que preguntas haría. Entonces en mi cuaderno armaba un bosquejo y de las preguntas que haría respecto a ese tema, entonces ahí ponía información, tenía 2 o 3 fuentes de información diferente y era súper importante para mí ser lo más riguroso posible. Lo estructuraba así, introducción, un poco de historia sobre lo que iba a hablar, luego situaciones comunes que tenían que ver con el tema y luego un poco de información científica, información un poco más difícil de digerir de repente, como para ya</p>	<p>5.A. Los cinco coinciden en que primero se debe elegir un tema de interés social, leer sobre ello y buscar fuentes confiables para la elaboración de la información.</p> <p>5.B. Los cinco tienen distintas maneras de elaborar el contenido a publicar:</p> <p>Gabriela solo se prepara leyendo y luego hace un <i>live</i> en Instagram para poder interactuar con sus seguidores mientras va explicando. Nahuel Monteblanco busca imágenes que puedan acompañar el artículo y así sea más llamativo para los lectores, o hace conversatorios en vivo entrevistando a un especialista. Javier Castillo, avisa a los especialistas con una semana de anticipación, para que puedan prepararse e informarse a través de videos que son subidos a su página. Miguel Montenegro grababa videos que duraban 45 minutos y tenía que editarlos para que los videos no pasen de los 20 minutos. Y, por último, Juan Carlos Samamé, primero hace la búsqueda de fuentes, la corroboración, luego la escritura y el desarrollo.</p>

<p>haberse acostumbrado al tema y al final las conclusiones y dudas que quedan sin resolver.”</p> <p>5.B. “Los videos que grababa duraban 45 minutos, tenía que editarlos para que los videos no pasen de los 20 minutos.” (Miguel Montenegro Cockburn, @Memcockburn)</p> <p>5.A. “Lo que yo hice durante la pandemia fue tratar de traducir lo que yo sentía o veía al mi alrededor que no era muy bien explicado o no se entendía. Vengo hace tiempo tratando de desmentir o aclarar todo el panorama oncológico, así que creo que algo de experiencia tengo en convertir algo que no es sencillo y eso lo apliqué en el tema de covid de forma natural, porque directamente, en mi entorno veía que había mucha duda y me preguntaban también.”</p> <p>5.B. “No es fácil, para mi tiene varias etapas, primero la búsqueda de fuentes, la corroboración, luego la escritura y el desarrollo. Yo mismo hago el contenido escrito y visual, tengo una persona que me ayuda con el tema de arte visual, pero yo hago todo lo demás, entonces es más chamba.”</p> <p>(Juan Carlos Samamé Pérez Vargas, @dr.jcsamamepv)</p>	
---	--

4.1.6. Item 6: Clasificación de publicaciones

tendencias/interpretación	Tendencias
<ul style="list-style-type: none"> ● “Creo que no tiene mucho que ver con lo que yo hago.” (Gabriela Osterling, @ConfiesoSinFiltro) ● “En ese sentido, las noticias que publicamos generalmente son verificadas, las verificamos, pero no las clasificamos. No sabríamos cómo clasificar las noticias que son correctas o incorrectas o si son pertinentes.” (Nahuel Monteblanco de científicos.pe) ● “No.” (Javier Castillo, decano del Colegio Q.F. de La Libertad) ● “Traté de ordenarme para más o menos generar una consistencia en el tipo de material que producía. Por ejemplo, los miércoles las reuniones con Mariano y hablar sobre el tema de covid y aparte de eso, soltar un video a la semana sobre tema variados, no llegue a tener un programa elaborado, no creo. En verdad era bastante basado en mi interpretación del ambiente y de lo que a mí me gustaba hablar.” (Miguel Montenegro Cockburn, @Memcockburn) 	<p>Los tres primeros coincidieron en que no clasifican las noticias que van a publicar. Miguel Montenegro, no tiene una programación muy elaborada, pero sí sube temas de covid todos los miércoles. Por último, Juan Carlos Samamé, tiene una cuenta de Instagram donde divide los temas que hablará por colores.</p>

<ul style="list-style-type: none"> ● “Hasta hace un año estaba muy desordenado porque todo era covid, pero, al bajar el tema covid, también empecé a sumar temas de contenido médico general y ahora ya lo tengo segmentado en tres temas o en tres líneas editoriales, como lo quieras ver, las publicaciones de color blanco son netamente de covid, la azul es para temas de medicina general y la naranja que es para gemas vinculados a deportes y salud mental.” (Juan Carlos Samamé Pérez Vargas, @dr.jcsamamepv) 	
--	--

4.1.7. Ítem 7: Tiempo total de trabajo

tendencias/interpretación	Tendencias
<ul style="list-style-type: none"> ● “Puede durar entre 20 minutos o puede durar un día entero, depende de la noticia que estoy leyendo y de la profundidad que le quieras dar.” (Gabriela Osterling, @ConfiesoSinFiltro) ● “Si es un artículo de moda, puede demorar dos semanas, si es una noticia que va a ser verificada y publicada, nos puede tomar un día.” (Nahuel Monteblanco de científicos.pe) ● “Más o menos será cuestión de una semana.” (Javier Castillo, decano del Colegio Q.F. de La Libertad) ● “Probablemente 1 día o unas 12 o 14 horas, entre lectura, armar el guion, buscar las fuentes, leerlas, filmar y editar. En algunos videos quizás un poco más.” (Miguel Montenegro Cockburn, @Memcockburn) ● “Si lo vemos desde que ya me siento a buscar información, editarlo y publicarlo, puede durar una o dos horas.” (Juan Carlos Samamé Pérez Vargas, @dr.jcsamamepv) 	<p>Comentaron que depende de la noticia y cómo será publicada. El proceso de verificación de datos puede demorar desde 20 minutos o una hora hasta 14 horas o incluso dos semanas.</p>

V. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

En respuesta al objetivo general de la investigación, los resultados señalan que el proceso de *fact checking* sobre covid-19 de los prescriptores peruanos comienza con una revisión y selección de noticias. En ese sentido, su labor es coincidente con la labor del editor o guardabarreras, planteada por la teoría de los *gatekeepers*, y coincidente también con la forma en que, según Wolf (1998), se inicia el proceso del *newsmaking*. Además, esta selección se basa en distintos criterios (su impacto social y la ausencia de fuentes confiables en el texto noticioso) y, en ese sentido, se asemeja con lo señalado por Salaverría (2020), quien afirma que las plataformas de *fact checking* utilizan diversos criterios de selección.

Respecto de las fuentes donde pueden ser halladas, a diferencia de los datos revelados por la investigación de Herrera (2016), actualmente las *fake news* ya no abundan en los medios impresos, sino que la mayoría se encuentran en las redes sociales, las cuales, según Blázquez (2018), dan libertad para publicar información falsa, que se propaga hasta que alguien la desmienta.

Sobre el proceso de verificación de los prescriptores contrastado con las fases que describe Lotero et al. (2018), hay algunas coincidencias y diferencias. Por ejemplo, en la fase de selección, los prescriptores peruanos están a la expectativa de seleccionar un tema de interés, pero no hay consultas directas del público para un chequeo específico, y tampoco confirman la pertinencia de su selección antes de iniciar la investigación. Una vez iniciada, la mayoría ofrece una oportunidad al autor para retractarse, consultar con expertos y fuentes documentales y estructurar la información. Sin embargo, no clasifican sus publicaciones, función que Lotero et al. propone como parte del *fact checking* que realizan las plataformas digitales de verificación.

Aunque es el primer estudio realizado sobre el *newsmaking* de prescriptores verificadores de datos, y no de medios de prensa, es necesario descubrir los procesos actuales de los líderes de opinión, pues ellos influyen directamente en las decisiones de la sociedad.

- En lo concerniente al primer objetivo específico, los resultados muestran que los prescriptores seleccionan el contenido que van a verificar y publicar, en función

a dos criterios básicos: el primero, si sus fuentes son dudosas y/o escasas, y el segundo, si su naturaleza es polémica.

Esto respalda el profesionalismo y búsqueda genuina de aporte social por parte de los prescriptores, ya que seleccionan aquellas noticias en tendencia, las cuales generan cambios de comportamientos masivos y tomas de decisiones sobre la salud y la vida de muchos peruanos. Por ello, la revisión de la calidad de las fuentes es sumamente importante, y más aún si es una noticia polémica, para detener la posverdad a tiempo.

Precisamente, Blázquez (2018) afirma que una de las principales características de las noticias falsas es no contar con fuentes o provenir de fuentes no confiables. Y, por su parte, Rodríguez (2020) sostiene que el objetivo principal del *fact checking* es verificar noticias con información dudosa que impacten en la sociedad, para ofrecer una información clara y veraz.

