

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS HISTÓRICO SOCIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



TESIS

**Análisis del reconocimiento de *fake news* en Facebook por docentes de las instituciones
educativas públicas del distrito de Ferreñafe**

Presentada para obtener el Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Investigadores: Bach. Eugenio Vargas, Joel Valentin

Bach. Sandoval Quesquen, Fernando Jose

Asesor: Dr. Alvarado León, Daniel Edgar

Lambayeque - Perú

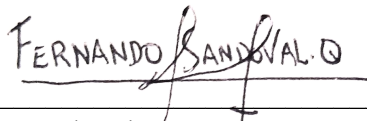
2025

**Análisis del reconocimiento de *fake news* en Facebook por docentes de las instituciones
educativas públicas del distrito de Ferreñafe**

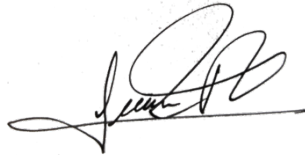
Tesis presentada para obtener el Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la
Comunicación



Bach. Eugenio Vargas Joel Valentin
Investigador



Bach. Sandoval Quesquen Fernando Jose
Investigador



Dr. Juan Diego Dávila Cisneros
Presidente



Lic. Adana Fernández Esther Aldana
Secretario(a)



M. Sc. Ventura Suclupe Percy Ronald
Vocal



Dr. Alvarado León Daniel Edgar
Asesor

ACTA DE SUSTENTACIÓN



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS HISTÓRICO SOCIALES Y EDUCACIÓN
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

N° 749-2025

Siendo las 11:00 horas, del día jueves 02 de octubre 2025 en los Ambientes de la FACHSE: Lab Computo 1
SU01LA140, por mandato de la Resolución N° 3593-2025-D-FACHSE de fecha 30 de septiembre
del 2025 que autoriza la sustentación, se reunieron los miembros del Jurado designado según Resolución
N° 0258-2024-D-FACHSE de fecha 17 de abril de 2024; Jurado integrado por los siguientes miembros:

Presidente(a) : Dr. Juan Diego Dávila Cisneros
Secretario(a) : Lic. Esther Janet Aldana Fernández
Vocal : M. Sc. Percy Ronald Ventura Suclupe
Asesor(es) : Dr. Daniel Edgar Alvarado León



Con la finalidad de evaluar la(el) Tesis titulada(o): ANÁLISIS DEL RECONOCIMIENTO DE FAKE NEWS EN
FACEBOOK POR DOCENTES DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS PÚBLICAS DEL DISTRITO DE FERREÑAFE
Presentada por EUGENIO VARGAS JOEL VALENTIN y SANDOVAL QUESQUEN FERNANDO JOSE para
obtener el Título profesional de Licenciado(a) en Ciencias de la Comunicación.

Leída la resolución de autorización, se inicia el acto sustentación, al término del cual y de conformidad con
el Reglamento General de Investigación de la UNPRG (Res. N° 184-2023-CU de fecha 24 de abril de 2023)
y el Reglamento de Grados y Títulos de la UNPRG (Res. N° 267-2023-CU de fecha 20 de junio de 2023), los
miembros del jurado realizaron la evaluación respectiva, haciendo las preguntas, observaciones y
recomendaciones al/los sustentante(s), quien(es) respondió(eron) las interrogantes planteadas.

Dada la deliberación correspondiente por parte del jurado, se sucedió la valoración, **obteniendo el**
calificativo de 16 **en la escala vigesimal, que equivale a la mención de** BUENO.
Siendo las 12:00 horas del mismo día, se dio por concluido el acto académico, con la lectura del acta y la
firma de los miembros del jurado.

Dr. Juan Diego Dávila Cisneros
PRESIDENTE(A)

Lic. Esther Janet Aldana Fernández
SECRETARIO(A)

M. Sc. Percy Ronald Ventura Suclupe
VOCAL

OBSERVACIONES:

El presente acto académico se sustenta en el Reglamento General de Investigación de la UNPRG (Res. N° 184-2023-CU de fecha 24 de abril de 2023) los artículos 20º, 33º, 46º, 54º o 66º del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo (aprobado con Resolución N° 267-2023-CU de fecha 20 de junio del 2023 y su modificatoria aprobada por Resolución N° 385-2023-CU de fecha 11 de diciembre del 2023) y por la Resolución N° 403-2023-CU de fecha 27 de diciembre de 2023, ésta última que amplía el límite de las fechas de sustentación de proyectos aprobados del 2017 al 2020.

CONSTANCIA DE VERIFICACIÓN DE ORIGINALIDAD

Yo **Dr. Daniel Edgar Alvarado León** usuario revisor de Tesis



Trabajo de Suficiencia Profesional ☐ y/o Trabajo Académico ☐

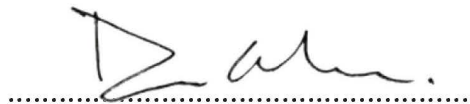
Titulado: **Análisis del reconocimiento de fake news en Facebook por docentes de las instituciones educativas públicas del distrito de Ferreñafe.**

Cuyo autor (es) son: **Eugenio Vargas Joel Valentin**; con DNI N° **72936345**
y **Sandoval Quesquen Fernando Jose**; con DNI N° **75938944**; declaro que la
evaluación realizada por el Programa informático, ha arrojado un porcentaje de similitud
..... **6**%, verificables en el Resumen del Reporte automatizado de similitudes que se
acompaña.

El suscrito (a) analizó reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas dentro
del porcentaje de similitud permitido no constituyen plagio y que el documento cumple con la
integridad científica y con las normas para el uso de citas y referencias establecidas en los
protocolos respectivos,

Se cumple con adjuntar el Recibo Digital a efectos de la trazabilidad respectiva del proceso.

Lambayeque; ..**10**...de.....**septiembre**.....del 2025.



Dr. Daniel Edgar Alvarado León

DNI: 32941968

Asesor(a)

Adjunta:

Resumen de Reporte automatizado de similitudes

Recibo digital

Análisis del reconocimiento de fake news en Facebook por docentes de las instituciones educativas públicas del distrito de Ferreñafe

INFORME DE ORIGINALIDAD

6%

INDICE DE SIMILITUD

6%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

3%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

hdl.handle.net

Fuente de Internet

1%

2

Submitted to Instituto Madrileno de
Formacion

Trabajo del estudiante

<1%

3

amic.mx

Fuente de Internet

<1%

4

revistas.ucu.edu.uy

Fuente de Internet

<1%

5

ru.libi.unam.mx

Fuente de Internet

<1%

6

repositorio.unprg.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

7

repositorioacademico.upc.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

8

revistas.uan.edu.co

Fuente de Internet

<1%

Dr. Daniel Edgar Alvarado León

DNI: 32941968

Asesor

9	Submitted to Universidad Carlos III de Madrid Trabajo del estudiante	<1 %
10	repositorio.uncp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
11	Submitted to Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo Trabajo del estudiante	<1 %
12	repositorio.unfv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
13	alicia.concytec.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
14	repositorio.ucsg.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
15	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
16	docplayer.es Fuente de Internet	<1 %
17	repositorio.unica.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
18	www.researchgate.net Fuente de Internet	<1 %
19	cybertesis.unmsm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

Submitted to Universidad Americana



Dr. Daniel Edgar Alvarado León
DNI: 32941968
Asesor

20	Trabajo del estudiante	<1 %
21	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1 %
22	repositorio.untumbes.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
23	repositorio.uwiener.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
24	repositorio.ucp.edu.pe:8080 Fuente de Internet	<1 %
25	Submitted to Universidad Técnica de Machala Trabajo del estudiante	<1 %
26	repositorio.bausate.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
27	www.theibfr.com Fuente de Internet	<1 %
28	repositorio.isil.pe Fuente de Internet	<1 %
29	revistas.ujat.mx Fuente de Internet	<1 %
30	www.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
31	Felipe Anderson Rios Incio, Ángel Emiro Páez Moreno, Milagros Thalía Leiva Marín,	<1 %



Dr. Daniel Edgar Alvarado León
DNI: 32941968
Asesor

Francisco Javier Barquero Cornelio et al.
"Correlation between media consumption
associated with fake news and mindset: a
study from a media ecology perspective",
Revista Latina de Comunicación Social, 2025

Publicación

-
- | | | |
|-----------|---|----------------|
| 32 | Lira Legrand, María Fe. "Conocimiento Sobre la Dificultad Específica de Aprendizaje de la Lectura (Deal) en Docentes del Nivel Primario de Instituciones Educativas Públicas y Privadas del Distrito de la Molina", Pontificia Universidad Católica del Perú (Peru), 2023 | <1 % |
| <hr/> | | |
| 33 | Submitted to Universidad Privada del Norte
<small>Trabajo del estudiante</small> | <1 % |
| <hr/> | | |
| 34 | Submitted to Universidad de Málaga - Tii
<small>Trabajo del estudiante</small> | <1 % |
| <hr/> | | |
| 35 | es.scribd.com
<small>Fuente de Internet</small> | <1 % |
| <hr/> | | |
| 36 | nuevos-escenarios-aulavirtual.blogspot.com
<small>Fuente de Internet</small> | <1 % |
| <hr/> | | |
| 37 | repositorio.uss.edu.pe
<small>Fuente de Internet</small> | <1 % |
| <hr/> | | |
| 38 | Juan José Climent Ferrer. "Educación en información comunicación: análisis y propuesta para capacitar el consumo | <1 % |



Dr. Daniel Edgar Alvarado León
DNI: 32941968
Asesor



Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por **Turnitin**. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Eugenio Vargas, Joel Valentin Sandoval Quesquen, Fernando J...
Título del ejercicio: Quick Submit
Título de la entrega: Análisis del reconocimiento de fake news en Facebook por do...
Nombre del archivo: INFORME_FINAL_TESIS_T.pdf
Tamaño del archivo: 7.09M
Total páginas: 139
Total de palabras: 27,771
Total de caracteres: 156,294
Fecha de entrega: 10-sept-2025 10:22a. m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega: 2747071279

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS HISTÓRICAS SOCIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



TESIS

Análisis del reconocimiento de fake news en Facebook por docentes de las instituciones
educativas públicas del distrito de Ferrelale

Tesis presentada para obtener el Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la
Comunicación.

Investigadores: Bach. Eugenio Vargas, Joel Valentin
Bach. Sandoval Quesquen, Fernando Jose

Asesor: Dr. Alvarado León, Daniel Edgar

Lambayeque - Perú
2025

Dr. Daniel Edgar Alvarado León
DNI: 32941968
Asesor

Dedicatoria

*A mis padres, Leopoldo y Neira, por su incondicional apoyo y confianza.
A mi hermano, Charly, quien es mi referente y guía en la vida.
A Fernando, por su incomparable amistad.
Y a Rayman, mi compañero. Aunque ausente, permanece vivo en mi memoria.*

-Joel

*A mi familia por apoyarme en los días difíciles dándome
ánimos para seguir adelante.
A Joel por ser un gran compañero y amigo tanto en vida
como en el trabajo.
A mi abuelo Rogelio que me enseñó a ser responsable y
honesto con los demás sin esperar nada a cambio.
Este logro también es tuyo abuelo, porque aunque ya no
estés conmigo, tu siempre creíste en mí.
Gracias totales.*

-Fernando

Agradecimientos

Estamos profundamente agradecidos a nuestras familias por su apoyo incondicional.

A nuestros maestros por compartir su sabiduría y orientación a lo largo de nuestra carrera profesional.

Este logro resulta del trabajo en equipo y del respaldo de quienes nos han apoyado desde el comienzo de nuestra investigación, a los docentes y directores de las instituciones educativas del distrito de Ferreñafe por su tiempo y confianza.

TABLA DE CONTENIDOS

RESUMEN	XVI
INTRODUCCIÓN	XVIII
CAPÍTULO I. DISEÑO TEÓRICO.....	22
1.1. Antecedentes.....	22
1.1.1. Antecedentes Internacionales.....	22
1.1.2. Antecedentes Nacionales.....	25
1.1.3. Antecedentes Locales.....	28
1.2. Bases Teóricas.....	30
1.2.1. Teoría de los efectos limitados.....	30
1.2.2. Teoría de la Comunicación Digital Interactiva	33
1.2.3. Definiciones Terminológicas	36
CAPÍTULO II: MÉTODOS Y MATERIALES.....	38
2.1. Tipo de Investigación	38
2.2. Población y Muestra	39
2.3. Técnicas, instrumentos, equipos y materiales de recolección de datos.....	41
2.4. Validez del contenido	41
2.5. Operacionalización de variables.....	42
CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	44
3.1. Resultados de la encuesta	44
3.2. Resultados del análisis de contenidos	57
3.2.1. Chiclayo Noticias	57
3.2.2. Exitosa Chiclayo	71
3.2.3. La Noticia Clave.....	86
3.2.4. La Voz Cix	100
3.3. Niveles de reconocimiento.....	114
3.4. Discusión de Resultados	115
CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	123
4.1 Conclusiones	123
4.2 Recomendaciones.....	124
ANEXOS.....	128
Anexo 01: Guía de observación.	128
Anexo 02: Encuesta a docentes de la instituciones educativas.	129
Anexo 03: Evidencias de noticias	132
Anexo 04: Evidencia de aplicación de instrumentos	136
Anexo 05: Juicio de Expertos.....	139
Anexo 06: Coeficiente V de Aiken por instrumentos	148

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Instituciones públicas y número de docentes</i>	39
Tabla 2 <i>Medios seleccionados por seguidores y alcance local</i>	40
Tabla 3 <i>Técnicas e instrumentos empleados</i>	41
Tabla 4 <i>Variables de la investigación</i>	42
Tabla 5 <i>Identificación del género de docentes</i>	44
Tabla 6 <i>Cantidad de docentes respecto a las instituciones y nivel educativo</i>	44
Tabla 7 <i>Preferencia de temas a la hora de consumir noticias</i>	45
Tabla 8 <i>Razones de consumo de noticias por los docentes</i>	46
Tabla 9 <i>Medios locales más consumidos por los docentes</i>	47
Tabla 10 <i>Valoraciones del medio</i>	47
Tabla 11 <i>Valoraciones del medio según institución educativa</i>	48
Tabla 12 <i>Frecuencia para comentar la noticia con su entorno</i>	49
Tabla 13 <i>Frecuencia para comentar noticias con su entorno según institución educativa</i>	49
Tabla 14	50
Tabla 15 <i>Frecuencia en la verificación de la información de facebook</i>	51
Tabla 16 <i>Verificación de la información según institución educativa</i>	51
Tabla 17 <i>Tipo de interacción con el contenido consumido según docentes</i>	52
Tabla 18 <i>Tipo de interacción de docentes según institución educativa</i>	53
Tabla 19 <i>Frecuencia de encontrar noticias falsas en facebook</i>	54
Tabla 20 <i>Docentes víctimas de las fake news</i>	54
Tabla 21 <i>Los docentes capacitados para reconocer fake news</i>	55
Tabla 22 <i>Consideraciones de docentes para identificar fake news</i>	55
Tabla 23 <i>Docentes con capacitación previa para reconocer fake news</i>	56
Tabla 24 <i>Origen de las noticias falsas</i>	57
Tabla 25 <i>Noticia N°01</i>	58
Tabla 26 <i>Noticia N°02</i>	59
Tabla 27 <i>Noticia N°03</i>	60
Tabla 28 <i>Noticia N°04</i>	61
Tabla 29 <i>Noticia N°05</i>	62
Tabla 30 <i>Noticia N°06</i>	63

Tabla 31 <i>Noticia N°07</i>	64
Tabla 32 <i>Noticia N°08</i>	65
Tabla 33 <i>Noticia N°09</i>	66
Tabla 34 <i>Noticia N°10</i>	67
Tabla 35 <i>Noticia N°11</i>	72
Tabla 36 <i>Noticia N°12</i>	73
Tabla 37 <i>Noticia N°13</i>	74
Tabla 38 <i>Noticia N°14</i>	75
Tabla 39 <i>Noticia N°15</i>	76
Tabla 40 <i>Noticia N°16</i>	77
Tabla 41 <i>Noticia N°17</i>	78
Tabla 42 <i>Noticia N°18</i>	79
Tabla 43 <i>Noticia N°19</i>	80
Tabla 44 <i>Noticia N°20</i>	81
Tabla 45 <i>Noticia N°21</i>	87
Tabla 46 <i>Noticia N°22</i>	88
Tabla 47 <i>Noticia N°23</i>	89
Tabla 48 <i>Noticia N°24</i>	90
Tabla 49 <i>Noticia N°25</i>	91
Tabla 50 <i>Noticia N°26</i>	92
Tabla 51 <i>Noticia N°27</i>	93
Tabla 52 <i>Noticia N°28</i>	94
Tabla 53 <i>Noticia N°29</i>	95
Tabla 54 <i>Noticia N°30</i>	96
Tabla 55 <i>Noticia N°31</i>	101
Tabla 56 <i>Noticia N°32</i>	102
Tabla 57 <i>Noticia N°33</i>	103
Tabla 58 <i>Noticia N°34</i>	104
Tabla 59 <i>Noticia N°35</i>	105
Tabla 60 <i>Noticia N°36</i>	106
Tabla 61 <i>Noticia N°37</i>	107

Tabla 62 <i>Noticia N°38</i>	108
Tabla 63 <i>Noticia N°39</i>	109
Tabla 64 <i>Noticia N°40</i>	110

RESUMEN

En un contexto donde las redes sociales se han convertido en una fuente principal de consulta de información, la proliferación de noticias falsas ha logrado afectar a diversos sectores de la sociedad, incluido, aquellos que cuentan con una formación profesional.

Por tal motivo, la presente investigación tiene como objetivo principal analizar la capacidad de los docentes de I.I.EE. públicas del distrito de Ferreñafe para identificar *fake news* en *facebook* y de esta manera identificar hábitos, razones de consumo, tipos de interacción y posibles experiencias previas con noticias falsas.

Asimismo, como parte del estudio se decidió observar a los medios locales con más seguidores en *facebook* para determinar su oferta periodística, fuentes y recursos multimedia en la elaboración de una noticia. De esta manera, tener una visión más clara sobre la relación medio-usuario e intentar categorizar a los medios según su comportamiento en la red social especificada.

El estudio está basado en un enfoque mixto de tipo descriptivo y se apoya en un diseño metodológico descriptivo-explicativo no experimental, en donde se analizaron las dos muestras en diferentes tiempos para su mayor comprensión y aplicación de instrumentos.

Esta investigación concluye con un resultado que afirma la hipótesis nula, donde los docentes de las instituciones educativas públicas del distrito de Ferreñafe no tienen un alto nivel de reconocimiento de las *fake news* en la red social *facebook* e interactúan con ellas.

Palabras clave: *Opinión Pública, Red Social, Desinformación, Medios Digitales, Alfabetización Mediática*

ABSTRACT

In a context where social networks have become a primary source of information consultation, the proliferation of fake news has managed to affect various sectors of society, including those with professional training.

For this reason, the main objective of this research is to analyze the capacity of public school teachers in the Ferreñafe district to identify *fake news* on *facebook* and, in this way, identify habits, reasons for consumption, types of interaction, and possible previous experiences with fake news.

Likewise, as part of the study, it was decided to observe the local media with the most followers on *facebook* to determine their journalistic offerings, sources, and multimedia resources in the preparation of a news story. In this way, we aim to have a clearer vision of the media-user relationship and attempt to categorize the media according to their behavior on the specified social network.

The study is based on a mixed descriptive approach and is supported by a non-experimental descriptive-explanatory methodological design, where the two samples are analyzed at different times for a better understanding and application of the instruments.

This research concludes with a result that affirms the null hypothesis, where teachers from public educational institutions in the *Ferreñafe* district do not have a high level of recognition of the news phases on the social network *facebook* and interact with them.

Key words: *Public Opinion, Social Media, Fake News, Digital Media, Media Literacy*

INTRODUCCIÓN

Las *fake news* o también llamadas noticias falsas es un tipo de desinformación que consisten en cualquier contenido periodístico que es difundido en los medios de comunicación, que, si bien no tienen una base objetiva, las personas suelen tomarlas como verdaderas, ya sea por la reputación del medio, creencias propias, el entorno social o el escaso conocimiento sobre alfabetización mediática. Dichos factores propician el poco cuestionamiento entre lo verdadero y lo falso.

En nuestro país, este fenómeno tuvo un crecimiento exponencial a causa de la pandemia de la COVID-19. Según Rojas (2021) durante los primeros meses los medios en su mayoría digitales tomaron con ligereza la información y hubo poco o nulo contraste de fuentes, mientras aumentaba la cantidad de ciudadanos “usuarios” quienes no solo consumían estos contenidos sino también los producían o proliferaban en su entorno o grupos. Más aún cuando el internet ha propiciado un espacio democrático para que cualquier persona se convierta en un prosumidor de información en aquellas plataformas predilectas de consulta diaria como lo son las redes sociales, entre ellas, destacamos a *Instagram*, *X*, *LinkedIn* y *Tiktok*, sin embargo, a la hora de requerir información noticiosa del momento quien predomina es *facebook* (IPSOS, 2023).

De lo anterior, se puede deducir que cualquier persona es vulnerable a la desinformación, por la sobreexposición informativa propia de la red. Según Ordina et al. (2021), las personas con alto de grado de formación profesional también son segmentos susceptibles.

Retomando el contexto nacional, El Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV, 2020) menciona que en el Perú se necesita que los ciudadanos adquieran capacidades críticas para interactuar con los medios de comunicación, en especial los digitales, los cuales forman parte de nuestro quehacer cotidiano, debido a que las *fake news* generan un efecto

negativo en las dinámicas sociales, pues alejan a las personas o grupos de la realidad, polarizando de esta manera su opinión respecto a temas, situaciones, personajes, etc.

A causa de lo mencionado, CONCORTV (2020) afirma que se deben desarrollar dichas capacidades desde la educación, siendo los docentes quienes pueden promoverlas en el colegio, porque, casi el 97% de los estudiantes navegan en internet, por ello, para cumplir con dicho rol es necesario que los profesionales de la educación tengan la capacitación adecuada en materia de reconocimiento de *fake news* y alfabetización mediática.

En Perú, sí existen datos de dichas capacidades en los profesionales de la salud (Palomino, Volón y Arellanos, 2020), sin embargo, a la fecha de la presente tesis, hay poca o nula investigación en relación con los docentes, tanto a nivel nacional como local (Lambayeque) siendo esta una limitante para la obtención de datos.

Por esta razón, se planteó realizar un estudio en la localidad de Ferreñafe a nivel de Unidad de Gestión Educativa Local (UGEL), la cual fue creada por Resolución directoral regional N°1730-2005, con fecha el 29 de abril de 2005.

Para la presente investigación, se ha elegido trabajar solo con instituciones públicas del nivel primario y secundario dentro del distrito de Ferreñafe, que en total son 07: Manuel Antonio Mesones Muro, Héctor René La Negra Romero, Santa Lucía, Mario Samamé Boggio, José César Celis Solis, Juan Galos Muñoz Palacios y José Mercedes Esteves Chicoma. Siendo el total de docentes 286.

Asimismo, se da paso a nuestra pregunta de investigación ¿de qué manera los docentes de las instituciones educativas públicas del distrito Ferreñafe reconocen e interactúan con las *fake news*?

Para dicha investigación se propuso un objetivo general centrado en analizar la capacidad

de los docentes del distrito de Ferreñafe para identificar información falsa en medios digitales, especialmente en las redes sociales debido a su fácil acceso. Además se establecieron tres objetivos específicos:

- Examinar el tipo de información consumida de los docentes de las instituciones públicas del distrito de Ferreñafe en Facebook.
- Describir las razones por las que los docentes de las instituciones públicas del distrito de Ferreñafe que comparten información noticiosa en Facebook.
- Comprobar con qué frecuencia los docentes de las instituciones públicas del distrito de Ferreñafe comparten información mediática con los estudiantes.

Asimismo, se pretende dar respuesta a la pregunta planteada a través de las siguientes hipótesis: (1) Los docentes de las instituciones educativas públicas del distrito de Ferreñafe tienen un alto nivel de reconocimiento de *fake news* en la red social *facebook* y no interactúan con ellas y (2) Los docentes de las instituciones educativas públicas del distrito de Ferreñafe no tienen un alto nivel de reconocimiento de *fake news* en la red social *facebook* e interactúan con ellas.

Consideramos que toda la investigación y los resultados obtenidos son importantes porque nos permite visualizar y estudiar el panorama actual con relación a las capacidades con las que cuentan los docentes para reconocer noticias falsas en el ámbito digital y también sirve de base para posteriores investigaciones, pues no hay ningún estudio que se preocupe por esta problemática. Si bien la investigación se va a enfocar en un plano local, es una oportunidad para generar conocimientos en relación con esta problemática latente, que solo se logró visibilizar debido a la pandemia del coronavirus.

La presente investigación se desarrollará bajo un enfoque mixto entre cuantitativo y cualitativo, de tipo descriptivo y basado en un diseño metodológico descriptivo-explicativo no

experimental, en donde se analizarán dos muestras en diferentes tiempos para su mayor comprensión y aplicación de instrumentos.

La primera correspondiente a los docentes instituciones públicas de Ferreñafe y la segunda enfocada en medios digitales Lambayecanos.

Para la muestra 1, se consultó la base de datos de la Unidad de Estadística Educativas (ESCALE, 2023), donde se identificó a 286 docentes. Luego de ello, se utilizó un muestreo probabilístico donde se obtuvo una muestra de 55 docentes, bajo la técnica de muestreo aleatorio simple.

Posteriormente, en la muestra 2 enfocada en medios, se decidió usar un muestreo no probabilístico con la técnica intencional o de conveniencia, seleccionando 50 noticias provenientes de los siguientes medios: Chiclayo Noticias, La voz Chiclayo, Exitosa Noticias, La Noticia Clave, los cuales concentran un gran número de seguidores y alcance local.

La recolección de datos y aplicación de instrumentos se realizó durante el año 2024, en ese tiempo se aplicó una encuesta a los docentes y se elaboró una guía de observación para analizar las noticias difundidas en 2023 por los medios mencionados.

Para esto, con la intención de presentar un proyecto de investigación sistematizado fue necesario dividirlo en V capítulos. Capítulo I, corresponde al marco teórico donde se ubican los antecedentes y teorías empleadas, en el Capítulo II expone nuestros materiales y métodos.

El Capítulo III desarrolla y analiza los resultados y su discusión, en el Capítulo IV están las conclusiones de nuestra investigación. En el Capítulo V se mencionan las recomendaciones de nuestra investigación.

CAPÍTULO I. DISEÑO TEÓRICO

1.1. Antecedentes

1.1.1. *Antecedentes Internacionales*

La investigación de (Asanza & Moreno, 2020), titulado *fake news en tiempos de crisis: Aproximación a su reconocimiento y percepción durante el confinamiento por COVID-19 en Ecuador*, menciona la necesidad que deben tener las audiencias para reconocer información falsa en los medios digitales, ya sea a través de factores como la presencia de titular impactante, faltas de ortografía y la sátira o parodia en el mensaje.

Si bien, el tema se enfoca en la pandemia por COVID-19, nos ofrece una idea de cómo a través de los nuevos medios las personas se enfrentan no solo a consumir, sino también, a difundir cualquier contenido a través de redes sociales, dando como resultado su expansión, y siendo una fuente de datos e interacciones de los usuarios, para compartir desde temas cotidianos hasta otros como política, economía, salud o sociedad.

Dicha investigación, es relevante porque ayuda a comprender y estudiar *fake news* a través de su construcción, además de caracterizar el contenido de una *fake news* por ser engañoso, falso, impostor, manipulador o inventado, a través de un análisis de contenido de cada nota seleccionada.

En este estudio se reveló que gran parte de las notas se relacionaron con la economía, cuyos temas giran en torno a el empleo, servicios, bonos, etc. tomando como referencia la información que proveen las noticias. Siendo un elemento característico los titulares de color rojo “color que transmite impacto, elegancia, urgencia y alarma”.

Además, en los resultados, se evidenció que las personas evaluadas en entrevistas añadieron que la inclinación para leer las notas en redes sociales era el titular, siendo un elemento

de gancho para caer en la desinformación, y usar logos de instituciones vinculadas a temas o expertos en la misma.

Finalmente, los expertos citados en la investigación mencionaron que la parte emocional de las personas suele predominar por sobre lo racional, es decir, las personas creen lo que están consumiendo en las redes sin cuestionar la veracidad de los datos.

Por otro lado (**Morote, 2022**), menciona en su artículo *Medios de información y cambio climático. Percepción y manipulación de la información recibida según el profesorado en formación de Educación Primaria (España)*, indica cómo los medios digitales cobran más protagonismo gracias a redes sociales, y que el consumidor es consciente de ello, sea o no una persona con un alto grado de instrucción. Para el estudio se trabajó con docentes de escuelas primarias, aquí se analizó su opinión respecto a temas ambientales con el objetivo de medir su nivel de conocimiento en la materia, así como rastrear de donde reciben las noticias.

Del mismo modo, dentro del mapeo de medios más utilizados se encontró como las redes sociales marcaban una gran diferencia al lado de medios tradicionales, universidades u otras instituciones como ONG para ser una herramienta de consulta para temas climáticos o ambientales.

Esta investigación, se usó como muestra a los docentes de educación primaria, siendo una guía para nuestro estudio, al corroborar que la información noticiosa que se presenta en los medios de comunicación es poco veraz y en ocasiones con escaso rigor científico con un excesivo sensacionalismo. Por ejemplo. el calentamiento global, pandemias y enfermedades virales. Dando paso a que, el escaso conocimiento del tema contribuye a ser más influenciado.

Esto es importante porque ayuda a comprender cómo los profesionales también son vulnerables a caer en la desinformación, sea cual sea el tópico. “La idea, por tanto, es que desde el

ámbito educativo se fomente el contraste de esta información y enseñarles a enfrentarse a la información sin tener conocimientos previos” (Morote, 2012, p.19).

Según lo explica **(Paz, Danieli & Moreano 2023)** en su investigación *“Procesamiento cognitivo de fake news políticas. Revisión de estudios experimentales”*, las *fake news* alcanzaron un lugar de relevancia debido a la elección de Donal Trump en 2016 y otros procesos políticos como el *Brexit*. Desde ese momento se analizó las actitudes y la cognición de aquellos que son susceptibles a caer en la desinformación o aquellos que pueden discernir, distinguir o identificarlas.

Según la investigación las redes sociales se convirtieron en un nuevo ecosistema comunicativo para la presentación y difusión de acontecimientos de toda índole como políticos, mediáticos y sociales. Los datos de este artículo revelan que antes del fenómeno de Trump, no se encontraron ningún estudio de esta naturaleza relacionada a *fake News*, aumentando su intensidad desde 2019 en adelante, siendo el 2020 un pico de crecimiento, ya que, la pandemia por COVID-19 fue una época donde las noticias se enfocaron en aspectos sanitarios: prevención, medidas de protección, vacunas, contagios, etc.

Asimismo, el estudio contó con la recopilación de 29 artículos, un 69% del trabajo con el simple objetivo de definir académicamente qué es una noticia falsa y aclarar que el término hace alusión a la desinformación, engaño o imitación del contenido de los medios. Posteriormente, (Anspach & Carlson, 2020, como se citó en García et al., 2023) *“una persona sería susceptible a las noticias falsas cuando estas se muestran congruentes con su alineación política y, de modo inverso, no (...)”*.

Otro aspecto interesante de la investigación de Paz García et al. radica en cómo las personas procesan la información cuando se topan con noticias falsas, en donde coexisten dos tipos de pensamiento; “el analítico”, basado en el razonamiento-reflexión y “el motivado” centrado en

aspectos individuales como creencias, estereotipos y emociones. Cuando las aptitudes cognitivas son bajas se genera un sesgo, aquí lo analítico es reemplazado por lo motivado. “Si las personas sienten la noticia congruente con sus creencias (..) constituye parte de la alineación de la noticia con el receptor” (p.54).

1.1.2. Antecedentes Nacionales

El estudio *fake news: desinformación en la era digital desde la perspectiva de los periodistas de Lima*, realizado por **Cusi (2020)**, ofrece un panorama en base a la experticia de 05 periodistas licenciados de Lima y su opinión sobre la desinformación en la era digital.