En el antecedente *Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la covid-19*, de Salaverría (2020), se halló que las plataformas de *fact checking* Maldita.es, Newtral, y EFE Verifica, otorgan más atención a unas *fake news* que a otras, en base a criterios de selección. Sin embargo, a comparación de los criterios de selección de noticia que aplican los prescriptores peruanos, estos están más orientados a su grado de falsedad y de voluntariedad en su difusión.

- En función al segundo objetivo específico, sobre la pertinencia de las fuentes que los prescriptores consideraron confiables para contrastar la información, los resultados señalan que la tendencia de los prescriptores fue consultar a otros expertos y a fuentes documentales, evitando acudir o invitar a personajes mediáticos.

Considerar acudir a expertos y fuentes documentales, es pertinente y genera más confianza para el público en un contexto de incertidumbre, que acudir a personajes mediáticos, dado que, en la seriedad del caso, es más importante su fiabilidad profesional que su popularidad. De hecho, Lotero et al. (2018) menciona como parte del proceso de la verificación de datos “averiguar en

fuentes como expertos en temáticas diversas, con ausencia de conflictos, e identificar y consultar fuentes documentales, dependiendo del caso”.

En los resultados del artículo *Fact Checking’ vs. ‘Fake News’: Periodismo de confirmación como recurso de la competencia mediática contra la desinformación*, de Lotero et al. (2018)., se describe al portal ColombiaCheck como un medio transparente, puesto que se excluye de la presión publicitaria y de grupos políticos o de influencia, y además comparte su metodología de trabajo verificando las declaraciones de personajes públicos. Esto avala la decisión de los prescriptores de no acudir a personajes mediáticos, pues se concluye que mientras el verificador no tenga asociación a un grupo o personaje de influencia es más confiable para las personas.

- Respecto al tercer objetivo específico, sobre la descripción del proceso de redacción y edición del contenido por publicarse, cada prescriptor tiene su propia rutina de verificación “casera”, fuentes a las que tiene mayor alcance, sus propias herramientas, accesorios y tiempo de producción, y canales de publicación. Pero, ninguno de ellos aplica la clasificación de sus publicaciones. Con esto, se puede conocer la diversidad de procesos que se pueden aplicar para verificar datos. Los prescriptores, a pesar de no trabajar para un medio de comunicación, tienen rutinas de trabajo similares a las de los profesionales de la información, como señala la autora Tuchman (1983), citada en Retegui (2017), quien dice que estas rutinas sirven para sistematizar y definir los hechos noticiables.

Entre los hallazgos obtenidos en la investigación de Lotero et al. (2018), *Fact Checking’ vs. ‘Fake News’: Periodismo de confirmación como recurso de la competencia mediática contra la desinformación*, se determinó que después de seleccionar y contrastar la información, se construye un contexto informativo y explicativo, sin opinar, pero sí clasificando la noticia en una escala de niveles de falsedad. Esto difiere de los resultados obtenidos en la presente investigación sobre la fase de edición del contenido y publicación de los prescriptores peruanos sobre la covid-19 en sus redes sociales.

CONCLUSIONES

1. El *fact checking* sobre covid-19 de los prescriptores peruanos seleccionados coincide en muchos aspectos con el proceso de verificación de datos de los medios periodísticos, pero con algunas excepciones. Para empezar, seleccionan la información que van a desmentir de las redes sociales, tomando en cuenta como criterio el impacto social del tema y su carencia de fuentes confiables. En la etapa de investigación tienden a acudir a las fuentes documentales y a otros especialistas, evitando personajes mediáticos. En la etapa de preparación cada uno tiene su propia rutina de redacción y publicación. Sin embargo, omiten la fase final de clasificación de los chequeos realizados.
2. Las principales características que tomaron en cuenta los prescriptores peruanos para identificar una información que iban a verificar fueron:
 - Temas que pudieran confrontar con sus conocimientos previos respecto de los que tenían material de consulta al alcance.
 - Fuentes escasas y/o dudosas: Los prescriptores peruanos encontraron más casos de *fake news* en Facebook, WhatsApp y YouTube, por ejemplo: sobre medicamentos milagrosos o simples ensayos, mas no de estudios clínicos (con estadísticas que vuelven un medicamento aplicable para todos).
 - Temas polémicos que causan mucha desinformación: Temas relevantes o que estaban causando mucha polémica, como lo fueron las noticias sobre dióxido de cloro e ivermectina, antibióticos, etc. que abrieron muchas especulaciones, faltando la opinión de especialistas en el tema.
3. En cuanto a la pertinencia de las fuentes a las que acudieron los prescriptores, consultaron a otros expertos en un tema específico, evaluando previamente sus perfiles profesionales. Por otro lado, los prescriptores estuvieron en constante consulta documental de revistas científicas, investigaciones y artículos para contrastar la información sobre la covid-19, lo cual fue lo más prudente para informar sobre temas de salud pública.

Además, dejaron de lado a personajes reconocidos o autoridades en el tema. Esto también resulta pertinente, ya que los personajes reconocidos ya tienen cierta reputación positiva o negativa ganada, que pudo influenciar en la reacción del público que se encontraba muy sensible por la crisis.

4. En cuanto al proceso de redacción y edición del contenido que los prescriptores peruanos decidieron publicar entre mayo y septiembre del 2020, cada uno tuvo procesos únicos —desde preparar contenido leyendo y anotando para luego hacer *reels* por Instagram y subir información detallada través de una imagen por *Instagram* o *Facebook*, hasta hacer entrevistas con especialistas, para brindar mayor información—, pero todos hicieron una programación de temas conforme al comportamiento y necesidades de la sociedad. Además, redactaron sus contenidos acudiendo a fuentes documentales contrastadas con entrevistas a expertos. Luego buscaban imágenes para acompañar la información y usaron titulares no sensacionalistas, pero atractivos. Este chequeo se transmitía, con una edición mínima de recorte o en vivo. Se percibe que no hay preocupación por el aspecto estético del contenido, o el alcance estratégico de la publicación. Ninguno de los cinco prescriptores entrevistados hace una clasificación por color, de las publicaciones con respecto a si son falsas, parcialmente ciertas o verdaderas.

RECOMENDACIONES

- A través de las páginas de los prescriptores es posible que no solo se publique fact checking, sino también contenido educativo sobre el buen manejo de las redes sociales y la internet, las cuales se pueden aprovechar para aprender, investigar, y así fortalecer la cultura de responsabilidad social, de comprobar algo antes de compartirlo. Puesto que, según lo investigado, las redes sociales no son el problema, sino el mal uso que se les da.
- Se recomienda a los prescriptores peruanos de las redes sociales que contraten a un comunicador social, que puede apoyar desde un inicio a captar las principales dudas de la sociedad, las costumbres, creencias, e *insights* del público objetivo. Luego aplicar estrategias en la construcción del discurso y el tipo de formato para transmitir el *fact checking*, el cual podría ser más participativo. El profesional de la comunicación aplicaría el diseño gráfico, no solo por estética, sino para hacer digerible y entendible la información compartida, editando, de ser necesario, el material que se publicará según el impacto que se pretende generar. Además de integrar estrategias para tener un mayor alcance.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASALE & RAE. (s. f.). *Posverdad | Diccionario de la lengua española*. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. Recuperado 9 de octubre de 2022, de <https://dle.rae.es/posverdad>

Benavides, J. (2017). *Freelances The Newsmaking, A New Approach For The Approach of The Chronicler Freelancers Productive Routines | PDF | Periodismo | Información*. Scribd.
<https://es.scribd.com/document/473075425/Dialnet-EI-Newsmaking-Un-Nuevo-Enfoque-Para-El-Abordaje-De-Las-Rutin-6057563-pdf>

Borges, V. (2012, octubre 17). *Definición de prescriptor*.
<https://www.metodomarketing.com/marketing-school-blog/definicion-de-prescriptor/>

Cabrera Galindo, E. (2018). *Noticias falseadas: Reacciones desde el periodismo y la política*. <https://idus.us.es/handle/11441/79160>

Calzadilla, C. M. (2022, junio 15). *¿Qué es el fact checking y por qué deben usarlo todos los periodistas? Mundo Posgrado*.
<https://www.mundoposgrado.com/que-es-el-fact-checking/>

Castelló Martínez, A., & del Pino Romero, C. (2015). *Prescriptores, marcas y tuits El marketing de influencia. aDResearch ESIC International Journal of Communication Research, 12(12), 86-107*. <https://doi.org/10.7263/adresic-012-05>

Castromil, A. (s. f.). *El gatekeeper de Kurt Lewin*. Recuperado 7 de septiembre de 2022, de <https://politicaymedios.net/el-gatekeeper-de-kurt-lewin/>