De los resultados obtenidos se determinó por qué las personas no verifican lo que consumen en los medios, estos factores se asocian a la flojera intelectual, en donde solo se lee los encabezados o titulares y se replican o comparten sin verificar las fuentes consultadas para su construcción. A la par, el usuario digital se deja llevar por sus emociones antes que usar el criterio para pensar o analizar, en pocas palabras emplear su juicio crítico.

Asimismo, esta investigación considera que factores como intereses políticos, la desacreditación a un personaje, ganancias monetarias, el nivel socioeconómico son los causantes de la desinformación en medios digitales y/o redes sociales.

Dentro de los resultados obtenidos, los expertos partícipes del estudio indicaron que, en momentos de crisis o desesperación, es más fácil confundir a las personas debido a que ciertos temas alteran las emociones a “nivel psicológico” de la población, por ejemplo, el caso de los supuestos subsidios económicos que daría el gobierno durante el COVID-19.

Además, se puede mencionar que, “al peruano le gusta consumir el morbo y al no haber límite en redes sociales, se convierten en los medios favoritos para emitir noticias falsas” (Cusi, 2020, p.21). las cuales generan una larga cadena de desinformación aprovechándose de la

coyuntura de la sociedad.

Por eso, se necesita que los consumidores o usuarios desarrollen ciertas capacidades mediáticas y el uso de herramientas digitales para detectar la desinformación que hay en la red. Siendo el análisis *Herramientas digitales para detectar desinformaciones en tiempos de coronavirus. Casos: Ojo Público (2020) y Maldita.es (2020)*, perteneciente a (Vásquez, 2020), apropiado para entender cómo el ecosistema de redes sociales ha propiciado una red gigante de datos que son consultados a diario por las personas. Asimismo, “existen otras formas de desinformar, pero no con la mentira directa, es decir, a una información descontextualizada que puede causar confusión en los lectores” (p.11).

La investigación examina los títulos de las noticias analizadas sobre la pandemia del Coronavirus y los casos registrados y cómo la verificación de datos o *fact checking* es una herramienta de utilidad para reconocer o detectar la desinformación que circula en las redes sociales. Donde se describe que los verificadores de Ojo Público y Maldita.es, utilizan herramientas como la consulta de expertos en la materia, la fuente de donde proviene o la institución que publicó la información.

Por otro lado, las notas analizadas sobre salud fueron las más comunes a ser descontextualizadas, viralizadas y aquellas que fueron difundidas por profesionales de la salud, comprobando y desmintiendo el mito que solo los ciudadanos de pie son los más vulnerables a caer en ellas. En resumen, las *fake news*, suelen cobrar mayor presencia e influencia cuando son avaladas por expertos en la materia, donde “desmentir una información toma más tiempo debido a la rigurosidad del proceso de los verificadores de datos” (Vásquez, 2020, p.39).

De igual manera la investigación de **Arrospide (2020)**, *Características de las fake news que se difunden por las redes sociales sobre el coronavirus COVID19 y sus consecuencias en la*

credibilidad de los medios de comunicación en Arequipa – Primer semestre del 2020, identifica que en Arequipa Metropolitana las noticias falsas que circulan en redes sociales tienen su origen principalmente en los medios de comunicación formales equivalente a lo que conocemos como periodismo profesional aunque también, en menor medida, pero en aumento, el llamado periodismo ciudadano.

Arrospide entreteje una serie de criterios comunes que necesita el contenido en internet para figurar como creíble al ojo del consumidor tanto en forma como en fondo, sin embargo, descubriremos la preferencia al fondo en las noticias de tipo informativas optando por manipularla o sacarlas de contexto. Respecto al supuesto origen de las *fake news* (dato que también pretende arrojar la presente investigación), nos da una noción de la percepción del consumidor pues lo falso no se ubica en el círculo cercano (amigos, familia) sino en los medios de comunicación, esto podría entenderse, puesto que la responsabilidad de la difusión de noticias recae en los mismos medios, sin embargo, se esboza la posible confusión del lector sobre lo que es un medio formal dedicado a la investigación y aquellas páginas, grupos y perfiles que generan noticias, ambos con alta presencia- posicionamiento en los medio digitales.

Una vez llegado al origen de la manipulación surge la siguiente pregunta: ¿cuál es su fin? Se sugiere ubicarlo en tres esferas: político, económico o publicitario. Siendo el factor político el más recurrente ya que apela mediante el prejuicio y la opinión (Arróspide, 2020). Aunque se plantea la reacción del público como objetivo principal, la respuesta ante las *fake news* se desconoce ya que no se abarca, esa ausencia nos lleva a considerar la interactividad como un factor importante en el momento en que el lector se enfrenta, sin conocimiento, a una noticia falsa.

1.1.3. Antecedentes Locales

Respecto a medios en redes sociales, **Roque y Sánchez (2021)**, realizaron una investigación correlacional titulada *Las fake news y la actitud de los usuarios del fanpage “Chiclayo al minuto”*, donde se evidencia que las *fake news* se relacionan directa y significativamente con la actitud de los usuarios, lo cual apunta que las noticias falsas son concebidas para determinado tipo de público y que buscan generar una reacción, dejando de lado el aspecto informativo.

Este estudio sirve de guía ya que deja muy claro de entrada la desconfianza que generan los medios digitales, específicamente la red social *facebook*, a la cual reconoce como la plataforma más importante (a nivel nacional) que alberga a la mayoría de los medios de comunicación, periodistas, grupos, instituciones oficiales, usuarios y, por lo tanto, una gran cantidad de generación de información noticiosa que da paso a las *fake news*. Al igual que otras investigaciones, confirma que la forma de presentar la noticia tiene un estilo particularmente sensacionalista impactando desde el titular.

La importancia del estudio radica en el aspecto de las actitudes de los usuarios con relación al medio, considerando sus hábitos de consumo, llegando a la conclusión que existe deliberadamente una relación directa y significativa con las *fakes news* llegando a ser regularmente perjudiciales y afectar de manera mediana a la actitud positiva de los usuarios.

Otro aspecto destacable es la preocupación por la alfabetización mediática ante la proliferación de desinformación, más aún, cuando los medios digitales cobran más protagonismo en la sociedad.

Los antecedentes mencionados demuestran que, al presentar una noticia, la forma es un aspecto muy importante para producir confianza y credibilidad. La presentación gráfica puede

llegar a ser el determinante del éxito de una noticia hacia el público que busca información al paso por las redes sociales (inmediatez). **Chavarry (2020)**, reconoce el aspecto visual, en su estudio titulado *Análisis del tratamiento periodístico de la información política en las noticias de El Diarioperú.21 durante las elecciones presidenciales 2016.caso: Keiko Fujimori*, demuestra que el contenido periodístico es desplazado por los recursos gráficos, los cuales adquieren un valor significativo y un compromiso por parte de los medios para usarlo correctamente teniendo siempre presente la ética periodística. Sin embargo, al cobrar tanta relevancia, también es un arma peligrosa si se usan con otros fines, de los que ya se especificó anteriormente.

Otro asunto tratado es la falta de evolución en los temas noticiosos en el Perú porque siempre se les presta mayor atención a temas políticos y de corrupción, y son estos los que precisamente requieren un conocimiento previo para reconocer o no posible información falsa. Es aquí donde es más probable que el lector sea víctima de la desinformación como se demuestra en el caso de Keiko Fujimori en las elecciones presidenciales de 2016.

En dicha investigación Chavarry presenta al *DiarioPerú21*, que , a pesar de su carácter institucional, se evidencian deficiencias en la calidad del contenido, así como una marcada prioridad por los aspectos visuales por encima del rigor informativo. Esta observación plantea una inquietud mayor: si incluso en medios que operan bajo estándares formales se detectan falencias en la elaboración de contenidos, ¿qué se podría esperar de plataformas ciudadanas o páginas informativas que abordan temáticas similares sin estar sujetas a controles editoriales ni exigencias profesionales?

Con la pandemia del COVID-19, el tema de la salud en el Perú fue un *boom* en los medios digitales, siendo la materia de principal interés y arrastrando consigo una ola impactante de *fake news*, no solo por usuarios ajenos al periodismo, sino también por los medios ya posicionados.

Según señala **Armas (2020)**, durante la pandemia del COVID-19, las notas periodísticas se caracterizaban por titulares gancho y narrativas melodramáticas, algo propio del sensacionalismo, siendo estos precisamente los que concitaron mayor interés. El elemento a destacar de todas noticias fue el titular, que es la ventana al lector, el primer encuentro que se da y el primer recurso que se tiene para atraparlo, bien usado claro está, teniendo en cuenta la ética periodística. En su investigación *Sensacionalismo en tiempos de COVID-19: análisis de las noticias del Diario Trome edición digital (2020)*, Armas, se dio la tarea de analizar los titulares durante el primer año de la temporada pandémica hallando que, si bien los titulares son objetivos en su información, los leads de la noticia fueron diseñados para causar impacto, aunque se utilizó un número limitado de fuentes periodísticas, lo que podría afectar la credibilidad de la información. Otro recurso muy importante en formatos de reportaje son las infografías y los vídeos, recursos no muy explotados al menos por el medio estudiado, debido a la mayor elaboración que conlleva, y que nos motiva a considerarlos como indicadores en la presente investigación.

Si bien los hallazgos resaltan la importancia de un periodismo más responsable, y aunque la experiencia de la crisis sanitaria ha promovido el uso de fuentes oficiales, que cuentan con presencia en los medios digitales, sigue existiendo hasta el día de hoy información en redes sociales que no tienen ningún sostén, ninguna fuente y, como se describió anteriormente, que tienen un origen desconocido por páginas, usuarios o grupos sin rostro.

1.2. Bases Teóricas

1.2.1. Teoría de los efectos limitados

Esta teoría, nacida en la década del 40 en el siglo XX, surge como necesidad de explicar los efectos de los medios de comunicación sobre el público, aunque la teoría en sí es la suma de diversas investigaciones que se dieron en torno a su época, fue el sociólogo Paul Félix Lazarsfeld

quien sentó las bases metodológicas basándose en un método propio de las ciencias naturales procurando no dar paso a la subjetividad.

Para explicar esta teoría es necesario mencionar que las investigaciones y teorías previas sobre los efectos que los llamados *mass media* ocasionan en el público eran de impacto directo (López, 2001), es decir, que los medios tenían un poder tan descomunal y efectivo que intervienen en todo el proceso de la comunicación desde la construcción del mensaje hasta la configuración de la respuesta de su audiencia como lo expone la teoría de la aguja hipodérmica de Lasswell. Aunque esas teorías se adecuaron al contexto social que las vieron surgir, no cabían en los tiempos cambiantes y, ante esto, más que contradecir, Lazarsfeld gesta una evolución teórica considerando los factores que intervienen en el proceso y sustrayendo ese poder casi mágico otorgado a los medios de comunicación.

Cabe mencionar que el concepto de la opinión pública entra a tallar mucho en esta teoría ya que uno de los factores que considera Lazarsfeld son los llamados líderes de opinión y su influencia en los grupos (ya no se valora al público como masa) que en su conjunto forman la concepción de la opinión pública.

La teoría de los efectos limitados postula que los medios no tienen el control absoluto de los efectos que producen sus mensajes, sino que se enfrentan a un conjunto de factores que intervienen en el proceso como son: la forma del mensaje, los líderes de opinión, el nivel sociocultural, los conocimientos, creencias del receptor, escenario, etc.

Se llega a la conclusión que la eficacia de los mensajes que emiten medios es realmente dependiente de estos factores y que en pocas oportunidades pueden llegar a tener el efecto esperado, más bien, el efecto que casi siempre resulta es en el reforzamiento de las opiniones preexistentes, es más, la audiencia siempre que pueda evitará los mensajes que perciba en contra

de su pensamiento o de su grupo. Estas conclusiones se basan en estudios empíricos que Lazarsfeld realizó durante campañas electorales en los Estados Unidos.

En pocas palabras una persona está condicionada a su entorno social, el cual le otorga ciertas herramientas simbólicas, que influyen su valoración respecto a temas de diversa índole, donde los líderes de opinión juegan un rol importante siendo los que, básicamente, deciden por los demás, por lo que los mensajes son diseñados y dirigidos hacia ellos quienes posteriormente harán llegar al resto. Tal como lo exponen D'Adamo, García Beaudoux y Freidenberg, (2007, como se cita en Álvarez, 2012) “se comienza a reconocer que los medios masivos alcanzan a individuos que tienen actitudes, prejuicios, creencias y predisposiciones anteriores –positivas o negativas– hacia las proposiciones y objetos tratados en los mensajes que influirán en la decodificación que las personas hagan de esas comunicaciones que reciben con posterioridad” (p. 4). Aquellos factores determinan la importancia de las actitudes que las personas adoptan frente a los temas y aminoran en gran medida los efectos de los medios.

La teoría en cuestión considera que la sociedad tiene una pequeña capacidad para seleccionar los mensajes y asimilarlos, dando origen a un modelo o esquema comunicativo de carácter unidireccional. Gracias a ello, se mencionan 04 características vinculadas al público (López, 2001, p.166).

- *Interés por adquirir información.* El público no interesado en ciertos temas es muy difícil de alcanzar por el mensaje del medio.
- *Exposición selectiva.* La audiencia tiende a exponerse en mayor medida a aquellos mensajes concordantes con su opinión, y a evitar los discordantes.

- *Percepción selectiva.* Las creencias y formación previas del destinatario moldean y adaptan el contenido del mensaje a sus intereses, llegando en ocasiones a variar el sentido de este.
- *Memorización selectiva.* Los mensajes más cercanos a la opinión del destinatario se recuerdan posteriormente con mayor facilidad.

En resumen, los grupos de pertenencia del destinatario (en nuestro caso ambiente educativo) inciden en cómo los docentes asimilan los mensajes, así como su difusión.

Si bien, la presente investigación se basa en el entorno digital, y los efectos limitados se ligan más a lo tradicional, es importante rescatar la propuesta de cómo el entorno en donde se encuentra inmerso un individuo determina no solo su manera de pensar sino también moldea su juicio crítico, haciendo visible actitudes positivas o negativas hacia los contenidos discriminados dependiendo su acervo cognoscitivo.

1.2.2. Teoría de la Comunicación Digital Interactiva

Esta teoría fue propuesta por Carlos Scolari (2008) en la cual plantea el involucramiento de diferentes actores durante el proceso de comunicación digital: usuarios, enunciadorees comerciales, periodísticos, académicos y contraculturales. Esta teoría además pone en evidencia la utilidad de los beneficios hipertextuales y multimediales de los medios digitales destacando su hiperinteractividad. El usuario es apreciado como prosumidor de acuerdo con las nuevas formas de comunicación.

La propuesta de Scolari es un modelo de comunicación que responde a la demanda informacional del mundo actual, un modelo innovador destinado a las redes y basado en la colaboración de usuarios, algo que es posible gracias al internet. El autor de la teoría caracteriza a este modelo a través de los siguientes rasgos:

- Carácter digital o digitalización: se describe como la manera de olvidar el modelo analógico de la información a convertirla en un dominio no binario “bits”. Tal es el caso de encontrar noticias en blogs o webs sin necesidad de adquirir un periódico físico.
- Hipertextualidad: la linealidad del texto tradicional se empieza a combinar con textos a partir de los cuales se puede acceder a otra información. Lo que hoy se conoce como “vínculo o enlace” que nos redirige de manera secuencial a otros contenidos relacionados con el tema, sean palabras, imágenes o vídeos.

Aquí aparece lo que Scolari denomina “una red de usuarios que interactúan entre sí”, quienes cuentan con la capacidad de retroceder, avanzar, detenerse o guardar los contenidos que observan.