Dionicio, L. & Mamani, C. (2022). *Nivel de Percepción del Ciudadano frente a las Estrategias de Relaciones Públicas de la Gerencia de Imagen Institucional de la Municipalidad Provincial de Trujillo para la prevención de Propagación del COVID19, 2020. Universidad Nacional de Trujillo*.
<http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/19092>

El líder de opinión y la teoría de los dos pasos. (2022, febrero 21). Randstad.
<https://www.randstad.es/tendencias360/el-origen-del-lider-de-opinion-la-teoria-de-los-dos-pasos/>

FACT-CHECKING | significado, definición en el Cambridge English Dictionary.
(s. f.). Recuperado 9 de octubre de 2022, de
<https://dictionary.cambridge.org/es-LA/dictionary/english/fact-checking>

Federación Internacional de Periodistas. (2018, agosto 22). *¿Qué son las Fake News?: Guía para combatir la desinformación en la era de la posverdad.* <https://www.ifj.org/media-centre/reports/detail/que-son-las-fake-news-guia-para-combatir-la-desinformacion-en-la-era-de-la-posverdad/category/publications.html>

Herrera Del Aguila, K. (2016). La verdad informativa y los temas de salud pública. Distorsión de la verdad informativa en el tratamiento impreso sobre la gripe AH1N1. *Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).*
<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/622197>

Klein Gary. (2019). *The Curious Case of Confirmation Bias | Psychology Today.* Psychology Today. <https://www.psychologytoday.com/us/blog/seeing-what-others-dont/201905/the-curious-case-confirmation-bias>

López, G. (2020, mayo 17). *Coronavirus: Tres investigadores peruanos en el mundo que combaten la desinformación sobre el Covid-19.* EL COMERCIO PERÚ. <https://elcomercio.pe/mundo/actualidad/coronavirus-tres-investigadores-peruanos-en-el-mundo-que-combaten-la-desinformacion-sobre-el-covid-19-noticia/>

Los bulos de salud aumentan y baja la confianza en el profesional sanitario.
(2019, noviembre 19). *Salud Sin Bulos.*
<https://saludsinbulos.com/observatorio/bulos-salud-profesional-sanitario/>

Lossio, J. (2012). *Estado, prensa y sociedad frente a la influenza AH1N1.*
<https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/134470>

- Lotero, G., Romero, L. y Pérez, M. (2018). *'Fact-checking' Vs. 'Fake News': Periodismo de confirmación como recurso de la competencia mediática contra la desinformación*. Universidad Pontificia Bolivariana, Colombia; Universidad Internacional de La Rioja y Universidad de Huelva.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6459848.pdf>
- Martín, A., et al. (2020, abril 15). *Fake news y bulos contra la seguridad y la salud durante la crisis del coronavirus | Comprender el COVID-19 desde una perspectiva de salud pública*.
<https://www.easp.es/web/coronavirusysaludpublica/fake-news-y-bulos-contra-la-seguridad-y-la-salud-durante-la-crisis-del-coronavirus/>
- Mata, L. D. (2019, septiembre 17). La teoría en la investigación cualitativa. *Investigalia*. <https://investigaliacr.com/investigacion/la-teoria-en-la-investigacion-cualitativa/>
- Méndez, D. (s. f.). ¿Qué es un Prescriptor? | Glosario de términos de economía y marketing. *Economía Simple*. Recuperado 7 de septiembre de 2022, de <https://www.economiasimple.net/glosario/prescriptor>
- Morán, R. (2012, abril 20). *El «Fact Checking» se impone en la campaña electoral [Francia hoy]*. RFI. <https://www.rfi.fr/es/francia/20120420-el-fact-checking-se-impone-en-francia>
- Moreira, M. (2014). *La epidemia en los medios, difusión pública sobre ciencia en contextos de urgencia. El caso de la Gripe A H1N1 en Buenos Aires 2009 [Maestría, Universidad de Buenos Aires]*.
http://repositorio.filo.uba.ar/bitstream/handle/filodigital/3189/uba_ffyl_t_2015_902721.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Nielsen, R., et al. (2020, abril 18). *Navegando la "infodemia": Así consume y califica las noticias y la información sobre el coronavirus la gente en seis países | Reuters Institute for the Study of Journalism*.
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/navegando-la-infodemia-asi-consume-noticias-e-informacion-sobre-coronavirus-espana-argentina-otros-paises#sub2>

- «Noticias falsas» o «falseadas», mejor que «fake news». (2017, septiembre 28). FundéuRAE. <https://www.fundeu.es/recomendacion/noticia-falsa-falseada-fake-news/>
- Noticias falsas en tiempos de pandemia.* (s. f.). Recuperado 7 de septiembre de 2022, de <https://www.ulima.edu.pe/en/node/17803>
- ¿Qué es un Prescriptor y para que sirve? (s. f.). NeoAttack. Recuperado 7 de septiembre de 2022, de <https://neoattack.com/neowiki/prescriptor>
- Quispe, M. (2019, mayo 8). Fact-checking para combatir la desinformación en las plataformas electrónicas. *Blog de la Facultad de Comunicaciones UPN.* <https://blogs.upn.edu.pe/comunicaciones/2019/05/08/fact-checking-para-combatir-la-desinformacion-en-las-plataformas-electronicas/>
- Retegui, L. (2017). La construcción de la noticia desde el lugar del emisor. Una revisión del newsmaking. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 23, 103. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2017.23.56354>
- Rodríguez, E. (2021, noviembre 5). Afecta sobreinformación al control emocional. *Vida Universitaria - Universidad Autónoma de Nuevo León.* <https://vidauniversitaria.uanl.mx/expertos/afecta-sobreinformacion-al-control-emocional/>
- Rodríguez Pérez, C. (2020). Una reflexión sobre la epistemología del fact-checking journalism: Retos y dilemas. *Revista de Comunicación*, 19(1), 243-258. <https://doi.org/10.26441/RC19.1-2020-A14>
- Salaverría, R. (2020). *Desinformación en tiempos de pandemia: Tipología de los bulos sobre la Covid-19.* 15.
- Sanchez, J. D., & <https://www.facebook.com/pahowho>. (2015, octubre 27). *La comunicación de riesgo: Preguntas frecuentes.* Pan American Health Organization / World Health Organization. https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=11400:la-comunicacion-de-riesgo-preguntas-frecuentes&Itemid=41610&lang=en#gsc.tab=0

Schwab, P. (2020, octubre 26). Investigación cualitativa: 3 tipos de entrevista. *Market research consulting*.

<https://www.intotheminds.com/blog/es/investigacion-cualitative-tips-entrevista/>

Solís, L. D. M. (2020, febrero 4). La entrevista en la investigación cualitativa.

Investigalia. <https://investigaliacr.com/investigacion/la-entrevista-en-la-investigacion-cualitativa/>

Tamayo y Tamayo (2002). El proceso de la investigación científica. Mexico, Noriega editores.

https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/227860/El_proceso__de_la_investigaci_n_cient_fica_Mario_Tamayo.pdf

Teoría de los Dos Pasos. (s. f.). entorno comunicativo. Recuperado 7 de septiembre de 2022, de

<https://comunicativoentorn.wixsite.com/entornocomunicativo/teoria-de-los-dos-pasos>

UNA INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN PURA O BÁSICA. (2016, julio).

[Revista]. Atlante. <http://www.eumed.net/rev/atlante/2016/07/investigacion.html>

UPN. (2019, mayo 8). Fact-checking para combatir la desinformación en las plataformas electrónicas. Blog de la Facultad de Comunicaciones UPN.

<https://blogs.upn.edu.pe/comunicaciones/2019/05/08/fact-checking-para-combatir-la-desinformacion-en-las-plataformas-electronicas/>

ANEXOS

1. Instrumento de recolección de datos

1.1 Guía de entrevista

1. Selección de la noticia que se va a verificar

1. A. ¿En qué fuentes suele encontrar noticias falsas?

1. B. ¿Qué características toma en cuenta para seleccionar la noticia que va a verificar y compartir?

2. Consulta con la fuente donde fue hallada la noticia falsa

2.A. ¿Contacta la fuente donde halló la noticia falsa para darle oportunidad de posibles cambios de opinión basado en la evidencia que encuentra?

3. Confrontación de la declaración con una autoridad en la temática

3.A. ¿Consulta a alguna autoridad o personaje reconocido que domine el tema?

4. Consultar expertos y fuentes documentales

4. A. ¿Consulta a expertos y fuentes documentales?

5. Elaboración del contenido

5.A. ¿Cómo organiza la información?

5.B. ¿Cómo es el proceso de elaborar o editar el contenido que va a publicar?