- Reticularidad: Hace referencia al cambio de esquema “de uno a muchos” propio de la comunicación de masas, a un modelo organizado en forma de red que permite la comunicación “de muchos a muchos”, conocido como paradigma de la red. Cualquier individuo forma parte de una red, la cual constantemente está compartiendo y produciendo contenidos desde cualquier lugar del mundo.
- Su interactividad: Frente al receptor pasivo que sólo puede recibir información, surge un receptor activo con capacidad para producir contenidos comunicativos. Esta data que se actualiza en cada segundo ha servido para que las empresas y servicios obtengan datos valiosos de los usuarios, modificado de esta manera el estilo de vida de las personas e “interconectando” sus intereses, motivaciones, aspiraciones y preferencias de búsqueda.
- Su multimedialidad: También conocida como convergencia multimedia, se refiere a que en un mismo soporte coexiste información de diferente naturaleza (textos, sonidos,

vídeos) que antes requerían soportes específicos y por separado. En las palabras de Scolari “los lenguajes comienzan a interactuar entre sí y emergen espacios híbridos que pueden dar origen a nuevas formas de comunicación” (p. 104)

Por otro lado, Scolari predice que las teorías de comunicación de masas son obsoletas para investigar la nueva realidad, donde los modelos como el de la aguja hipodérmica son menos funcionales, pues los roles de emisor y receptor se intercambian y dan paso a un nuevo sentido donde los mensajes se construyen grupalmente.

En pocas palabras, los hipermedios son parte de nuestra vida cotidiana y la comunicación ahora es de “largo alcance”, cuando formamos parte de una red social, blog, foro o página web adoptamos actitudes y aceptamos reglas o límites de cada plataforma.

La relación con la investigación que los autores desarrollan es evidente, cuando las noticias tienen repercusión en plataformas digitales, la interacción se presenta en forma de comentarios los cuales pueden ser de apreciación y de opinión generando así mayor información noticiosa.

Los medios de comunicación tienen mayor presencia en redes sociales donde se utilizan los titulares y elementos gráficos para captar la atención de los usuarios cuyo objetivo es redireccionar a todo interesado a la página web del medio en cuestión. Para el caso de las *fake news*, la interactividad también beneficia a su proliferación ya que además de ser comentada puede ser compartida de forma masiva logrando migrar a otras plataformas muy distintas a la original.

Otro aspecto importante a considerar es que las fuentes de noticias no provienen únicamente de medios de comunicación formales. También existen fuentes locales que, aunque están bien posicionadas en sus comunidades, no son gestionadas por periodistas profesionales.

1.2.3. *Definiciones Terminológicas*

Reconocimiento: proceso mediante el cual la audiencia (usuarios, lectores, consumidores) presta atención a los contenidos informativos que percibe de cualquier medio, sean de interés u ocasionales, donde dicho usuario aplica sus filtros (Calvo y Aruguete, 2020) y evalúa la veracidad con ciertas técnicas y habilidades adquiridas (Cerde, et al. 2021, p. 303).

Fake news: es un neologismo adoptado en la lengua española para referirse a las noticias falsas. El término hace referencia a toda información manipula la realidad y que es difundida con facilidad en medios digitales. Existen dos clasificaciones de *fake news* (Cerde, et al. 2021): la no intencionada, dada por falta de rigor o precisión en la información; y la intencionada, que es información manipulada con el fin de desinformar.

Medios digitales: son aquellas plataformas o espacios diseñados para crear, intercambiar información, propiciar el diálogo y generar participación entre los usuarios. Dentro de esta categoría encontramos blogs, redes sociales, foros, sitios web o cualquier tipo de plataforma multimedia.

Interactividad: Se denomina como una característica propia de las plataformas digitales aquella que facilita la comunicación y la participación entre personas y dispositivos. Esto se manifiesta, por ejemplo, al navegar por sitios web o al utilizar redes sociales.

Periodismo ciudadano: los ciudadanos realizan la labor propia de los medios de comunicación y periodistas de profesión, pero sin ningún respaldo por parte de estos. La evolución y difusión del periodismo ciudadano ha alcanzado gran popularidad con la llegada del internet

Desinformación: es la acción intencionada de brindar información a los públicos previamente manipulada para el servicio de ciertos fines, llámese grupos políticos, de interés, etc. El objetivo es divulgar datos para influir en la opinión pública, ocultando la verdad en los hechos

y fuentes.

Verificación: es el proceso de investigar y confirmar la veracidad de la información que circula en medios de comunicación, redes sociales. A este proceso también se le conoce como el *fact checking* que implica la revisión de fuentes, la contrastación de datos y la evaluación de evidencias para determinar si la información es verdadera

Credibilidad: Se refiere a la capacidad de ser creído o considerarse confiable, aquí los mensajes emitidos responden a experiencia previas, formando una relación entre personas, organizaciones, medios de comunicación o grupos. Además, sirve como referencia para aquellos que buscan información o conocimientos previos sobre lo que se habla en el entorno, dando la oportunidad que las personas “crean o no” en dichos contenidos.

Audiencias: en medios tradicionales, es el público que consume los contenidos difundidos por medios como radio, televisión. En el ámbito digital se les conoce como usuarios, quienes visualizan o interactúan con los contenidos de perfiles, páginas o grupos de las plataformas como webs, redes sociales, blogs o foros. En ambos casos la audiencia puede ser segmentada para que el medio pueda determinar el contenido y dirigirlo hacia el público.

Consumo: Es el acto de adquirir u obtener ciertos elementos del entorno para satisfacer en la mayoría de los casos nuestras necesidades y deseos ya sean personales o grupales. El consumo no solo aplica a bienes o servicios en términos económicos, sino también guarda una estrecha relación con adquirir conocimientos.

CAPÍTULO II: MÉTODOS Y MATERIALES

2.1. Tipo de Investigación

El estudio denominado “Análisis del reconocimiento de *fake news* en docentes de las instituciones educativas públicas del distrito de Ferreñafe” se fundamenta en una investigación Mixta, la cual combina enfoques cuantitativos y cualitativos para la obtención de datos.

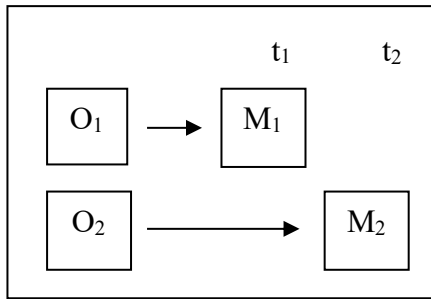
Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) este enfoque “no tiene como meta reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales”. Aquí la visión objetiva y subjetiva se fusionan para dar respuesta al problema planteado.

Las características dicotómicas de ambos enfoques permiten al investigador “plantear el problema con claridad y formular objetivos apropiados para estudiar el fenómeno” (Otero, 2018).

El alcance o nivel de esta investigación es descriptivo, debido a que estos estudios “buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis” (Fernández & Dankhe, 1990).

Su utilidad se basa en la medición de uno o más atributos que requieren un considerable conocimiento del área a investigar. El presente estudio se hace en una sola instancia, por ello, no existe un seguimiento. El diseño de la investigación es no experimental debido a que no se manipulan las variables.

El diagrama en cuestión



O=observación

M=muestra

1 y 2 diferentes

t=tiempo

2.2.Población y Muestra

Población 1: Constituida por los docentes de las I. E.P de nivel básico regular de la Unidad de Gestión Educativa Local (UGEL) - Ferreñafe. Haciendo un total de 286 docentes distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 1

Instituciones públicas y número de docentes

Nivel	Institución	Nº de docentes
Primaria	I. E 10059. Galo Muñoz Palacios	42
	I.E 10056. Héctor René La negra Romero	27
	I.E 11033. Mario Samamé Boggio	15
	I.E 10626. José César Solis Celis	43
	I.E 10057. José Mercedes Esteves Chicoma	17
	I.E.10058 Medalla Milagrosa	23
Secundaria	I.E. Manuel Antonio Mesones Muro	46
	I.E. Santa Lucía	73
Total		286

Nota. ESCALE Minedu. Elaboración propia

Muestra 1: Usa el método probabilístico y la técnica de muestreo aleatorio simple. Para la obtención de la muestra se utilizó la fórmula de población finita, la cual dio como resultado 54.601.

Donde:

N: Tamaño de población: 286

Z: Nivel de confianza: 1.64

p: Probabilidad de éxito: 0,5

q: Probabilidad de fracaso: 0.5

d: Precisión: 0.10

$$n = \frac{NZ^2pq}{d^2(N-1) + Z^2pq}$$

$$n = \frac{286 \times 2.6896 \times 0.25}{0.010 \times 285 + 2.6896 \times 0.25}$$

$$n = \frac{286 \times 0.6724}{2.85 + 0.6724}$$

$$n = \frac{192.306}{3.522}$$

$$n = 55$$

Población 2: Según el mapeo de la PUCP (2021), Lambayeque cuenta con un total de 194 medios digitales, de los cuales 181 (93.3%) usa la red social Facebook.

Muestra 2: Utiliza el método no probabilístico y bajo la técnica intencional o de conveniencia. Se analizaron 40 noticias provenientes de los siguientes medios en su plataforma oficial de Facebook: Exitosa Chiclayo, Chiclayo Noticias, Noticia Clave, La Voz Chiclayo, durante el mes de junio de 2023.

Tabla 2

Medios seleccionados por seguidores y alcance local

Medios digitales	Nº de seguidores
Exitosa Chiclayo	560 000
Chiclayo Noticias	188 000
La Noticia Clave - Oficial	180 000
La Voz Chiclayo	118 000

Fuente. Facebook. Elaboración propia

2.3. Técnicas, instrumentos, equipos y materiales de recolección de datos

Tabla 3

Técnicas e instrumentos empleados

Técnica	Modalidad	Instrumento	Explicación
Encuesta	Presencial	Cuestionario	Permitió obtener datos respecto a opiniones, creencias y tendencias sobre el consumo de noticias en medios de comunicación.
Análisis de contenido	Virtual	Guía Observación	Registra lo más importante y organiza información bajo criterios establecidos. En la investigación facilitó el análisis de las noticias.

Nota. Elaboración propia

La encuesta se aplicó durante los meses de junio-julio de 2024 a 55 docentes de la UGEL-Ferreñafe, colocando 14 preguntas sin emplear ninguna escala. Los datos fueron tabulados mediante el software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).

Por otro lado, para el análisis de contenido se analizó 10 noticias de cada medio seleccionado durante el mes de junio del 2023.

Equipos: Laptop gama media, software SPSS, teléfono smartphone.

Materiales: Paquete de papel bond A4, 5 lapiceros, 2 fólderes.

2.4. Validez del contenido

Para validar los instrumentos se consultó la opinión de tres expertos comunicadores con experiencia en periodismo (Anexo 05).

Para certificar la validez de los instrumentos se aplicó el coeficiente V de Aiken que cuantifica el grado de acuerdo a los tres expertos (Anexo 5) respecto a la pertinencia de cada ítem en relación con la dimensión que se desea medir. Su valor oscila entre **0** y **1**, donde:

- **0** indica ausencia total de acuerdo entre los jueces.
- **1** indica acuerdo perfecto, los jueces consideran el ítem completamente válido.

Para el cálculo matemático de dicho coeficiente se consideró la siguiente fórmula

$$V = \frac{\bar{x} - l}{k}$$

Donde:

V: Coeficiente de Aiken

$\bar{x}$: Promedio de las calificaciones de todos los jueces

l: Calificación mínima

k: resta de la calificación máxima menos la calificación mínima

“Los resultados permiten concluir que el coeficiente V de Aiken es el más adecuado para determinar este tipo de validez, ya que permite obtener valores factibles de ser contrastados estadísticamente según el tamaño de la muestra de jueces seleccionada” (Escurra, 1988).

2.5.Operacionalización de variables

Tabla 4

Variables de la investigación

Variable	Dimensión	Definición	Indicador	Técnica - Instrumento
Reconocimiento de <i>fake news</i>	Educación	Enseñanzas otorgadas por la familia, escuela y vivencias.	Nivel de instrucción Especialidad	Encuesta-cuestionario
	Cultura	Principios ideológicos que definen la opinión de una persona.	Ideología Costumbre o creencias	
	Interés	Inclinación hacia algún asunto por provecho y utilidad.	Motivación Utilidad	
	Pensamiento crítico	Capacidad para analizar y evaluar la información existente respecto a un tema.	Juicios Valores	
	Experiencia	Conocimiento adquirido por las circunstancias y vivencias.	Conocimiento Práctica	
	Oferta periodística	Contenidos ofrecidos por cada medio de comunicación.	Géneros Formatos	
Red social	Fuentes de información	Identificar si los contenidos periodísticos poseen un origen de sus datos	Recursos (citas) hipervínculos	Análisis de contenido-guía de observación
	Interacción	Capacidad tecnológica que permite la comunicación bidireccional e interpersonal.	Reacciones Comentarios Compartidas	
	Reputación	Prestigio o estima de las personas hacia algún medio de comunicación o líder de opinión.	Tratamiento informativo Ética periodística	
	Multimedialidad	Características del medio que reúne recursos gráficos y audiovisuales.	Audio Gráfico Audiovisual	

Nota. Elaboración propia

CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Resultados de la encuesta

Tabla 5

Identificación del género de docentes

	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	41	74.5
Masculino	14	25.
Total	55	100

Nota. Resultados de encuesta

De acuerdo con la tabla 5 se observa que la mayoría de la muestra encuestada corresponde al género femenino con un 74,5 % frente a un 25,5% que es masculino.

Tabla 6

Cantidad de docentes respecto a las instituciones y nivel educativo

Nivel	Porcentaje	Institución Educativa	Frecuencia	Porcentaje
Primario	56.4	Medalla Milagrosa	5	9.1
		César Solis Celis	8	14.5
		Galo Muñoz Palacios	8	14.5
		Héctor René La negra	5	9.1
		José Mercedes Chicoma	3	5.5
		Mario Samamé Boggio	3	5.5
		Manuel Antonio Mesones	9	16.4
Secundario	43.6	Muro	14	25.5
		Santa Lucía	14	25.5
Total			55	100.0

Nota. Resultados de encuesta

Respecto a la tabla 6, la cantidad de docentes encuestados pertenecen al nivel primario (56,4%) seguido del secundario (43,6%). Estos datos evidencian que la cantidad de II.EE primarias es predominante en nuestra investigación.

Tabla 7

Preferencia de temas a la hora de consumir noticias

Temas	Frecuencia	Porcentaje
Salud	16	29.1
Economía, Salud	7	12.7
Política	6	10.9
Entretenimiento	6	10.9
Deporte	5	9.1
Política, Economía	3	5.5
Entretenimiento, Salud	3	5.5
Política, Salud	2	3.6
Economía	2	3.6
Política, Entretenimiento	1	1.8
Política, Deporte	1	1.8
Economía, Entretenimiento, Salud	1	1.8
Deporte, Salud	1	1.8
Deporte, Entretenimiento, Salud	1	1.8
Total	55	100.0

Nota. Resultados de encuesta

De acuerdo con la tabla 7, el 29,1% de los docentes considera la “salud” como único tema de preferencia para consumir noticias. “Política” y “entretenimiento” son igualmente populares, con un 10,9% cada uno. El tema “deporte” es preferido por un 9,1% de los encuestados, mientras que economía es el tema menos popular, con un 3,6%. Los resultados indican que la salud ha surgido como tema de mayor preferencia debido a la pandemia por COVID-19.

La categoría “temas de preferencia” se combinan unas con otras, dando origen a respuestas múltiples. Siendo la más popular “economía y salud” con 12,7% manteniendo la jerarquía de los temas elegidos. Las menos frecuentes corresponden a: “entretenimiento, economía y salud”, “deporte y salud”, “deporte, entretenimiento, salud” “política y entretenimiento” y “política y deporte” con apenas 1,8%.

Tabla 8

Razones de consumo de noticias por los docentes

	Frecuencia	Porcentaje
Interés	18	32.7
Utilidad	14	25.5
Motivación	5	9.1
Recomendaciones	5	9.1
Interés, Utilidad	4	7.3
Interés, Motivación	3	5.5
Interés, Recomendaciones	3	5.5
Interés, Motivación, Utilidad, Recomendaciones	1	1.8
Interés, Utilidad, Recomendaciones	1	1.8
Utilidad, Recomendaciones	1	1.8
Total	55	100.0

Nota. Resultados de encuesta

De acuerdo con la tabla 8, las razones para consumir dichos temas de preferencia son el “interés” que se representa con un 32,7% y “utilidad” con un 25,5%. Y aquellas con menor frecuencia son la “motivación y recomendación” con un 9,1%.

En las respuestas múltiples, aquellas que combinan el “interés” con otra razón son las más comunes. La combinación más popular es “interés y utilidad” con un 7,3%, mientras que la menos popular es “interés, utilidad y recomendación” con un 1,8%.

Tabla 9

Medios locales más consumidos por los docentes

	Frecuencia	Porcentaje
Otro	32	58.2
Exitosa Chiclayo	14	25.5
Chiclayo Noticias	5	9.1
Chiclayo Noticias, Otro	2	3.6
La Voz Chiclayo	1	1.8
Exitosa Chiclayo, Otro	1	1.8
Total	55	100.0

Nota. Resultados de encuesta

En la tabla 9, el medio local ideal para consumir noticias es “Exitosa Chiclayo” con 25,5% seguido de “Chiclayo Noticias” con un 9% y en menor medida “La voz Chiclayo” con 1,8%. De la misma manera, en las respuestas múltiples se observa la presencia de medios locales “Exitosa” junto a otros medios nacionales como “Correo”, “RPP” y “Willax”, en la categoría “otros”.

Tabla 10

Valoraciones del medio

	Frecuencia	Porcentaje
Veracidad	42	76.4
Cobertura de temas locales	6	10.9
Que simpatice con mis ideales	4	7.3
Reputación periodística	3	5.5
Total	55	100.0

Nota. Resultados de encuesta

Con respecto a la tabla 10, el valor más importante atribuido al medio de comunicación consumido es “veracidad” que representa al 76,4 y menos valorado es la “reputación periodística” con un 5.5%. Esto denota que la mayoría de encuestados prefieren un medio que sea veraz antes que uno que simpatice con sus creencias, principios o pensamientos con una diferencia porcentual considerable.

Tabla 11

Valoraciones del medio según institución educativa

Institución Educativa	Cobertura de temas locales	Que simpatice con mis ideales	Reputación periodística	Veracidad	Total
Santa Lucía	1	0	0	13	14
Mesones Muro	2	0	1	6	9
César Solís Celis	0	0	0	8	8
Galo Muñoz Palacios	2	2	1	3	8
Héctor René La negra	0	0	1	4	5
Medalla Milagrosa	0	1	0	4	5
José Mercedes Chicoma	0	1	0	2	3
Mario Samamé Boggio	1	0	0	2	3
Total	6	4	3	42	55

Nota. Resultados de encuesta

De la tabla 11, las instituciones educativas que más valoran la veracidad de un medio son “Santa Lucía” y “Manuel Antonio Mesones Muro” con 14 y 9 respuestas registradas respectivamente. El valor menos frecuente fue “reputación periodística” con solo 3 respuestas. En todos los casos la veracidad ocupa el primer puesto de valor ante los otros ítems.

Tabla 12*Frecuencia para comentar la noticia con su entorno*

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	28	50.9
Ocasionalmente	22	40.0
Nunca	5	9.1
Total	55	100

Nota. Resultados de encuesta

Se puede inferir de la tabla 12 que la mayoría de los docentes (50,9%) de las Instituciones Educativas públicas de Ferreñafe “siempre” comentan las noticias consumidas con su entorno laboral-educativo. Mientras que el 40% de ellos, lo realiza de manera ocasionalmente. Según los datos obtenidos se infiere que los docentes, independientemente de caer o no en las *fake news*, sirven como difusores de los contenidos que consumen.

Tabla 13*Frecuencia para comentar noticias con su entorno según institución educativa*

	Nunca	Ocasionalmente	Siempre	Total
Santa Lucía	0	4	10	14
César Solis Celis	3	2	3	8
Galo Muñoz Palacios	1	4	3	8
Manuel Antonio Mesones Muro	1	4	4	9
Héctor René La negra	0	3	2	5
Medalla Milagrosa	0	3	2	5
José Mercedes Chicoma	0	1	2	3
Mario Samamé Boggio	0	1	2	3
Total	5	22	28	55

Nota. Resultados de encuesta

De la mitad de los resultados obtenidos (50,9%) de la tabla número 13, la mayoría provienen de la I.E. “Santa Lucía” con 10 respuestas, seguido de “Manuel Antonio Mesones Muro” con 4 respuestas.

En todas las instituciones se suele tener el mismo comportamiento, sin embargo, la excepción lo tienen “Medalla Milagrosa”, “Galo Muñoz” y “Héctor René La Negra” donde la frecuencia para comentar las noticias es ocasional.

Tabla 14

Características analizadas del medio consumido

	Frecuencia	Porcentaje
Fuentes	18	32.7
Titular, Fuentes	9	16.4
Titular	8	14.5
Coherencia	6	10.9
Fuentes, Coherencia	6	10.9
Fuentes, Imágenes, Coherencia	2	3.6
Imágenes, Coherencia	2	3.6
Imágenes	1	1.8
N. A.	1	1.8
Titular, Coherencia	1	1.8
Titular, Fuentes,	1	1.8
Total	55	100

Nota. Resultados de encuesta

Se puede inferir de la tabla 14 que las características más analizadas por los docentes al momento de consumir noticias son “fuentes” con 32,7%, y “titulares” 14,5%. Por otro lado, las categorías menos populares corresponden a “imágenes” y “coherencia” en la información.

De lo anterior, las categorías más importantes como “fuentes” y “titulares” se combinan con otras, dando origen a respuestas múltiples como “fuentes y coherencia” con 10,9%, “fuentes e imágenes” con 3,6%.

Existe una marcada tendencia de los docentes a elegir la “fuente” como principal elemento de análisis de cara al contenido informativo.

Tabla 15

Frecuencia en la verificación de la información de facebook

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	29	52.7%
A veces	23	41.8%
No	3	5.5%
Total	55	100

Nota. Resultados de encuesta

Los datos de la tabla 15 demuestran que el 52,7% de los docentes “sí” verifican las noticias que consumen, frente a un 41,8% que lo realiza de manera ocasional o “a veces” y en menor medida solo el 5,5% respondió “no” hacerlo.

Tabla 16

Verificación de la información según institución educativa

	A veces	No	Sí	Total
Santa Lucía	5	0	9	14
Manuel Antonio Mesones Muro	3	0	6	9
César Solis Celis	3	2	3	8
Galo Muñoz Palacios	4	0	4	8
Héctor René La negra	3	1	1	5
Medalla Milagrosa	1	0	4	5
José Mercedes Chicoma	2	0	1	3
Mario Samamé Boggio	2	0	1	3
Total	23	3	29	55

Nota. Resultados de encuesta

La tabla 16 revela que la mayoría de los docentes, que sí comprueba la información que consume, pertenecen a la “I.E Santa Lucía” (9 docentes de los 14) a diferencia de las II.EE. “M. Samamé Boggio” y “J. Mercedes Chicoma”, de las cuales solamente 1 de cada 3 docentes verifica la veracidad de las noticias. Aun así, la tabla demuestra que, la mayor cantidad de docentes (5 de 14) que hace la verificación de la noticia también forma parte de la “I.E. Santa Lucía”.

Tabla 17

Tipo de interacción con el contenido consumido según docentes

	Frecuencia	Porcentaje
Comentario	23	41.8
Compartida	14	25.5
No interactúa	9	16.4
Reacción	4	7.3
Comentario, Compartida	3	5.5
Compartida, Reacción	2	3.6
Total	55	100

Nota. Resultados de encuesta

Respecto a la tabla 17, se observa que los docentes presentan una mayor inclinación por “comentar” las noticias (41,8%), antes de “compartirla” (22,5%) o “reaccionar” ante ella (7,3%). Aunque, los resultados también evidencian que el 16,4 “no interactúa” con ellas, es decir, no realiza ninguna acción descrita anteriormente.

En algunos casos, se presenta una combinación entre los ítems mencionados, dando origen a más de una acción realizada al momento de toparse con una noticia de su interés, por ejemplo, “comentar y compartir” (5,5%), “compartir y reaccionar” (3,6%), lo que indica el alto nivel de interacción.

Tabla 18

Tipo de interacción de docentes según institución educativa

	Comentari o	Comentari o, compartida	Compart ida	Comparti da, reacción	No interactúa	Reacci ón	Total
Santa Lucía	5	1	5	1	1	1	14
M. A. Mesones.M	4	1	3	0	0	2	9
César S. Celis	2	0	1	1	3	1	8
G. M.Palacios	7	1	0	0	0	0	8
H. René La negra	1	0	1	0	3	0	5
Medalla	3	0	2	0	0	0	5
Milagrosa	3	0	2	0	0	0	5
J. M. Chicoma	1	0	1	0	1	0	3
M. S. Poggio	1	0	1	0	1	0	3
Total	23	3	14	2	9	4	55

Nota. Resultados de encuesta

La tabla 18 indica que la mayor fuente de la interacción por “comentario”, ítem predominante como se pudo visualizar en la tabla 18, es de la I.E. “Galo Muñoz Castro” con 7

docentes de 8. Mientras tanto el colegio con mayor población “Santa Lucía” la interacción más usual en los docentes con la noticia es “comentario” y “compartida”. Además, la tabla nos sugiere un comportamiento solo receptivo por parte de los docentes de colegios “César Solis Celis” (3) y “Héctor René La negra” (3) que en su mayoría no interactúan con lo que consumen en *facebook*.

Tabla 19

Frecuencia de encontrar noticias falsas en facebook

	Frecuencia	Porcentaje
Poca	35	63.6
Regular	17	30.9
Mucha	3	5.5
Total	55	100

Nota. Resultados de encuesta

Podemos interpretar de la tabla 19 que la mayor parte de los docentes encuestados encuentra noticias falsas con “poca” frecuencia en la red social *facebook*, son únicamente 3 de los 55 docentes quienes aseguran encontrar *fake news* con “muchas” frecuencia.

Tabla 20

Docentes víctimas de las fake news

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	34	61.8
No	16	29.1
Tal vez	5	9.1
Total	55	100

Nota. Resultados de encuesta

Los resultados obtenidos de la tabla 20, demuestran que el 61,8% de los docentes respondió “sí” haber sido víctima de *fake news*, frente a un 29,1% que mencionó lo contrario. Aunque

alrededor del 9,1% mencionó que “tal vez” fueron víctimas, pero no supieron como reconocerlas, comprobar que era información falsa o simplemente no estaban seguros.

Tabla 21

Los docentes capacitados para reconocer fake news

	Frecuencia	Porcentaje
Tal vez	24	43.6
No	17	30.9
Si	14	25.5
Total	55	100

Nota. Resultados de encuesta

Respecto a lo observado en la tabla 21, se puede inferir que la capacitación de los docentes para reconocer una *fake news* es variable, donde poco más del 43% mencionó tener incertidumbre para identificarlas, mientras que un 30,9% respondieron “no” y solo el 25,5% dijo si estar capacitado. Estos resultados giran en torno a la poca o nula implementación de talleres o cursos de formación como se comprobará en tablas posteriores.

Tabla 22

Consideraciones de docentes para identificar fake news

	Frecuencia	Porcentaje
Ausencia de fuentes	39	70.9
Conocer del tema	6	10.9
Lenguaje	4	7.3
N. A.	3	5.5
Subjetivismo	1	1.8
Ausencia de fuentes, Subjetivismo	1	1.8
Ausencia de fuentes, Conocer del tema	1	1.8
Total	55	100

Nota. Resultados de encuesta

De la tabla 22, la característica por excelencia elegida por la mayoría de los docentes, que sirve de indicio para identificar noticias falsas es “ausencia de fuentes” que representa el 70.9% demostrando que, en principio, los docentes identifican a las fuentes periodísticas como elemento necesario para que la información tenga el carácter de veraz.

El “conocimiento del tema” viene a ser la segunda característica preferida (10.9%), aunque con una diferencia bastante marcada con respecto a la primera y por último “subjetivismo” es la última de las características elegidas por los docentes, de este último resultado podría inferirse que es poco considerado ya que requeriría de un análisis más perspicaz por parte lector al no ser una característica explícita como lo son las fuentes citadas.

Tabla 23

Docentes con capacitación previa para reconocer fake news

	Frecuencia	Porcentaje
No	52	94.5
Sí	3	5.5
Total	44	100

Nota. Resultados de encuesta

Se observa en tabla 23, que el 95,5% de los docentes no han recibido talleres o cursos para reconocer *fake news* en medios digitales, mientras que solo el 5,5% respondió si haber llevado uno. Estos datos demuestran que hay menos probabilidad para reconocer una información falsa o sospechar de su contenido.

Tabla 24*Origen de las noticias falsas*

	Frecuencia	Porcentaje
Grupos políticos	21	38.2
Medios de comunicación	10	18.2
Periodismo Ciudadano	10	18.2
Otro	8	14.5
Medios de comunicación, Grupos políticos	3	5.5
Grupos políticos, Periodismo Ciudadano	2	3.6
Medios de comunicación, Periodismo Ciudadano	1	1.8
Total	55	100

Nota. Resultados de encuesta

Estos últimos datos analizados correspondientes a la tabla 24, se observa que los docentes consideran como principal origen para la creación y difusión de *fake news* a “grupos políticos” con 38,2%, seguido del del “periodismo ciudadano” y “medios de comunicación” con 18,2% respectivamente.

3.2. Resultados del análisis de contenidos

3.2.1. Chiclayo Noticias

Se analizaron 10 noticias publicadas por el medio en su plataforma digital de *facebook* durante el mes de junio de 2023.

Tabla 25

Noticia N°01

Medio	Chiclayo Noticias	Fecha	24/6/2023
Título	INS confirmó la presencia de la variante Cosmopolitan de dengue en Lambayeque		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Empleo del género periodístico para la construcción de información	La noticia emplea el género informativo		
	Responde 4 de 5 preguntas básicas.		
2. Estructura y composición noticiosa	Titular breve y conciso		
	Utiliza pirámide invertida		
3. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho	Utiliza una fuente oficial: INS		
	Utiliza un testimonio de experto en el tema		
	Reacciones	Comentarios	
4. Interacción de los usuarios ante la publicación en <i>facebook</i>	171	23 donde el medio no interactúa con los usuarios	
5. Da seguimiento de la información	Durante las siguientes semanas no tocó el tema del dengue		
	Se respeta la integridad de implicados		
6. Ética periodística del medio	Inclinación hacia la objetividad		
	Noticia sacada de otro medio		
	Gráficos	Audiovisuales	
7. Recursos multimedia utilizados por el medio	2 imágenes de archivo genéricos	No contiene	
Observaciones adicionales	La información obtenida corresponde a otro medio donde la información contiene mayor detalle y testimonio audiovisual		

Tabla 26*Noticia N°02*

Medio	Chiclayo Noticias	Fecha	18/6/2023
Título	Sin titular		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Empleo del género periodístico para la construcción de información	Género de opinión		
2. Estructura y composición noticiosa	No contiene		
3. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho	No considera fuentes		
4. Interacción de los usuarios ante la publicación en <i>facebook</i>	Reacciones	Comentarios	
	480	3	
5. Da seguimiento de la información	No se le dio seguimiento		
6. Ética periodística del medio	Predominio de lo subjetivo		
7. Recursos multimedia utilizados por el medio	Gráficos	Audiovisuales	
	No contiene	No contiene	
Observaciones adicionales	Es una opinión de denuncia hacia una realidad social		

Tabla 27

Noticia N°03

Medio	Chiclayo Noticias	Fecha	24/6/2023
Título	Muerte en el día del padre		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Empleo del género periodístico para la construcción de información	Informativo, sin mucho detalle		
2. Estructura y composición noticiosa	Titular sensacionalista no directo Pirámide invertida Lead más relevante que titular No se define a los implicados con exactitud Hechos aparentes más no concretos		
3. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho	No considera fuentes Se hace referencia a vecinos sin nombre.		
4. Interacción de los usuarios ante la publicación en <i>facebook</i>	Reacciones	Comentarios	
	141	6	
5. Da seguimiento de la información	No se le dio seguimiento		
6. Ética periodística del medio	Noticia sensacionalista, la muerte como recurso de atracción El origen de la información proviene de otro medio		
	Gráficos	Audiovisuales	
7. Recursos multimedia utilizados por el medio	Una imagen del hecho	No contiene	
Observaciones adicionales	El titular no plasma la información relevante.		