6. Clasificación de las publicaciones

6.A. ¿Tiene alguna clasificación o segmentación para publicar las noticias verificadas?

7. Sobre el proceso

7.A. En conclusión, ¿Cuánto dura todo el proceso de verificar una noticia, preparar el contenido y publicarlo?

1.2 Fichas de validación de instrumento por juicio de expertos

- **Instrucción:** Califique cada uno de los ítems de acuerdo con los siguientes indicadores.

Categoría	Calificación	Indicador
Coherencia: El ítem tiene relación con la dimensión que está midiendo.	1	El ítem no tiene relación con la dimensión que está midiendo.
	2	El ítem tiene poca relación con la dimensión que está midiendo.
	3	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo.
	4	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
Claridad: El ítem se comprende fácilmente.	1	El ítem no es claro.
	2	El ítem requiere bastantes modificaciones para llegar a comprenderse.
	3	El ítem requiere una modificación específica para llegar a comprenderse.
	4	El ítem es claro.
Relevancia: El ítem es esencial para la investigación y debe mantenerse en el instrumento.	1	El ítem puede ser eliminado sin afectar al instrumento.
	2	El ítem tiene alguna relevancia, pero puede ser sustituido por otro.
	3	El ítem es relativamente importante
	4	El ítem es muy relevante y debe ser incluido

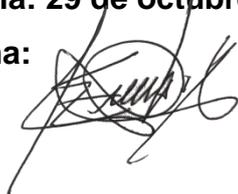
1.2.1 Validación por juicio de experto Edgar Vásquez Acosta

Ítem	Coherencia	Claridad	Relevancia	Observaciones
1	4	4	4	
2	4	3	4	
3	4	3	4	3A Hasta opinión pública, lo demás retirar
4	4	4	4	
5	4	4	4	
6	4	4	4	
7	4	3	4	Describir, mejorar redacción
8	4	4	4	
9	4	4	4	
10	3	3	4	Precisar o re enfocar la redacción del ítem

Juez experto: Edgar Vásquez Acosta

Fecha: 29 de octubre de 2020

Firma:



INFORME DE LA VALIDACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

Yo, Edgar Leonardo Vásquez Acosta identificado con DNI N° 42126513, de profesión Comunicador Social; declaro haber revisado, en condición de experto, el instrumento (cuestionario) correspondiente a la investigación titulada: ANÁLISIS DEL FACT CHECKING SOBRE EL COVID-19 DE PRESCRIPTORES PERUANOS EN SUS REDES SOCIALES ENTRE MAYO Y SEPTIEMBRE DEL 2020, cuyas

autoras son las señoritas Eliana Karina Correa Cáceres y Carmen Valeria Velásquez Sánchez. Luego de revisar exhaustivamente el documento manifiesto que:

Criterios	Valoración		
	Buena	Regula r	Deficient e
Los ítems son coherentes con la dimensión que está midiendo.	X		
Los ítems se han redactado con claridad y se comprenden fácilmente.		X	
Los ítems son relevantes para la investigación y deben mantenerse en el instrumento.	X		

Por tanto, la valoración global del instrumento es:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			X	

Edgar Vásquez Acosta
Magíster



1.2.2 Validación por juicio de experto Ricardo Vera Leyva

POR EL PRESENTE DOCUMENTO DEJO CONSTANCIA QUE:

He revisado los contenidos de la investigación titulada *Análisis del fact checking sobre el covid-19 de prescriptores peruanos en sus redes sociales entre mayo y septiembre del 2020*, conducente a obtener el título de licenciado en Ciencias de la Comunicación y cuyas autoras son Eliana Karina Correa Cáceres y Carmen Valeria Velásquez Sánchez. En mi condición de validador concluyo:

7. En general, existe coherencia y estrecha relación entre el problema de investigación redactado, los objetivos de la investigación considerados (aunque sugiero agregar un tercer objetivo específico), las bases teóricas y conceptuales consignadas y la matriz de categorización temática. Por tanto, los instrumentos considerados para la recolección de la información resultan acertados. Se recomienda, no obstante, revisar los indicadores 3 y 4 porque, de algún modo, son similares. De igual manera, se sugiere eliminar el ítem 3A.
8. Los instrumentos de la investigación redactados son producto de la identificación de categorías y subcategorías para el análisis del tema de estudio. Es decir, en la matriz de categorización temática existe coherencia entre los objetivos, las categorías y las subcategorías de análisis establecidas.
9. Los instrumentos de recolección de datos (guía de entrevista y ficha de observación) son los adecuados para la recolección de información y apropiados para la investigación que se pretende desarrollar.
10. Sin embargo, para asegurar la validez de los instrumentos (de contenido, de criterio metodológico, de intención de observación y finalmente, adecuada presentación y formalidad) debe incluirse las recomendaciones planteadas.
11. Calificación de juicio de experto: **INSTRUMENTOS VÁLIDOS Y APLICABLES CON LA CONDICIÓN DE QUE SE TOMEN EN CUENTA LAS SUGERENCIAS FORMULADAS.**

APELLIDOS Y NOMBRES	Vera Leyva, Ricardo Samuel
GRADO ACADÉMICO	Maestro en Ciencias Sociales
LUGAR Y FECHA	27/10/2020
FIRMA	RVL DNI 26681521

1.2.3 Validación por juicio de experta Selva Karen Castañeda Ulloa

Ítem	Coherencia	Claridad	Relevancia	Observaciones
1	4	4	4	
2	4	3	4	Se está preguntado sobre el criterio de una persona al seleccionar la noticia que verificará y la respuesta puede ser muy genérica. A mi parecer, se debe buscar respuestas con datos más específicos y se debería preguntar, por ejemplo, sobre las características de tiene una noticia o información que lleven a la verificación.
3	4	4	4	
4	4	4	4	
5	4	4	4	
6	4	4	4	
7	4	4	4	

8	4	4	4	
9	4	4	4	
10	4	4	4	

Juez experto: Lic. Selva Karen Castañeda Ulloa

Fecha: 28/10/2020

Firma:



INFORME DE LA VALIDACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

Yo, Selva Karen Castañeda Ulloa, identificado con DNI N° 42230519, de profesión Lic. en Ciencias de la Comunicación; declaro haber revisado, en condición de experto, el instrumento (guía de entrevista) correspondiente a la investigación titulada: “Análisis del *fact checking* sobre el covid-19 de prescriptores peruanos en sus redes sociales entre mayo y septiembre del 2020”, cuyas autoras son las señoritas Correa Cáceres Eliana Karina y Velásquez Sánchez Carmen Valeria.

Luego de revisar exhaustivamente el documento manifiesto que:

Criterios	Valoración		
	Buena	Regular	Deficiente
Los ítems son coherentes con la dimensión que está midiendo.	x		
Los ítems se han redactado con claridad y se comprenden fácilmente.	x		
Los ítems son relevantes para la investigación y deben mantenerse en el instrumento.	x		

Por tanto, la valoración global del instrumento es: Bueno: x

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		x		

1.3 Matriz de resultados de entrevista

Variables	Indicadores	Declaraciones de apoyo	Tendencias/interpretación
Fact Checking	Selección de la noticia que se va a verificar		
	Consulta a la fuente donde fue hallada la noticia falsa		
	Confrontación de la declaración con una autoridad en la temática		
	Consultar expertos y fuentes documentales		
	Estructuración de la información		
	Clasificación de las publicaciones		
	Tiempo total de trabajo		

2. Evidencias de la ejecución de la propuesta

2.1 Transcripción de entrevista a Gabriela Osterling: ConfiesoSinFiltro

1. En las redes y tienen que ser noticias que tenga que ver con los temas que suelo compartir, ya sea económica o política internacional y local de vez en cuando, siento que es importante que haya un hilo conector siempre con lo que yo comparto, que las noticias de algún modo sean siempre de los mismos temas. Siempre los temas suelen ser recurrentes, pero eso es lo interesante de las noticias, que cambian, los temas en sí son los mismos, pero hay nuevos personajes, nuevo contexto, nuevas situaciones.

2. Yo no leo y no me informo por redes sociales, porque no considero que sean confiables, así que lo que yo hago es, yo acaparo mi información, la leo, la reduzco y la comparto.

3. Sigo a todos los periodistas, por ejemplo, CNN, Fernando del Rincón, María Alejandra Requena, todos ellos publican un montón, sigo a Jaime Bayly, sigo a Renato Cisneros, a distintos periodistas, leo sus columnas y me informo por ahí, pero repito, no me informo a través de fuentes no verificadas.

4. Cuando trabaje en *El comercio*, *CNN*, en *NBC*, tenía que consultar expertos y fuentes documentales para poder compartir la noticia, pero en mi blog no, leo los diarios y reduzco la información, algo comprensible y amigable y de ahí lo comparto.