Tabla 28

Noticia N°04

Medio	Chiclayo Noticias	Fecha	20/6/2023
Título	Detenidos por tener sexo en plena vía pública		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Empleo del género periodístico para la construcción de información	Informativo.		
2. Estructura y composición noticiosa	Responde a 4 de las 5 preguntas básicas Estructura sencilla de un solo párrafo Titular sensacionalista		
3. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho	Uso de una fuente oficial y una fuente complementaria		
4. Interacción de los usuarios ante la publicación en <i>facebook</i>	Reacciones	Comentarios	
	1764	531	
		De tono irónico No existe debate del hecho	
5. Da seguimiento de la información	Sin seguimiento		
6. Ética periodística del medio	Noticia poco relevante Noticia de otro medio		
7. Recursos multimedia utilizados por el medio	Gráficos	Audiovisuales	
	Una imagen de los implicados	No contiene	
Observaciones adicionales	Alto nivel de interacción		

Tabla 29*Noticia N°05*

Medio	Chiclayo Noticias	Fecha	22/6/2023
Título	Se reporta un incendio de gran magnitud en las musas		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Empleo del género periodístico para la construcción de información	Informativo. Existe pocos datos		
2. Estructura y composición noticiosa	Solo contiene titular llamativo e impreciso Se desconoce los hechos		
3. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho	No considera fuentes		
4. Interacción de los usuarios ante la publicación en <i>facebook</i>	Reacciones	Comentarios	
	503	131	
		Demandan más información	
5. Da seguimiento de la información	No se le dio seguimiento		
6. Ética periodística del medio	Se presta mayor importancia al aspecto visual que al informativo		
7. Recursos multimedia utilizados por el medio	Gráficos	Audiovisuales	
	No contiene	Transmisión directa en vídeo y sin audio	
Observaciones adicionales	El vídeo en vivo no contiene audio que ayude al entendimiento		

Tabla 30

Noticia N°06

Medio	Chiclayo Noticias	Fecha	24/6/2023
Título	Chamo casi mata a trailero		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Empleo del género periodístico para la construcción de información	Informativo Se adecua al contenido		
2. Estructura y composición noticiosa	Estructura sencilla Titular despectivo e impactante No responde a todas las preguntas básicas		
3. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho	No considera fuentes		
4. Interacción de los usuarios ante la publicación en <i>facebook</i>	Reacciones	Comentarios	
	812	105 Denigrantes y xenófobos	
5. Da seguimiento de la información	No se le dio seguimiento.		
6. Ética periodística del medio	Uso de etiquetas a los implicados Resalta la xenofobia No se determina el origen de la noticia		
7. Recursos multimedia utilizados por el medio	Gráficos	Audiovisuales	
	2 imágenes de heridas y del arma blanca.	No contiene	
Observaciones adicionales			

Tabla 31*Noticia N°07*

Medio	Chiclayo Noticias	Fecha	13/6/2023
Título	Fallece niño de 5 años por dengue		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Empleo del género periodístico para la construcción de información	Informativo		
2. Estructura y composición noticiosa	Titular sensacionalista, estructura sencilla e información escasa		
3. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho	Considera fuente primaria al familiar de la víctima y médicos		
4. Interacción de los usuarios ante la publicación en <i>facebook</i>	Reacciones	Comentarios	
	231	11	
5. Da seguimiento de la información	No se le dio seguimiento		
6. Ética periodística del medio	Se desconoce el consentimiento de los familiares		
	Fuentes imprecisas y no identificables		
	Tratamiento informativo crudo		
	Noticia sacada de otro medio		
7. Recursos multimedia utilizados por el medio	Gráficos	Audiovisuales	
	1 imagen de los familiares	No contiene	
Observaciones adicionales	Si bien no se denigra a los implicados no se trata con la delicadeza necesaria		

Tabla 32

Noticia N°08

Medio	Chiclayo Noticias	Fecha	3/6/2023
Título	Accidente carretera Pimentel entre una mototaxi y una combi		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Empleo del género periodístico para la construcción de información	Informativo Adecuado para el hecho		
2. Estructura y composición noticiosa	Titular informativo No se detalla implicados La narración del vídeo es deficiente		
3. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho	Sin fuentes		
4. Interacción de los usuarios ante la publicación en <i>facebook</i>	Reacciones	Comentarios	
	287	26	
		El medio no ofrece feedback	
5. Da seguimiento de la información	No se le dio seguimiento		
6. Ética periodística del medio	Inclinación al objetivismo No se determina el origen del vídeo		
7. Recursos multimedia utilizados por el medio	Gráficos	Audiovisuales	
	No contiene	Vídeo después del hecho	
Observaciones adicionales	El medio presta atención a la inmediatez sin elaborar la información		

Tabla 33

Noticia N°09

Medio	Chiclayo Noticias	Fecha	1/6/2023
Título	Bebe de 4 meses de nacida falleció en un incendio en el distrito de La Victoria		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Empleo del género periodístico para la construcción de información	Informativo Adecuado para el hecho		
2. Estructura y composición noticiosa	Titular sensacionalista Responde a las preguntas básicas, sin mucho detalle Contiene presuntos datos no concretos		
3. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho	No detalla las fuentes		
4. Interacción de los usuarios ante la publicación en <i>facebook</i>	Reacciones	Comentarios	
	1530	92	
		Sin feedback	
5. Da seguimiento de la información	No se le dio seguimiento		
6. Ética periodística del medio	Contiene carga subjetiva: uso de adjetivos No se determina el origen de la noticia		
7. Recursos multimedia utilizados por el medio	Gráficos	Audiovisuales	
	Imagen después del lugar hecho	No contiene	
Observaciones adicionales	No hay tratamiento informativo adecuado para un hecho delicado		

Tabla 34

Noticia N°10

Medio	Chiclayo Noticias	Fecha	13/6/2023
Título	Prenden mototaxi a choros en la urb “La Florida”		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Empleo del género periodístico para la construcción de información	Informativo, Adecuado para el hecho		
2. Estructura y composición noticiosa	4 de 5 preguntas básicas, Información escueta		
3. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho	Sin fuentes		
	Reacciones	Comentarios	
4. Interacción de los usuarios ante la publicación en <i>facebook</i>	450	38 A favor del implicado No existe debate	
5. Da seguimiento de la información	No se le dio seguimiento		
6. Ética periodística del medio	Emplea lenguaje vulgar, Subjetivismo predominante Origen de la noticia no determinado, titular sensacionalista		
	Gráficos	Audiovisuales	
7. Recursos multimedia utilizados por el medio	1 imagen de hecho y lugar	No contiene	
Observaciones adicionales	No se usan fuentes ni se contrastan datos para la verificación		

UO1. Oferta Periodística. Se observa que de los 10 contenidos analizados 9 de ellos emplean el género informativo con el formato de noticia y uno responde al género de opinión.

Cabe aclarar que el género elegido para la construcción de los contenidos ha sido de elección idónea puesto que se adecua para la intención del medio tanto el informativo como el de opinión. Solo uno de los contenidos corresponden a la temática de salud mientras que el resto son de sociedad (sucesos y policiales).

De las 10 publicaciones observadas, el medio no dio un seguimiento informativo a ninguno, por lo que, se desconoce el desenlace de los casos en especial de aquellos que generan controversia y expectativa como el estado de los implicados en un accidente como en la noticia N°05 (revisar tabla N°29) o la expansión de una de las variantes del dengue en el departamento Lambayeque (revisar tabla N°25). Se denota entonces una falta de interés del medio por procurar un desarrollo completo de la información en hechos que lo requieran.

UO2. Fuentes de Información. Cuatro de las publicaciones no contiene fuentes, citas ni hipervínculos a excepción de dos (tablas N°27 y N°31) son imprecisas y aluden a «vecinos de la zona» o «de acuerdo a los médicos» respectivamente sin dar posibilidad de poder ser identificables dichos testimonios o para darle un carácter verídico. Con respecto a las noticias que contiene fuentes oficiales y testimonios (ver tabla N°25), como se detallará en la U04, en realidad se hace pasar la información como propia, cuando verdaderamente le pertenece a otro medio, este comportamiento indica que la información ofertada es poco fiable.

UO3. Interacción. De todos los contenidos analizados se identifica que todos superan las 100 reacciones por post, los comentarios tienen menor nivel de incidencia y su proporción respecto a las reacciones varían en cada post.

Las noticias que han tenido mayor impacto y atracción han sido los sociales de tipo policiales siendo la más destacada el post de exhibicionismo (ver tabla N°28) que supera las 1700 reacciones y los 500 comentarios de usuario que apelan mayormente a la ironía más que a la indignación. La segunda más destacada fue sobre un fallecimiento (ver tabla N°33) superando las 1500 reacciones y los 90 comentarios que aluden a la reflexión y concientización. Por último, la tercera noticia más destacada fue de violencia (ver tabla N°30) la cual está explícitamente graficada por una fotografía con un recuento de más de 800 reacciones y 100 comentarios, de carácter discriminatorio, denigrante y de indignación.

Las temáticas que despiertan la atención de los usuarios son de corte sensacionalista, donde predomina el morbo implícito (Noticias 04 y 09) más que el explícito con contenido gráfico (Noticia 06). También otro aspecto a destacar es la falta de *feedback* del medio con los usuarios a través de los comentarios, siendo *facebook* una red social que facilita la interacción, se advierte extraño esta falta de *feedback* que los mismos usuarios demandan dejando interrogantes en las publicaciones.

UO4. Reputación. Analizando los aspectos que conciernen a esta unidad se determina que, respecto al tratamiento informativo del medio, de los 10 contenidos tan solo 1 ofrece la información básica de las 5W (ver tabla 33), y de las cuales una (Noticia N°01) es un calco de la noticia extraída de la web La República la cual contiene mayor detalles y recursos multimedia a diferencia del medio analizado; la segunda también es una noticia de otro medio, Canillita (medio digital de *facebook*); y la tercera noticia que responde a las 5W no detalla sus fuentes y contiene información sin datos concretos.

El resto de las noticias se destacan por obviar aspectos como los datos básicos, detalles de los implicados, estructura noticiosa, leads o inclusive cuerpo como la Noticia N° 05 que solo

presenta titular más no un cuerpo e intenta compensar esa falta de datos con un vídeo, sin embargo, dicho material no incluye información al no estar narrado. Caso contrario, la noticia N° 02 contiene cuerpo más no un titular. Estas observaciones demuestran que el medio no lo gestionan profesionales de la comunicación, es decir, su actividad no corresponde a lo que llamamos periodismo, puesto que ninguno de los contenidos seleccionados cumple con la rigurosidad y la credibilidad que caracterizan al oficio a excepción de aquellos que no son de su propiedad.

Siguiendo con el análisis en relación con la ética periodística, se encontró que 7 de los 10 contenidos son sensacionalistas. Bien sea del titular, el cuerpo de la noticia o los recursos gráficos empleados, todos y cada uno de ellos son sensacionalistas, tomamos como ejemplos a titulares como “Muerte en el día del padre”, “Detenidos por tener sexo en plena vía pública” o “Chamo casi mata a trailero” que evidencian la intención mediática para generar atención e impacto a merced de los implicados. Si bien no se denigra a nadie explícitamente en el desarrollo de los contenidos, sí lo hacen de forma implícita, colocando etiquetas como “chamo” y “trailero” (Noticia N°6), o “choros” (Noticia N°09); además se manipula la información usando adjetivos calificativos como “llanto desgarrador” (Noticia N°09) o “corrieron desesperadamente” (Noticia N°10) hechos que no conciernen ya que no existe testimonio ni fuente primaria que lo respalde, sin embargo, se procura tapar esa falta de datos a base de supuestos, lo cual lo hace menos creíble al tratar de escudarse con una práctica cada vez más normalizada en el periodismo ciudadano: “una aparente falla mecánica” (Noticia N°03) y “al parecer el exceso de velocidad” (Noticia N°08).

Por último, otra práctica que caracteriza al medio es el famoso *copypaste*, esta práctica se ha vuelto un estándar en los medios de periodismo ciudadano y este. De los 10 contenidos elegidos, únicamente se puede confirmar la propiedad de 2 noticias (Noticias N°02 y 05), 4 provienen de otros medios (Noticias N° 01, 03, 04 y 07) y 4 que no se determinan su propiedad ya que muchos

otros medios digitales, no solo de *facebook*, contienen la misma información.

UO5. Multimedialidad. En esta unidad analizada se determina que existe un patrón evidente en los recursos multimedia utilizados por el medio. Primero, predomina el uso de fotografías que buscan el impacto visual como en la noticia titulada “Chamo casi mata a trailerero” donde puede verse heridas con sangre y el arma blanca que se utilizó o en “Muerte en el día del padre” mostrando el estado de los vehículos destrozados por el accidente. Segundo, se utilizan vídeos en pocos casos, los cuales prescinden de la narración y cualquier tipo de guía informativa que indique lo que se visualiza. Y tercero, no hacen uso de otros recursos multimedia, por lo que el medio no integra una identidad visual.

3.2.2. Exitosa Chiclayo

Se analizaron 10 noticias publicadas por el medio en su plataforma digital de *facebook* durante el mes de junio de 2023.

Tabla 35

Noticia N°11

Medio	Exitosa	Fecha	30-06-2023
Título de la nota:	Policía presume que hayan más víctimas de abuso por el monstruo de cayaltí		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Emplea el género informativo para la construcción de información.	El texto leído emplea el género informativo para construir su contenido.		
2. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho.	Emplea hipervínculos, pero sin dar referencia de la nota en su página web. Cita el testimonio del efectivo policial como fuente de primera mano.		
3. Interacción de los usuarios ante la publicación en <i>facebook</i>	Reacciones		Comentarios
	37 reacciones		3 comentarios despectivos contra el implicado.
4. Da seguimiento de la información	Si, desde su investigación, hasta detención y sentencia.		
5. Estructura y composición noticiosa.	El formato es de nota informativa y no una noticia, sigue empleando palabras sencillas, es breve y conciso. Responde a las 5W, iniciando por el quién		
6. Ética periodística del medio	Se respeta el honor del implicado y la reputación de la víctima sin revelar su nombre o edad. Evita el uso de adjetivos para calificar la acción "violación"..		
7. Recursos multimedia utilizados por el medio.	Gráficos		Audiovisuales
	Una imagen referencial del sujeto y Divincrí,		Ninguno
Observaciones adicionales	El post fue compartido 7 veces		

Tabla 36

Noticia N°12

Medio	Exitosa	Fecha	27-06-23
Título de la nota:	Ponen a disposición de la UGEL Chiclayo a docente acusado de acoso sexual		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Emplea el género informativo para la construcción de información.	El texto leído emplea el género informativo para construir su contenido.		
2. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho.	Emplea hipervínculos, pero sin dar referencia de la nota en su página web. Cita una fuente institucional de UGEL por ser un hecho ocurrido en el ámbito educativo.		
3. Interacción de los usuarios ante la publicación en facebook	Reacciones	Comentarios	
	36 reacciones	5 comentarios.	
4. Da seguimiento de la información	Si, desde su denuncia hasta su disposición de las autoridades, pero no menciona si fue sentenciado.		
5. Estructura y composición noticiosa.	El formato empleado es de noticia, además utiliza narración sencilla, breve y concisa con la información, emplea las 5W.		
6.Ética periodística del medio	Se protege el anonimato de la víctima, solo nombrando su edad, evitar adjetivos contra el implicado, el lenguaje suele ser común o coloquial.		
	Gráficos	Audiovisuales	
7. Recursos multimedia utilizados por el medio.	Una imagen referencial de la institución y el color rojo para el titular.	Ninguno	
Observaciones adicionales	El post fue compartido 6 veces Los comentarios vertidos critican el accionar de la UGEL y del docente implicado.		