5.A Básicamente leo los distintos temas y después los converso, como en un "programa de televisión" pero a través de mis historias, pero básicamente leo todo y de ahí lo converso de manera casi que social, lo hago de una manera en forma de conversión con mis seguidores, lo trato de hacer entendido.

5.B No hay un proceso, Leo las noticias, apuntó un poco de información y luego lo tengo a mi costado mientras hago mis videos por si se me olvida algo.

6. Creo que no tiene mucho que ver con lo que yo hago.

7. Puede durar entre 20 min o puede durar un día entero, depende de la noticia que estoy leyendo y de la profundidad que le quieras dar, a veces quiero compartir una noticia puntual, pero a veces una noticia con varias opiniones y puntos de vistas distintos de expertos, entonces depende del ángulo que le quieras dar.

2.2 Transcripción de primera entrevista a científicos.pe: Nahuel Monteblanco

1.A. Noticias falsas encuentro mucho en las redes sociales, incluyendo WhatsApp, porque no se verifica, se comparte sin verificar. En Facebook puedo encontrar noticias que indican “estudio indica tal cosa...” y generalmente cuando uno entra a ver la noticia, el estudio no existe o no está citado bien, entonces no se sabe si el estudio es real o qué resultados han tenido.

1.B. Primero que tenga las referencias, eso es fundamental y buscar el supuesto estudio, si es que lo han citado, quien lo ha dicho, que revista, que científico y una vez que uno encuentra eso, ir y entrar a ver si es que ese científico existe, si el estudio de verdad ha sido realizado. Generalmente hay muchas páginas en español que hacen traducciones en inglés, entonces uno puede ir rastreando hacia atrás y encontrar el artículo original, si uno habla inglés, francés, puede hacer la comparación entre lo que dice en español y lo que dice en inglés. Muchas veces, me ha pasado, que la traducción está mal hecha, entonces es como un teléfono malogrado, eso es importante también decirlo. Por otro lado, cuando uno llega al origen del estudio, uno puede ver si en verdad el estudio concluye algo o el estudio solamente está indicando que hay una probabilidad de que algo ocurra o de que algo no sea verdad, pero que a través del teléfono malogrado llegó al medio que uno recibió como si fuera verdad. Como un titular engañoso, que lo usan mucho los medios peruanos y los medios en general últimamente, porque por alguna razón, ellos, y esto lo digo porque me lo ha contado un amigo periodista, se está buscando en algunos casos el clic... Entonces si colocan un titular interesante, puede tener mucha llegada, cosa que

no sería verdad si colocaran el título de verdad. Entonces hay que tener mucho cuidado, no dejarse llevar por el titular y verificar la nota.

2. Muchas veces, yo me he contactado con diarios, periodistas, vendedores de productos, muchos casos pidiendo y en otros exigiendo que se retire y que se haga una corrección a lo que está escrito, que se haga una entrevista para desmentir lo que han dicho. En muchos casos lo cambian, cuando es algo escrito pueden cambiarlo y colocarlo de mejor manera, cuando es un producto a la venta, sencillamente no han querido salir y dar la cara, han seguido vendiendo productos que no cumplían con lo que se decía en la publicidad y en otros casos, por alguna razón, ciertos periodistas saben que lo que están indicando no es cierto, pero por cuestiones de manejo de la empresa no pueden cambiarlo. Entonces es importante que el científico, investigador, trate de buscar esta fuente y generar un cambio, porque si lo dejamos, así como esta sencillamente va a seguir y no estamos haciendo nada, esas personas van a seguir haciéndolo. Por lo menos hay que decir, yo me he dado cuenta que está mal, ponerse al corriente y si no lo vas a cambiar, yo saldré a decir que esto está mal, es importante que lo hagamos todos los que conocemos del tema.

3. Si y tiene que ser una persona que domine el tema, no que sea reconocido públicamente, sino que tenga los estudios necesarios como para dar respuesta a las preguntas. De repente cuando uno busca un investigador para que nos cuente un poco de ciencia, tiene que ser investigador porque sabemos que tiene años de experiencia en el tema, generalmente tiene una maestría, ha llevado cursos, conoce su tema, la investigación dura muchísimo más tiempo, te da un conocimiento más profundo, entonces si hablamos de investigación, sería genial contar con especialistas que hagan investigación. Es importante que existan estas bases de datos, donde se pueda uno apoyar y encontrar a estos especialistas para poderles pedir algún comentario, su aprobación si es que algún artículo es falso y no solamente quedarse en una sola fuente, puedes buscar varias y finalmente sacar una conclusión.

Las personas mediáticas tienen un respaldo, son mediáticos, entonces es necesario que uno sepa que la persona a la que le está preguntando conozca

del tema. Si uno le pregunta a una persona mediática cualquier cosa, es muy probable que responda, porque la persona está acostumbrada a responder. Es mediática. Es más, me ha pasado que me han preguntado a mí y yo respondido mi opinión cuando no debía hacerlo, porque yo no soy especialista en el tema. Es normal, es natural que las personas opinen y den su opinión de lo que ellos creen. Es natural. El cerebro humano reacciona así y tiene un nombre, pero no recuerdo ahorita lo pueden encontrar en una charla que hice para la Biblioteca Nacional en YouTube. Ahí hablo de estas, de estos sesgos del cerebro que nos hacen responder, que nos hacen confirmar y creer. El tipo de confirmación, exactamente. Y las falacias autoridad. Aquellas personas que tienen el, digamos, estudio, son galardonados o son conocidos, tienden a hablar de lo que no conocen y las personas tienden a creerles porque les está diciendo lo que ellos quieren escuchar o porque como son de la televisión o tienen un prestigio ganado, se les cree cualquier cosa. Nos ha pasado en el Perú, por ejemplo, con los de las personas que conducen programas de televisión. Muchas veces hablan de cosas sin tener la menor idea de lo que estoy diciendo y la gente lo sigue. Entonces busquemos siempre a los especialistas, estén o no estén en medio. Pero ellos son los que al final van a tener estilo. La palabra especializada en temas muy.

4. Antes de escribir cualquier cosa en la página, en el blog que tenemos en científicos, punto. Conocemos artículos de divulgación para poder hacer un poco de docencia en ciertos temas. Siempre buscamos referencias, siempre buscamos, siempre busco referencias académicas para poderlas citar. Es muy importante eso. Por otro lado, busco la colaboración de colegas de diferentes ramas para que puedan aportar sus puntos de vistas y también sus puntos de vista y también sus fuentes. Por ejemplo, escribimos un artículo acerca del dióxido de cloro y de la falacia de autoridad, explicando un poco como los médicos hacen o no hacen investigación. Un médico puede hablar de un estudio de estudios de investigación sin ser investigador. Tuve que conversar con un médico y escribimos un artículo acerca de decirme cuál era la investigación que hacían los médicos para poder tener y decir que un tratamiento era válido o no había muchas personas que decían que las pastillas equis curaban el hobbit porque habían visto cuatro o cinco personas que se curaban o que no tenían

síntomas con las pastillas. Cuando los investigadores, por ejemplo, había que hacer pruebas de 5000 personas y ver si era placebo, si de verdad curaban. Entonces habría que poner un poco a las papas. Sabía que era complicado decirle al médico Oiga, esto no es una investigación, eso puede ser un caso particular. Y al investigador no tenemos tiempo, tenemos que hacerlo rápido. Hay que buscar siempre colegas diferentes puntos de vista. Y es así siempre buscar fuentes y ves contactos que puedan aportar a un artículo que quieres hacer.