Tabla 37

Noticia N°13

Medio	Exitosa	Fecha	27-06-23
Título de la nota:	Casos de dengue aumenta 1 19081 entre confirmados y probables		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Emplea el género informativo para la construcción de información.	El texto leído emplea el género informativo para construir su contenido.		
2. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho.	Emplea hipervínculos, pero sin dar referencia de la nota en su página web. Emplea fuentes institucionales como GERESA para dar el reporte oficial de casos.		
3. Interacción de los usuarios ante la publicación en <i>facebook</i> .	Reacciones		Comentarios
	52 reacciones		5 comentarios
4. Da seguimiento de la información	Si, durante el período de mayo a junio, se cubrieron diversas noticias sobre dengue: fallecidos, contagios, casos.		
5. Estructura y composición noticiosa.	El formato es de nota informativa y no una noticia. No emplea las 3C, solo consta de un párrafo escrito y no se evidencia la aplicación de las 3c básicas.		
6.Ética periodística del medio	No utiliza adjetivos y el lenguaje técnico es reemplazado por uno más coloquial. No se ataca el honor o reputación de las personas.		
7. Recursos multimedia utilizados por el medio.	Gráficos		Audiovisuales
	Una imagen referencial de un hospital y el color rojo para el titular.		Ninguno
Observaciones adicionales	El post fue compartido 10 veces No se pretende generar alarma con la publicación.		

Tabla 38

Noticia N°14

Medio	Exitosa	Fecha	29-06-23
Título de la nota:	Detienen a dos personas que comercializaban detergente adulterado		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Emplea el género informativo para la construcción de información.	El texto leído emplea el género informativo para construir su contenido.		
2. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho.	Emplea hipervínculos, pero sin dar referencia de la nota en su página web. No se usan fuentes externas que validen el hecho.		
3. Interacción de los usuarios ante la publicación en facebook	Reacciones	Comentarios	
	226 reacciones	19 comentarios	
4. Da seguimiento de la información	No ofrece ningún seguimiento a la información, ni otra noticia que amplíe el hecho o referencia.		
5. Estructura y composición noticiosa.	El formato es de nota informativa y no una noticia. No emplea las 3C, solo consta de un párrafo escrito y no se evidencia la aplicación de las 3c básicas.		
6.Ética periodística del medio	Utiliza un lenguaje coloquial, no usa adjetivos calificativos que denigren a las personas o el hecho.		
	No se ataca el honor o reputación de las personas.		
	Gráficos	Audiovisuales	
7. Recursos multimedia utilizados por el medio.	Una imagen referencial de los intervenidos, pero no se ubica si es la comisaria de JLO.		Ninguno
Observaciones adicionales	El post fue compartido 10 veces		
	La imagen muestra a los implicados, pero no se nombra información “nombres, edad, iniciales”.		

Tabla 39

Noticia N°15

Medio	Exitosa	Fecha	07-06-23
Título de la nota:		Estudiante de farmacia aborta en baño de instituto de Chiclayo	
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Emplea el género informativo para la construcción de información.	El texto leído emplea el género informativo para construir su contenido.		
2. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho.	Emplea hipervínculos, pero sin dar referencia de la nota en su página web. No se usan fuentes externas que validen el hecho.		
3. Interacción de los usuarios ante la publicación en facebook	Reacciones	Comentarios	
	503 reacciones	76 comentarios	
4. Da seguimiento de la información	De manera parcial, solo cubre el inicio de la investigación, testimonios de PNP, pero no se ofrece información más allá. Sentencia.		
5. Estructura y composición noticiosa.	El formato es de nota informativa, además utiliza una narración sencilla, breve y concisa con la información, emplea las 5W, iniciando por quien, Se protege el honor y la reputación de la joven, solo mencionando su nombre, pero no se aclara a qué instituto pertenece. El lenguaje es coloquial y no usa adjetivos calificativos.		
6.Ética periodística del medio	Gráficos	Audiovisuales	
7. Recursos multimedia utilizados por el medio.	Emplea una fotografía del instituto Cayetano Heredia.	Ninguno	
Observaciones adicionales	El post fue compartido 65 veces No se menciona de manera textual al instituto solo de manera indirectamente en la fotografía		

Tabla 40

Noticia N°16

Medio	Exitosa	Fecha	06-06-23
Título de la nota:	Clausuran distribuidora de pollo ilegal		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Emplea el género informativo para la construcción de información.	El texto leído emplea el género informativo para construir su contenido.		
2. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho.	Emplea hipervínculos, pero sin dar referencia de la nota en su página web. No se usan fuentes externas que validen el hecho.		
3. Interacción de los usuarios ante la publicación en facebook	Reacciones	Comentarios	
	45 reacciones	1 comentario	
4. Da seguimiento de la información	No ofrece ningún seguimiento a la información, ni otra noticia que amplíe el hecho o referencia.		
5. Estructura y composición noticiosa.	El formato es de nota informativa, es breve, claro y se centra en nombrar a las autoridades del operativo y lugar del incidente. No emplea las 5W en su redacción.		
6.Ética periodística del medio	Utiliza un lenguaje coloquial, no usa adjetivos calificativos. No se ataca el honor o reputación de las personas, no se menciona nada sobre el nombre de la distribuidora ilegal.		
7. Recursos multimedia utilizados por el medio.	Gráficos	Audiovisuales	
	No existe una fotografía con imagen-texto.	Un vídeo del operativo realizado.	
Observaciones adicionales	El post fue compartido 65 veces. Las muestras audiovisuales no contienen testimonios solo son b-roll.		

Tabla 41

Noticia N°17

Medio	Exitosa	Fecha	21-06-23
Título de la nota:	Defensoría pide a EsSalud poner en funcionamiento el hospital Naylamp para atender casos de dengue.		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Emplea el género informativo para la construcción de información.	El texto leído emplea el género informativo para construir su contenido.		
2. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho.	Emplea hipervínculos, pero sin dar referencia de la nota en su página web. Hace uso de fuentes institucionales como de la defensoría del pueblo y recoge el testimonio de su directivo.		
3. Interacción de los usuarios ante la publicación en facebook	Reacciones	Comentarios	
	15 reacciones	2 comentarios	
4. Da seguimiento de la información	No se ofrece un seguimiento a la información presentada, ni referencia a otra nota. Solo al dengue de manera general.		
5. Estructura y composición noticiosa.	El formato pertenece a una noticia. Utiliza las 5 W iniciando por el que. Además, la información presentada es clara, breve, además de presentar cifras oficiales de pacientes.		
6.Ética periodística del medio	Emplea un lenguaje sencillo, evitando el uso de adjetivos calificativos o denigrantes. Se protege el honor y reputación de las instituciones.		
	Gráficos	Audiovisuales	
7. Recursos multimedia utilizados por el medio.	Utiliza fotografías de la infraestructura del hospital. Dentro y fuera.	Ninguno	
Observaciones adicionales	El post fue compartido 5 veces.		

Tabla 42

Noticia N°18

Medio	Exitosa	Fecha	21-06-23
Título de la nota:	Esquina de avenidas Jorge Chávez y Nicolás de Piérola convertida en un vertedero		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Emplea el género informativo para la construcción de información.	El texto leído emplea el género informativo para construir su contenido. Solo muestra un hipervínculo de redirección a la		
2. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho.	página web exitosa, pero no extiende la información "no aparece". No cita testimonios de pobladores e instituciones.		
3. Interacción de los usuarios ante la publicación en facebook	Reacciones	Comentarios	
	12 reacciones	5 comentarios	
4. Da seguimiento de la información	No se ofrece un seguimiento a la información presentada. Solo más notas similares con la misma temática: contaminación ambiental.		
5. Estructura y composición noticiosa.	El formato pertenece a una noticia. Utiliza las 5W para construir el texto, iniciando por el dónde. Suele ser una noticia breve, directa y concisa. El lenguaje es coloquial, no hace uso de adjetivos		
6.Ética periodística del medio	para describir el hecho y no ataca el honor o reputación de personas o institución.		
	Gráficos	Audiovisuales	
7. Recursos multimedia utilizados por el medio.	La fotografía referencial muestra la contaminación en las avenidas.	Ninguno	
Observaciones adicionales	El post no fue compartido por nadie.		

Tabla 43

Noticia N°19

Medio	Exitosa	Fecha	11-06-23
Título de la nota:	Hasta 50 caballos fueron sacrificados para venderlos como carne de res de primera		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Emplea el género informativo para la construcción de información.	El texto leído emplea el género informativo para construir su contenido.		
2. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho.	Utiliza como fuente a otro medio nacional “Buenos días, Perú” Solo emplea hipervínculos a la nota original.		
3. Interacción de los usuarios ante la publicación en facebook	Reacciones	Comentarios	
	76 reacciones	3 comentarios	
4. Da seguimiento de la información	No se otorga ningún otro seguimiento del hecho noticioso o ampliación de información.		
5. Estructura y composición noticiosa.	El formato pertenece a una noticia, siendo una lectura sencilla, directa con testimonios de autoridades PNP (Lima). También emplea las 5W iniciando por el dónde.		
6.Ética periodística del medio	Emplea el adjetivo insólito para nombrar el hecho, además forma parte del titular de la nota. El lenguaje no es ofensivo y no ataca el honor o reputación.		
	Gráficos	Audiovisuales	
7. Recursos multimedia utilizados por el medio.	Utiliza una fotografía referencial de la carne de caballo.	Ninguno	
Observaciones adicionales	El post fue compartido 27 veces. A pesar de que es un hecho ocurrido en Lima, coloca en su banner la palabra “regionales”.		

Tabla 44

Noticia N°20

Fecha	11-06-23	Medio	Exitosa
Título de la nota:	Policía de Ferreñafe arresta a sujeto que abusó de su propia hija		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Emplea el género informativo para la construcción de información.	El texto leído emplea el género informativo para construir su contenido.		
2. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho.	No emplea citas o testimonios de PNP de Ferreñafe, o de los implicados. El único hipervínculo usado es la web del medio exitosa, pero no muestra la nota.		
3. Interacción de los usuarios ante la publicación en <i>facebook</i>	Reacciones		Comentarios
	321 reacciones		82 comentarios
4. Da seguimiento de la información	No se otorga ningún seguimiento de la información sobre el caso de violación.		
5. Estructura y composición noticiosa.	El formato pertenece a una noticia. Si emplea las 5W para construir la noticia, iniciando por el que, además es breve, conciso, con una lectura sencilla. Protege el honor y reputación de la víctima “menor de edad”, además no muestra el nombre del implicado, sólo su edad.		
6. Ética periodística del medio	Emplea el uso de 1 adjetivo para calificar el hecho como “repudiable”.		
7. Recursos multimedia utilizados por el medio.	Gráficos		Audiovisuales
	Emplea una fotografía del detenido ocultando su identidad “rostro”		Ninguno
Observaciones adicionales	El post fue compartido 56 veces. El hecho ocurrió en la provincia de Ferreñafe.		

UO1. Oferta Periodística. El medio emplea el género informativo para construir sus publicaciones, seleccionando temas relacionados a sociedad como “educación, aborto, acoso y abuso sexual”, policiales “detenciones, operativos, venta ilegal” y salud “contaminación ambiental, dengue”. La temática más frecuente en las noticias es de sociedad de las cuales 5 corresponden a esta sección.

En cuanto al seguimiento de la información, el medio ofrece seguimiento a temas más controversiales y llamativos como el caso del aborto en instituto y acoso sexual a escolares. Por otro lado, debido a la coyuntura el medio dio prioridad al tema de salud, publicando contenidos relacionados al dengue como en la noticia N°13 de aumento de contagios (revisar tabla 37), en la N°17 funcionamiento de hospitales, revisar noticia (revisar tabla 41).

En líneas finales los contenidos del medio ofrecen un escaso seguimiento de información, tal vez por la poca importancia de unos temas, a comparación de otros de tono más sensacionalista o controversiales e incluso de coyuntura en el sector salud. Esto se evidencia en el formato empleado, que en muchos casos corresponde a la de nota informativa, por su corta extensión y tratamiento. La información es la más mínima, por mencionar ejemplo, en la publicación de venta ilegal de detergente (revisar tabla N°38) y aborto en instituto (revisar tabla N°39).

UO2. Fuentes de Información. Son pocas las publicaciones que contienen fuentes que respalden el hecho, solo en algunas se menciona instituciones policiales (PNP- Divincrí), educativas (Ugel), salud (Geresa) y Defensoría del Pueblo y solo en una noticia se menciona una declaración que fue citada en otro medio: Buenos Días Perú (ver tabla N°43) otorgando su crédito.

En la publicación N°13 sobre el aumento de casos de dengue se menciona a Geresa como fuente para publicar el número de confirmados, muertes y hospitalizados en ese periodo. “De acuerdo con la sala situacional de la Gerencia Regional de Salud, a la fecha los casos de dengue

ascienden ...”.

La publicación N°17 sobre el funcionamiento del hospital Naylamp, cita como fuente el documento institucional enviado por la Defensoría del Pueblo a EsSalud por las presuntas irregularidades de la obra y mantenimiento de instalaciones. “Es lamentable e injusto que, ante la evidente necesidad de infraestructura para los servicios, no se hayan realizado las gestiones ...” leer la noticia N°17 (ver tabla N°41).

La fuente de primera mano se evidencia en la Publicación N°1 sobre el abuso a una menor de edad en Cayaltí, que coloca el testimonio de una entrevista realizada por el medio al PNP encargado del caso “En entrevista con Exitosa Chiclayo, el general PNP Marlos Anticona Julca, reveló que tras la detención de ... la DIVINCRI viene investigando si habrían más víctimas de este sujeto...”

Solo en dos publicaciones (N°17 y N°19) se colocan los testimonios de las instituciones involucradas en el caso. Por último, si bien Exitosa Chiclayo suele considerar hipervínculo para redireccionar a los usuarios, ninguno expande la información o hace referencia en su web.

UO3. Interacción. La noticia con mayor número de reacciones es aquella sobre el aborto de una joven en un instituto de Chiclayo, que consiguió un total 503. Este aspecto denota que un tema sensacionalista o delicado llama la atención de los usuarios, a pesar de que, la publicación cuenta con solo un párrafo de información y un post diseñado con colores institucionales.

Un caso similar se ubica en la noticia N°20 con 321 y la noticia N°14 con 226 reacciones respectivamente. Las demás publicaciones no llegan a superar las 100.

En esa misma línea los comentarios de los usuarios hacia la noticia N°15 (revisar tabla N°39) son de mujeres que se identifican con la problemática y son de corte religioso “que sea juzgada por el señor hay mujer ...” y se etiquetan a otros usuarios en función de la información

logrando obtener hasta 76 comentarios y 65 compartidas.

En esa línea la publicación de violación a una menor en Ferreñafe (revisar tabla N° 44), se cumple el mismo patrón, es decir, los 82 comentarios son de mujeres que piden justicia por el hecho e incluso un usuario compartió un vídeo donde se evidencia la captura del implicado. El post fue compartido 56 veces por los usuarios.

Por último, la noticia N°14, pese a ser más corta que otras publicaciones, cuenta con 19 comentarios que califican la acción policial de poca importancia, además, el post se compartió 34 veces. En conclusión, se evidencia que la manera de interactuar de las personas en redes se orienta por la reacción, seguido de comentarios y compartidas, pero dependiendo del tema y repercusión en la sociedad.

UO4. Reputación En esta unidad analizamos la ética periodística del medio, donde comprobamos que la mayoría de los contenidos presentados por Exitosa respetan el honor y reputación de los implicados sobre todo de las víctimas o afectados, como en la publicación N°1 (revisar tabla N°35) donde se oculta el nombre y edad de la víctima por ser menor de edad o en la publicación N°12 (revisar tabla N°36) sobre la cobertura de acoso en una institución educativa de Chiclayo. O en la publicación N°20 (revisar tabla N°44) sobre abuso sexual en Ferreñafe donde se oculta información sobre el agresor y víctima. En la parte gráfica, las fotografías mostradas no muestran escenas obscenas, que atenten contra la moral, incluso se desenfoca la cara del implicado (revisar tabla N°44).

Los casos descritos suelen ser los más controversiales y generan la atención del público, pero Exitosa logra respetar el honor y la reputación de los implicados sin victimizar a los agraviados. Pero, en cuanto a la redacción se encontraron ciertos fallos, que no deben considerar como el uso de adjetivos para calificar el hecho. Tal es el caso de la publicación N°19 sobre la

venta de carne de caballo, aquí califica el hecho como insólito y se aprecia en el titular del *copy* pero no en el diseño del post (revisar tabla N° 43) y en la publicación N°20, donde se califica negativamente el hecho, utilizando la frase: “repudiable hecho que habría cometido desde que ella tenía 7 años ...”.