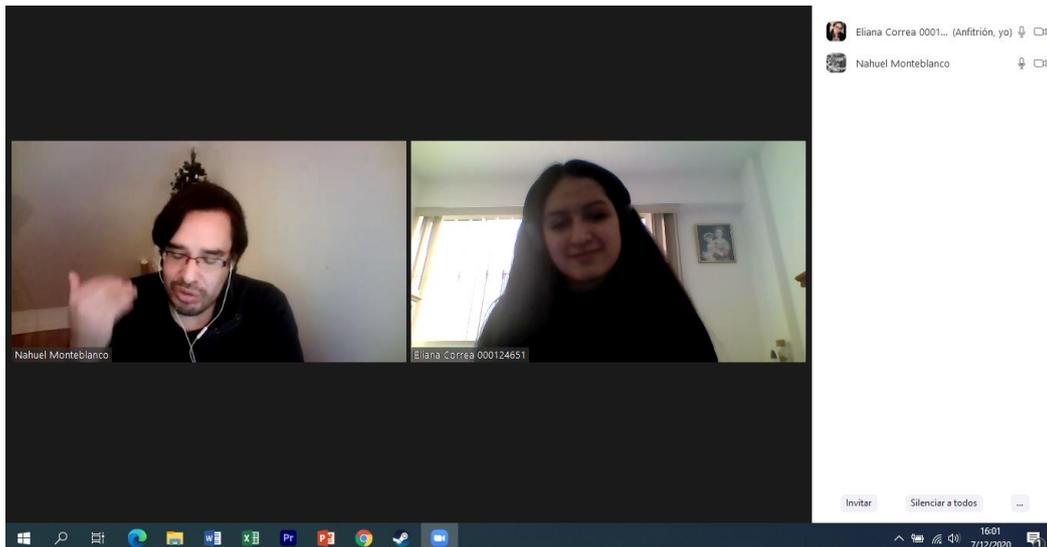
5.A. Lo primero que hago es ver un objetivo fijo y parto de ese objetivo. El objetivo es informar a las personas acerca de cómo se hace ciencia en Francia, por ejemplo. Luego comienzo a buscar puntos que me puedan ayudar a causar un impacto importante al comienzo del artículo. Yo quiero que la persona comience a leer y se interese por lo que viene después y que no simplemente cambie de página al primer párrafo. Trato de darle algo importante al inicio. Las fotos son muy importantes porque al ser escrito ahora las personas no leen mucho, entonces tiene que ser un artículo entretenido o artículo que no sea muy largo. Me ha pasado que sí hemos escrito artículos largos porque había que mostrar muchísimas cosas o explicar muchísimos conceptos, pero generalmente no porque sea entretenido es que no se me pierda el hilo del objetivo. Y luego comienzo a recibir los aportes de mis colegas. Partimos de una estructura que ya tengo escrita con el objetivo ya claro. Mis colegas comienzan a acatar para pudiera darle ese plus que falta.

5.B. Las imágenes son fundamentales, especialmente si son imágenes, no cuadro total. Las imágenes que te lleven un poco a pensar acerca de lo que estoy diciendo. Por ejemplo, cuando hablé de la falacia de autoridad, colocamos una imagen de un médico fumando y el artículo, el artículo de película, la foto del periódico era una noticia en el periódico decía “La mayoría de médicos fuman cigarros camel” Entonces inducía a comprar cigarros camel porque los médicos que eran vistos como personas con mucho o con mucha educación. Personas de la sociedad, su imagen, su imagen, valía mucho. Entonces fui al que consumía Camel, pero sabemos que los cigarros hacen daño. Pero en esa época eso era normal. Entonces esas imágenes son importantes para poder llamar la atención y causar la expectativa de las personas que están leyendo. Al final del

artículo viene algo que es muy difícil, que es poner el título. Cuando va el título, tú tienes que primero traducir lo que has escrito un poco el objetivo no ser sensacionalista, pero también tienes que darle un título que llame a la lectura. Entonces es todo un conjunto de cosas. Obviamente yo soy científico, no soy escritor, pero trato de escribir siempre lo que puedo. Ahora, cuando hago divulgación científica, allí sí trato de enfocarme en cómo me gustaría que me lo cuenten a mí. Cuando yo era un niño y eso ya vivía, explotaría porque explicarle a un niño leyes físicas o como se ha constituido el átomo o cómo funcionan las computadoras por dentro, es un tema muy, muy especial. Y uno tiene que repetir y tiene que repetirse las cosas para poderlas entender desde cero. Sí, y uno tiene que hacer analogías para que la persona los entienda. Uno tiene que hacer analogías simples para que la persona entienda el concepto, lo que tiene todo, pero que entienda el concepto lo importante. Entonces, con preguntas también uno puede ir avanzando, uno puede plantear una pregunta y puede responder. Hay muchas formas de regulación y distingue para personas que no conozcan de ciencia. Pero hay personas especializadas en eso y uno lo puede ver en los canales de YouTube, de ciencia, de divulgación científica, en los blogs. Son personas que se dedican a eso. Muchos son periodistas que han dedicado su vida a la parte científica. Los escritores que dedicamos parte de nuestro tiempo a comunicar la ciencia lo hacemos de otra manera, porque no hemos sido formados para eso, pero lo hacemos con mucho cariño.

12. Segmentación En ese sentido, las noticias que publicamos generalmente son verificadas, las verificamos, pero no las clasificamos, las publicamos solamente nosotros no planificamos. No sabríamos cómo clasificar las las noticias que son correctas o incorrectas y si son pertinentes. Las podemos publicar si tengo un problema en que hubiera algún tipo de supiéramos que es un poco polémico o tal vez valdría la pena esperar un poco alguna reacción oficial sabiendo que es que la noticia es verídica. A veces es mejor esperar. Antes de publicarla, porque podría ser... una corrección o alguna cuestión de base que creo que merezca un poco de tiempo, pero generalmente publicamos todo lo que nos llega verificable y que tenga que ver con ciencia. No, no nos hacemos fragmentaciones de nuestras redes.

13. Ah, ¡pues no! Sí, sí, es un artículo de moda, puede demorar dos semanas entre que todo se sepulte, si es una noticia que va a ser verificada y publicada. Nos puede tomar un día porque somos varias personas, no sólo una persona nos puede tomar un día o digamos, unas seis horas. El poder estar seguros de que es verídica y de que merece ser estudio o publicidad. Ojo, nosotros no copiamos las noticias. O sea, no pasamos una noticia a la página y la publicamos. Nosotros publicamos lo que otros ya han publicado y verificado, porque nosotros lo que sí publicamos como contenido propio son artículos de opinión, son artículos de divulgación científica, son las iniciativas que hacemos son un poco entrevista tal vez, pero noticias. Nosotros verificamos que sea correcto y si lo podemos publicar o no. No nos demora más de dos horas. Pero si es una noticia, por ejemplo, científica sobre la vacuna y que tenemos que ir a fuentes y verificar que sea correcto, nos puede tomar el día. Somos tres personas trabajando y al final podemos decir Ok, saquemos un hilo en Twitter sobre la noticia y sacamos subidlo en Twitter con todo. Entonces eso ya tomó de verdad varias horas, porque primero que en Twitter es muy peligroso, porque uno tiene que hacerlo bien, no puede cometer un error y no puede decir cosas a medias. Tiene que ser muy preciso. Entonces somos tres personas las que nos encargamos, tres o cuatro personas que nos encargamos. Tienen que ser cuatro horas, cuatro, mínimo tres. Entonces nos podemos tomar varias horas puliendo el hilo, escogiendo la imagen y viendo el sentido que le queremos dar a la noticia, porque es muy importante también eso. Nosotros, por ejemplo, somos muy objetivos, no marcamos una tendencia política, no marcamos, eh. Ser amigo de para publicar algo, entonces sencillamente es ser lo más objetivo posible. Y eso es lo que sacamos en Twitter, en el Facebook. Nos ha pasado que hemos tenido que llamar a personas para decirles esto va a salir. “Esto va a salir. ¿Tienes algo que decir? ¿Quieres decirnos algo antes de que esto salga, que sea importante para que podamos incluir tal vez algún documento que se nos ha escapado y hay veces que nos han dicho no?” Algunas veces han dicho “No lo saques.”, pero siempre sale y todo se hace de la manera más correcta. En realidad, entonces demora porque es una responsabilidad, en cierto modo nos hemos convertido en una responsabilidad que no teníamos antes. Y tenemos que manejarla bien.



2.3 Entrevista a Javier Castillo, Decano del Colegio Químico Farmacéutico

1. A. En las redes sociales, Facebook, WhatsApp. Y lamentablemente llegan a todo tipo de gente, sin querer ser sectario, gente que no conoce lo empiezan a rebotar. Y hay algunos temas que no deberían ser y se hacen virales. A eso se le llama infodemia. Y aquellos que deben regular como el Estado o sociedades científicas o colegios profesionales su participación no ha sido mucha.

Nosotros como Colegio sí hemos tenido una participación muy activa. Desde que inició la pandemia hemos estado educando e ilustrando a la población referente a lo que se debe o no se debe hacer como la automedicación, salieron medicamentos sin evidencias. Hicimos, también, un conversatorio muy interesante sobre perspectivas de tratamiento en covid, en el mes de junio que tuvo un rebote bastante importante. También sobre los famosos medicamentos milagrosos como el dióxido de cloro.

Al haber una masificación de la información no está controlada por los organismos que deberían hacerlo. Hay irresponsabilidad por parte del estado porque la mayoría de fuentes no son científicas.

1. B A veces no son de estudios sino de pequeños ensayos: “La ivermectina se puede utilizar como preventivo” pero hay que saber cuáles son las fuentes, también una valoración estadística, y ver si este puede entrar a considerarse como un ensayo clínico.

La procedencia, hay que ver de dónde viene, si no tiene fuente, inmediatamente yo dudo. Además, para confiar tengo que ver si garantizan la objetividad, imparcialidad del mismo, para poder hacer la validación de cualquier artículo científico. Hay revistas especializadas en distintos campos.

El estado, a través de los medios también deberían sacar tips, informar y no de manera alarmante.

2. Es un poco difícil por la libertad de expresión. Nosotros hemos alertado a la población que tengan mucho cuidado con creer en alguna información.

3.A A nivel local sí, invitamos a 3 médicos bastante distinguidos. Esto ocasionó que el Colegio Médico hiciera una réplica muy parecida con la participación de estos tres profesionales. Que eran las autoridades locales expertas en los temas.

Inclusive dirigidas a nuestra autoridad máxima, al Gobernador Regional pidiéndole una serie de explicaciones y aclaraciones referentes a su pésima política del control que no se hizo durante la pandemia. Y nuestra extrañeza ante la segunda ola que se viene, que no han hecho nada en estos 3 meses que había bajado la tasa de contagios.

4. A. A personal internos y externos al colegio químico farmacéutico, dependiendo del tema. Docentes universitarios e investigadores reconocidos.

La información brindada ha sido en base a investigaciones propias y fuentes documentales, además evaluamos al ponente a que sea experto en el campo sobre el cual va a hablar.

5.A. Nos programamos, según el comportamiento de la sociedad. Se fue hablando mucho en los medios y en las redes del Dióxido de cloro, entonces hablamos sobre eso.

5.B. Se les avisa con el plazo de una semana para que puedan prepararse en el tema, luego viene la parte de la difusión y/o de la grabación.

6. No.

7. Más o menos será cuestión de una semana.

2.4 Entrevista a Manuel Montenegro Cockburn.

1.A. En todas partes, de hecho creo que hay algunos lugares, algunas fuentes en donde las noticias falsas tienen alguna facilidad para formarse. Por ejemplo, donde encontraba muchas noticias falsas era en periódicos *online*, periódicos informales en redes sociales o en páginas Web, donde el tipo de sistema que tienen es muy clic bate, entonces se basan mucho en frases muy llamativas, muy tajantes en dar afirmaciones muy fuertes sobre ciertos temas para llamar la atención y generar clics y luego cuando uno entra tiene una lista de publicidades alrededor que es lo que más o menos soporta este tipo de negocios.

1.B. Escogía los temas a tratar de acuerdo a lo que veía en mi entorno real, lo que veía en noticias y redes sociales. De ahí me armaba una idea de cuáles eran las dudas principales, por ejemplo, que medicina funcionaba, como se contagiaba la covid, preguntas que me iban llegando frecuentemente, era mi apreciación de mi entorno, lo que veía que más se comentaba, era de los temas que trataba. También un par de veces vi en noticias que recomendaban cortas cosas para tratar la covid, que estaba 99% seguro que eran afirmaciones que no tienen fundamento. Temas que tenían consecuencias más severas, que quizás podrían afectar a las personas, en eso me enfocaba bastante.

2.A. Sí, lo hice un par de veces con dos personas en Instagram, que fue sobre el mismo tema. Cuando empezaron las huelgas del año pasado por la vacancia de Martín Vizcarra, estábamos en plena pandemia y a mí siempre me ha molestado que las fuentes de información estén segadas, yo sé que no existe el informante perfecto, pero a veces es muy obvio que los agentes en este tipo de fuentes de información no se esfuerzan mucho por dejar sucesos y bueno, dos personas en Instagram, una que es periodista y otra que es comunicadora científica, compartieron una noticia diciendo que no existía evidencia de que las huelgas tengan alguna relación con incidencia de casos, entonces simplemente usó lógica, uno sabe que el virus se contagia por el aire, que la distancia tiene que ver con el contagio, se sabe que incluso usando equipo de protección se puede contagiar, así como los doctores que se protegen, y estas dos

personas decían que no había evidencia científica de que sea así, a mí me pareció raro y me puse a investigar y hay algunos artículos científicos del instituto nacional de salud de Estados Unidos y efectivamente en este artículo decía que si había relación entre las huelgas y contagios. Yo les mandé este artículo a esas dos personas y no tuve ninguna respuesta de las dos, tampoco eliminaron la publicación. Marcos Sifuentes y mitocondria

3.A. Si era un tema básico, por ejemplo, estadísticas, lo sacaba de una página llamada Worldometer.com que saca las estadísticas de todo a nivel mundial o la página de Johns Hopkins que es un hospital de Estados Unidos donde salía información sobre covid y también te daba información actualizada. Si era un tema de prevención, veía información de la CDC, que es como un organismo controlador de enfermedades en USA y NIH.

En realidad, mi objetivo era en función a educación tan básica, la entrevista que le hice a Mariano fue para informar a las personas. Yo quería dar conceptos básicos con respecto a estos temas. Como médico general, basta con tener buena base científica para informar y por eso no consultaba con expertos.

4. A. En realidad, mi objetivo era en función a educación tan básica, la entrevista que le hice a Mariano fue para informar a las personas. Yo quería dar conceptos básicos con respecto a estos temas. Como médico general, basta con tener buena base científica para informar y por eso no consultaba con expertos.

5.A. A mí me gustaba hacerlo en un cuaderno físico y yo siempre cuando estaba en la universidad hacía muchas preguntas, siempre escucho podcast y temas que me interesan. Trataba de ponerme en la situación de alguien que quiera aprender sobre este tema y no lo conoce bien, y de cómo me portaría, que preguntas haría. Entonces en mi cuaderno armaba un bosquejo y de las preguntas que haría respecto a ese tema, entonces ahí ponía información, tenía 2 o 3 fuentes de información diferente y era súper importante para mí ser lo más riguroso posible. Lo estructuraba así, introducción, un poco de historia sobre lo que iba a hablar, luego situaciones comunes que tenían que ver con el

tema y luego un poco de información científica, información un poco más difícil de digerir de repente, como para ya haberse acostumbrado al tema y al final las conclusiones y dudas que quedan sin resolver.

5.B. Los videos que grababa duraban 45 minutos, tenía que editarlos para que los videos no pasen de los 20 minutos.

6.A. Traté de ordenarme para más o menos generar una consistencia en el tipo de material que producía. Por ejemplo, los miércoles las reuniones con Mariano y hablar sobre el tema de covid, y aparte de eso, soltar un video a la semana sobre tema variados, no llegue a tener un programa elaborado, no creo. En verdad era bastante basado en mi interpretación del ambiente y de lo que a mí me gustaba hablar.

7.A. Probablemente 1 día o unas 12 o 14 horas, entre lectura, armar el guion, buscar las fuentes, leerlas, filmar editar. En algunos videos quizás un poco más.

2.5 Entrevista a doctor Samamé

1. A. En internet básicamente, me refiero a cadenas en YouTube, es un lugar donde suelen poblar muchas noticias faltas. Añadiría quizás una red social, porque a partir de YouTube mucha gente lo dije o transcribe cadenas que se pasan por los chats, por wpp, algunos foros de Facebook, que creo que son plataformas donde gente un poco mayor tienen ese concepto falso.

1. B. Primero la fuente, tienen que ser fuentes o directamente de revistas de investigación, que sepamos de su trayectoria, que filtra muy bien lo que se va a colocar o de algunas fuentes científicas confiables, muchos diarios, en España o estados unidos, tienen gente dedicada a lo que es periodismo de investigación científico y basándose directamente de la fuente lo transcriben o hacen algunas notas al respecto. Primero, como te dije, la fuente. Luego, ver si tienen algún concepto común o científico, o sea el contexto. El tipo de estudio en el cual se basan. Creo que con estos tres puntos puedes ver si lo que están planteando es verdad.

2. A. Alguna vez lo he hecho, recuerdo claramente que en Instagram hay una radio que no es muy escuchada y tiene un foro donde comentan noticias falsas, he comentado y claro que ha habido algunas batallas dialécticas vía teclado, puesto que son muy agresivos para poder responder. Ellos se quedan con su postura.

3. A. Si es algo que no domino, si suelo ir, por ejemplo, en el tema de covid, a mis contactos que son infectólogos. También revistas, en el tema de los libros solo para la parte formativa.

4. A. Lo que yo estaba haciendo durante la pandemia era tratar de traducir lo que yo sentía o veía al mi alrededor que no era muy bien explicado o no se entendía. Vengo hace tiempo tratando de desmentir o aclarar todo el panorama oncológico, así que creo que algo de experiencia tengo en convertir algo que no es sencillo y eso lo apliqué en el tema de covid de forma natural, porque directamente, en mi entorno veía que había mucha duda y me preguntaban también. Entonces empecé a generar contenido en YouTube al respecto, que tuvo cabida, algunas charlas para empresas que se contactaban conmigo y luego cree un tercer Instagram, en el cual me ponía netamente como médico yo y tocaba temas de covid, porque no podía meter temas de covid con temas oncológicos, por eso cree esta plataforma nueva y no es que tenga muchos seguidores, pero yo lo hacía hasta para poder recordar información para mí, entonces hacía una exploración exhaustiva de la fuente, los artículos los leía y los traducía para mí y para quien quiera ganarse con ellos, y ahora que el covid empezó a bajar un poco, no te hablo de ahora que las cifras están aumentando de nuevo, pero el año pasado, empecé a tocar otros temas también sobre medicina, dudas generales y también temas vinculados al tema de salud, como ejercicio, deporte. Entonces he estado trabajando de esa manera. Tengo tres líneas, tres temas diferentes.

5.A. Voy revisando las noticias y si veo algo interesante y que no se entiende bien, lo guardo para buscar información y publicarla luego.

5. B. No es fácil, para mi tiene varias etapas, primero la búsqueda de fuentes, la corroboración, luego la escritura y el desarrollo. Yo mismo hago el contenido escrito y visual, tengo una persona que me ayuda con el tema de arte visual, pero yo hago todo lo demás, entonces es más chamba.

6.A Recientemente he generado tres temas distintos en mi tercera cuenta, están divididos por colores. Hasta hace un año estaba muy desordenado porque todo era covid, pero, al bajar el tema covid, también empecé a sumar temas de contenido médico general y ahora ya lo tengo segmentado en tres temas o en tres líneas editoriales, como lo quieras ver, las publicaciones de color blanco son netamente de covid, la azul es para temas de medicina general y la naranja que es para gemas vinculados a deportes y salud mental. Además, tengo otra cuenta donde solo hablo de temas oncológicos.

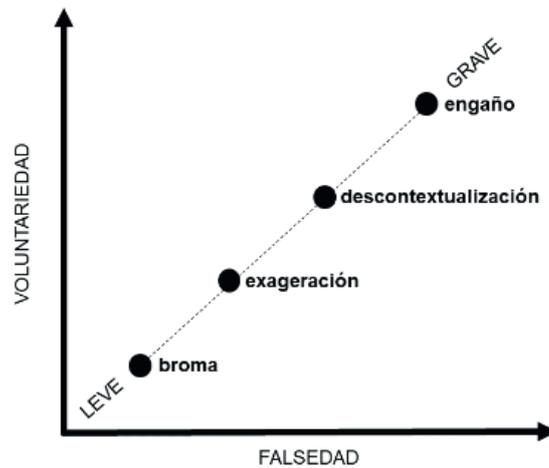
7. A. Pueden ser semanas, en el sentido de que voy viendo, revisando y si veo algo interesante le hago captura de pantalla, la guardo y cuando tengo tiempo busco lo que he juntado en semanas y lo condenso, lo pongo y a final es la parte visual. Todo eso puede durar semanas o meses, pero si lo vemos desde que ya me siento a buscar información, editarlo y publicarlo, puede durar una o dos horas.

3. Gráficos complementarios

3.1. Proporción que dice haber visto mucha información falsa o engañosa sobre Coronavirus de cada fuente durante la última semana

	R. Unido 	EEUU 	Alemania 	España 	Corea d. S. 	Argentina 
Gente que no conozco	35	28	24	42	37	47
Políticos	18	37	19	43	41	26
Medios	18	29	16	36	24	30
Gobierno	15	34	15	34	20	21
Gente que conozco	18	19	16	32	17	31
Orgs. globales de salud	5	19	11	12	21	11
Autoridades sanitarias	5	15	10	18	12	17
Científicos, médicos y expertos	6	13	11	13	12	13

3.2. Diagrama de gravedad de los bulos o *fake news*



Elaborado por Salaverría, R. et. al (2020), para el artículo “Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19”.

3.3 Gráfico de la teoría de los dos pasos



Recogido de <https://comunicativoentorn.wixsite.com/entornocomunicativo/teoria-de-los-dos-pasos>

4. R.D. que aprueba el proyecto de investigación

Trujillo, agosto 05 de 2022

RESOLUCIÓN DE FACULTAD N°0125-2022-FAC.CC. de la C.-UPAO

VISTO: el informe del jurado evaluador del Proyecto de Tesis, así como el expediente organizado por las Bachilleres: ELIANA KARINA CORREA CÁCERES y CARMEN VALERIA VELÁSQUEZ SÁNCHEZ, para obtener el Título Profesional de Licenciadas en Ciencias de la Comunicación, y;

CONSIDERANDO:

Que, las bachilleres ELIANA KARINA CORREA CÁCERES y CARMEN VALERIA VELÁSQUEZ SÁNCHEZ presentaron el proyecto de tesis titulado: "ANÁLISIS DEL FACT CHECKING SOBRE EL COVID-19 DE PRESCRIPTORES PERUANOS EN SUS REDES SOCIALES ENTRE MAYO Y SEPTIEMBRE DEL 2020", solicitando su inscripción.

Que, el referido Proyecto ha sido objeto de evaluación, la misma que forma parte del expediente.

Que, de la evaluación efectuada se desprende que el referido proyecto reúne las condiciones y características académicas de un proyecto de tesis de la especialidad.

Que, en concordancia con el Artículo 128° del Estatuto Institucional, adecuado a la Nueva Ley Universitaria 30220 y, habiendo cumplido con los procedimientos académicos y administrativos correspondientes, las autoras deben ser declaradas expeditas para la elaboración de la Tesis, de acuerdo con el Proyecto que amerita su inscripción.

Por las consideraciones expuestas y en uso de las atribuciones concedidas a este Decanato, con cargo a dar cuenta al Consejo de Facultad;

SE RESUELVE:

Primero: **DECLARAR** expeditas a las Bachilleres: **ELIANA KARINA CORREA CÁCERES** y **CARMEN VALERIA VELÁSQUEZ SÁNCHEZ**, para el desarrollo de la tesis titulada: "ANÁLISIS DEL FACT CHECKING SOBRE EL COVID-19 DE PRESCRIPTORES PERUANOS EN SUS REDES SOCIALES ENTRE MAYO Y SEPTIEMBRE DEL 2020".

Segundo: **AUTORIZAR** la inscripción del Proyecto en mención, en el Registro de Proyectos de Tesis de la Facultad con el N° **003-2022**, quedando establecido que para su desarrollo disponen de un (01) año, siendo la fecha de vencimiento el **04 de agosto de 2023**.

Tercero: El Decanato de la Facultad de Ciencias de la Comunicación cuidará que el desarrollo del Proyecto de Tesis se realice de acuerdo con lo estipulado en el Reglamento de Grados y Títulos de nuestra Universidad.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE.



Dr. Dante Giovanni Padilla Zúñiga
Decano



Dra. Ana Cecilia Loo Jave
Secretaria Académica

6. Constancia del asesor (a)

A: directora del Programa de Estudio de Ciencias de la Comunicación

Del Asesor(a): Mg. Ricardo Vera Leyva

Asunto: Informe de asesoramiento

Fecha: Trujillo, 19 de octubre del 2022

De conformidad con el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, cumpla con emitir Informe del asesoramiento de la Tesis, titulada: "Análisis del fact checking sobre el covid-19 de prescriptores peruanos en sus redes sociales entre mayo y septiembre del 2020", de las bachilleres Eliana Karina Correa Cáceres y Carmen Valeria Velásquez Sánchez.

El informe fue estructurado bajo los siguientes lineamientos:

1. La Investigación es de un tema de actualidad que resulta interesante, pues describe el proceso del *fact checking* de prescriptores peruanos para combatir la desinformación sobre covid-19 en Perú.
2. El problema abordado es relevante, considerando que no hay muchas tesis sobre *fact checking*, y tampoco artículos sobre *fact checking* realizado por prescriptores.
3. Los objetivos se plantearon en función al proceso del *fact checking* tradicional para describir el de los prescriptores.
4. La metodología de trabajo fue la investigación cualitativa y, como técnica de recojo de datos, se usó la entrevista, cuyo instrumento fue la guía del mismo nombre.
5. Para el desarrollo del trabajo se realizó una entrevista a cinco prescriptores peruanos seleccionados por conveniencia.

Por lo expuesto, agradeceré a usted, tomar en consideración el presente trabajo, a fin de ser sometido a evaluación por el Jurado

designado, según resolución de Decanato, y continuar con el proceso de sustentación.

Atentamente,



Asesor **Ricardo Vera Leyva**