En su mayoría el lenguaje se ubica en un nivel coloquial, fácil de entender, esto se precisa porque se nombra la institución partícipe del caso y se coloca su acrónimo o siglas “Ugel, Geres”, no emplea lenguaje ofensivo y los temas tratados son más comunes y no utilizan términos médicos, salvo las noticias del dengue, pero se explica el contexto o situación.

Por otro lado, la composición de las publicaciones en la parte de redacción se emplea las 3C en la mayoría de los casos para explicar de manera clara, corta y precisa el hecho, actores y situación actual. Pero, no todas emplean las 5W del periodismo, elementos básicos para construir una noticia, debido a que su estructura si bien cumple su función de informar hay publicaciones que solo cuentan con un párrafo de información, dejando de lado detalles, por ejemplo, en publicación N°15 sobre aborto en instituto, no se menciona el nombre del instituto “lugar del hecho” solo se muestra de manera indirecta a través de la fotografía (revisar tabla N° 39).

Esto es importante, ya que hay personas que no logran reconocer ciertos lugares, especialmente cuando no pertenecen a su entorno local. Seguido, los titulares son llamativos, pero no son de corte sensacionalista, dado que Exitosa es un medio formal, aunque, la publicación N°11, utiliza el sustantivo monstruo para acompañar el titular "Policía presume que haya más víctimas de abuso por el monstruo de cayaltí" para referirse al implicado" (revisar tabla N°35).

UO5.Multimedialidad. Para la presentación de las publicaciones se redacta la noticia, pero también se emplea un diseño o plantilla de carácter diferenciador, el cual presenta el logo de Exitosa Chiclayo en la parte superior izquierda, el titular de la noticia “color rojo” y un pequeño

lead, ambas con letra sin serifas “semiformal”, también a este diseño se integra una fotografía del hecho noticioso de archivo o referencial, en su mayoría fotos de la infraestructura o edificios “comisarías, colegios, hospitales”. Casi 9 de cada 10 noticias emplean este estilo, salvo la publicación N°16 (revisar tabla N° 40) que utiliza un vídeo, pero solo son tomas de apoyo sin locución alguna. Esto evidencia que la presencia de contenido audiovisual es inferior al contenido gráfico mostrado.

3.2.3. *La Noticia Clave*

Se analizaron 10 noticias publicadas por el medio en su plataforma digital de *facebook* durante el mes de junio de 2023.

Tabla 45

Noticia N°21

Medio	N. Clave	Fecha	25-06-2023
Título de la nota:	El Instituto Nacional de Salud confirmó la presencia de variante Cosmopolitan en Lambayeque.		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Emplea el género informativo para la construcción de información.	El texto leído emplea el género informativo para construir su contenido.		
2. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho.	No emplea hipervínculos para validar la información. Usa como fuente a la noticia publicada por “La República” sobre el caso.		
3. Interacción de los usuarios ante la publicación en facebook	Reacciones	Comentarios	
	Menos de 100	Menos de 100	
4. Da seguimiento de la información	No se ofrece seguimiento a la información mostrada. Solo temas relacionados al dengue.		
5. Estructura y composición noticiosa.	Utiliza el formato de noticia, hace uso de las 3C: es breve, claro y fácil de entender. Responde a las 5W, iniciando por el que.		
6.Ética periodística del medio	No usa adjetivos calificativos, el lenguaje es coloquial “da el número de casos y contagios” sin llegar a usar términos médicos.		
7. Recursos multimedia utilizados por el medio.	Gráficos	Audiovisuales	
	Solo una imagen de un mosquito y el virus	Ninguno	
Observaciones adicionales	El post fue compartido más de 10 veces. La información proviene de medios como “La República” o “El Popular”.		

Tabla 46

Noticia N°22

Medio	N. Clave	Fecha	02-06-24
Título de la nota:		A 38 se eleva la cifra de fallecidos por dengue en la región Lambayeque	
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Emplea el género informativo para la construcción de información.	El texto leído emplea el género informativo para construir su contenido.		
2. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho.	No emplea hipervínculos para validar la información. Pero se citan las fuentes institucionales del Minsa- Geresá.		
3. Interacción de los usuarios ante la publicación en facebook	Reacciones	Comentarios	
	Menos de 100	Menos de 100	
4. Da seguimiento de la información	Si se ofrece seguimiento, al informar sobre otros casos registrados y contagios en el norte.		
5. Estructura y composición noticiosa.	El formato es de noticia, el texto es breve, claro y reporta el número de fallecidos en distritos.		
	Responde a las 5W iniciando por el cuándo.		
6.Ética periodística del medio	El lenguaje es sencillo, no emplea tecnicismos o adjetivos para calificar el hecho. No se atenta contra el honor o reputación de las personas.		
7. Recursos multimedia utilizados por el medio.	Gráficos	Audiovisuales	
	Ninguno	Ninguno	
Observaciones adicionales	El post fue compartido más de 10 veces.		
	Se etiquetan personas en función de la información.		

Tabla 47

Noticia N°23

Medio	N. Clave	Fecha	22-06-2023
Título de la nota:		Decomisan productos adulterados en moshoqueque	
Aspectos observados		Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado	
1. Emplea el género informativo para la construcción de información.		El texto leído emplea el género informativo para construir su contenido.	
2. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho.		No emplea ningún hipervínculo de redirección a más información. Utiliza como cita el testimonio del alcalde de JLO.	
3. Interacción de los usuarios ante la publicación en <i>facebook</i>		Reacciones	Comentarios
		Menos de 100	Menos de 100
4. Da seguimiento de la información		No se otorga ningún seguimiento de la información sobre el operativo a Moshoqueque	
5. Estructura y composición noticiosa.		El formato pertenece a una noticia, es claro, breve y conciso, es de fácil narración. Emplea casi todas las 5C iniciando con el que.	
6.Ética periodística del medio		No utiliza adjetivos calificativos para redactar la noticia, el lenguaje es coloquial con fácil narración y no se menciona nada que ataque el honor y reputación “comerciantes”	
		Gráficos	Audiovisuales
7. Recursos multimedia utilizados por el medio.		Emplea 3 fotografías sobre el caso. Indica una marca de registro de fecha.	Ninguno
Observaciones adicionales		El post fue compartido menos de 10 veces. La noticia pertenece a otro medio “Diario la Verdad”.	

Tabla 48

Noticia N°24

Fecha	28-06-2023	Medio	N. Clave
Título de la nota:	43 docentes están involucrados en acoso y violencia hacia escolares en la región Lambayeque		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Emplea el género informativo para la construcción de información.	El texto leído emplea el género informativo para construir su contenido.		
2. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho.	No emplea hipervínculos para más información relacionada o complementaria. Se cita al diario “La República” de donde se obtuvo la información.		
3. Interacción de los usuarios ante la publicación en <i>facebook</i>	Reacciones	Comentarios	
	Menos de 100	Menos de 100	
4. Da seguimiento de la información	No se realiza seguimiento de la información sobre los casos de violencia y acoso en la región.		
5. Estructura y composición noticiosa.	El formato pertenece a una noticia, siendo una lectura sencilla, directa con testimonios del Gerente Regional de Educación y casos registrados de violencia.		
	Emplea las 5W para construir su contenido.		
6.Ética periodística del medio	No se atenta contra el honor y reputación de los implicados. Utiliza un lenguaje sencillo sin ser técnico y evita calificar a personas o instituciones.		
	Gráficos	Audiovisuales	
7. Recursos multimedia utilizados por el medio.	Emplea una fotografía de archivo de otro medio nacional.	Ninguno	
	Observaciones adicionales		
El post fue compartido menos de 10 veces. La noticias pertenece al medio “La República”			

Tabla 49

Noticia N°25

Medio	N. Clave	Fecha	22-06-2023
Título de la nota:		Ladrones se hacen pasar por fumigadores y roban s/55 000	
Aspectos observados		Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado	
1. Emplea el género informativo para la construcción de información.		El texto leído emplea el género informativo para construir su contenido.	
2. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho.		No utiliza fuentes que complementen o redirigir a las fuentes de donde se obtuvo la información. solo se mencionan, no se enlazan. Se cita al diario “correo” de donde se obtuvo la información.	
3. Interacción de los usuarios ante la publicación en <i>facebook</i>		Reacciones	Comentarios
4. Da seguimiento de la información		Menos de 100	Menos de 100
5. Estructura y composición noticiosa.		No se ofrece seguimiento a la información, solo es un caso cubierto por el medio. El formato usado es de una noticia, se hace uso de las 5W para construir el hecho, iniciando por el quién. Este texto es claro, breve y presenta a los implicados y el contexto.	
6. Ética periodística del medio		El lenguaje es fácil de entender, no se usan adjetivos contra los ladrones. Se protege la identidad del comerciante atacado.	
7. Recursos multimedia utilizados por el medio.		Gráficos	Audiovisuales
		Emplea una fotografía de un fumigador	Ninguno
Observaciones adicionales		El post fue compartido más de 10 veces. El texto es similar a lo redactado en diario correo alternando el orden de párrafos, la fotografía no es su autoría.	

Tabla 50

Noticia N°26

Medio	N. Clave	Fecha	19-06-23
Título de la nota:		Contraloría alertó riesgo de escasez de reactivos para diagnóstico de dengue en hospital regional de Lambayeque.	
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Emplea el género informativo para la construcción de información.	El texto leído emplea el género informativo para construir su contenido.		
2. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho.	No emplea hipervínculos que validen la información que se presenta, pero se coloca a la Contraloría del Perú como fuente de datos “informes, cifras de reactivos”.		
3. Interacción de los usuarios ante la publicación en facebook	Reacciones	Comentarios	
	Menos de 100	Menos de 100	
4. Da seguimiento de la información	No se ofrece un seguimiento de la información, solo se tocan temas relacionados al dengue, pero independientes de esta noticia.		
5. Estructura y composición noticiosa.	El formato empleado no es el adecuado “comunicado”, se evidencia el uso de términos médicos. No hace uso de las 5W en su estructura.		
6.Ética periodística del medio	El lenguaje es mixto, combina lo común con tecnicismos médicos “reactivos, antígeno”. No usa adjetivos que califiquen a la enfermedad de dengue.		
7. Recursos multimedia utilizados por el medio.	Gráficos	Audiovisuales	
	Ninguno	Ninguno	
Observaciones adicionales	El texto es una copia exacta de lo redactado en la nota de prensa de la Contraloría del Perú.		

Tabla 51

Noticia N°27

Medio	N. Clave	Fecha	02-06-24
Título de la nota:		Pro-Olmos realiza donación de medicinas para combatir el dengue en caseríos de Olmos.	
Aspectos observados		Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado	
1. Emplea el género informativo para la construcción de información.		El texto leído emplea el género informativo para construir su contenido.	
2. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho.		No emplea hipervínculos ni fuentes que validen y complementen la información.	
3. Interacción de los usuarios ante la publicación en <i>facebook</i>		Reacciones	Comentarios
4. Da seguimiento de la información		Menos de 100	Menos de 100
5. Estructura y composición noticiosa.		No se ofrece un seguimiento para esta noticia, es la única en su tipo.	
6.Ética periodística del medio		Utiliza el formato de noticia y hace uso de las 5W iniciando por el que, El texto es bastante claro, con una extensión regular, pero fácil de entender y subtemas,	
		No utiliza adjetivos, el lenguaje es sencillo y entendible para leer y comprender. Pero, la información mostrada no es propia del medio.	
7. Recursos multimedia utilizados por el medio.		Gráficos	Audiovisuales
		Fotografía de archivo del Gerente de Salud, Jaime Nombreira Cornejo.	Ninguno
Observaciones adicionales		El texto es una copia exacta de lo redactado en el portal Agraria.pe de donde se obtuvo la fotografía e incluso el mismo titular.	

Tabla 52

Noticia N°28

Medio	N. Clave	Fecha	14-06-2023
Título de la nota:	Alerta por el consumo de drogas entre escolares de 3 colegios en Lambayeque.		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Emplea el género informativo para la construcción de información.	El texto leído emplea el género informativo para construir su contenido.		
2. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho.	No emplea hipervínculos, para complementar la información. Se cita a “La República” como fuente.		
3. Interacción de los usuarios ante la publicación en <i>facebook</i>	Reacciones		Comentarios
	Menos de 100		Menos de 100
4. Da seguimiento de la información	No se realiza seguimiento de la información sobre el consumo de drogas, pero el ámbito educativo es un tema recurrente en este medio.		
5. Estructura y composición noticiosa.	Responde a las 5W. Fácil de entender, describe los casos sobre consumo de drogas.		
6.Ética periodística del medio	Lenguaje sencillo, evita adjetivos calificativos y protege la identidad de estudiantes.		
7. Recursos multimedia utilizados por el medio.	Gráficos		Audiovisuales
	Emplea una fotografía de archivo de otro medio nacional. La República.		Ninguno
Observaciones adicionales	Foto. Gerente de Educación. Daniel Suárez		
	El post fue compartido menos de 10 veces.		
		El texto es una copia exacta de lo redactado en “La República”.	

Tabla 53

Noticia N°29

Medio	N. Clave	Fecha	12-06-2023	
Título de la nota:		Ica, Piura, La Libertad y Lambayeque presentan disminución de casos por dengue.		
Aspectos observados		Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Emplea el género informativo para la construcción de información.		El texto leído emplea el género informativo para construir su contenido.		
2. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho.		No emplea hipervínculos para más información relacionada o complementaria. Se cita la nota de prensa publicada por MINSA como fuente.		
3. Interacción de los usuarios ante la publicación en <i>facebook</i> .		Reacciones	Comentarios	
		Menos de 100	Menos de 100	
4. Da seguimiento de la información		Se ofrece un seguimiento a la información, en relación a la disminución de casos, diagnóstico o entrega de medicinas.		
5. Estructura y composición noticiosa.		El formato empleado no es el adecuado “comunicado”. No hace uso de las 5W en su estructura.		
6.Ética periodística del medio		Lenguaje coloquial y técnico: porcentajes, cifras y palabras médicas como “epidemiología o larvario”. No usa adjetivos.		
7. Recursos multimedia utilizados por el medio.		Gráficos	Audiovisuales	
		Fotos de archivo publicadas por el MINSA.	Ninguno	
Observaciones adicionales		El post fue compartido menos de 10 veces. El texto es una copia exacta de lo redactado en la “Nota de prensa del MINSA”		

Tabla 54

Noticia N°30

Medio	N. Clave	Fecha	07-06-2023
Título de la nota:		Detienen a estudiante de instituto por presunto aborto de su bebé en el baño de la institución.	
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Emplea el género informativo para la construcción de información.	El texto leído emplea el género informativo para construir su contenido.		
2. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho.	No se usan fuentes externas que validen el hecho. Tampoco existen hipervínculos que extiendan esta información.		
3. Interacción de los usuarios ante la publicación en facebook	Reacciones	Comentarios	
4. Da seguimiento de la información	Menos de 100	Menos de 100	
5. Estructura y composición noticiosa.	No se ofrece el seguimiento. Emplea el formato de nota informativa, pero no responde a las 5W, parece ser más un lead. Aunque es breve, claro y ayuda a la lectura.		
6.Ética periodística del medio	Se protege el honor y reputación de la joven sin nombrar su nombre o edad. Lenguaje sencillo y no utiliza adjetivos para los implicados.		
7. Recursos multimedia utilizados por el medio.	Gráficos	Audiovisuales	
	Emplea una fotografía de la fachada del Instituto, no incluye un post.	Ninguno	
Observaciones adicionales	El post fue compartido menos de 10 veces. En este medio se menciona de manera directa el nombre de la institución a diferencia de Exitosa.		

UO1. Oferta Periodística. El medio emplea el género informativo para construir sus contenidos, seleccionando temas relacionados a salud “dengue”, sociedad “productos adulterados, acoso y violencia escolar, consumo de drogas” y policiales “robos, detenciones”. La temática más frecuente en las noticias corresponde al ámbito de salud, logrando obtener hasta 07 noticias publicadas.

El seguimiento de este medio es casi nulo, no se realiza publicaciones que continúen con la información mostrada en las noticias, pero se cumple lo mismo que Exitosa Chiclayo al dar seguimiento en cuanto a la enfermedad del dengue: presencia de variante Cosmopolitan, cifra de casos registrados, pruebas y donaciones, como en la noticia N°27 (revisar tabla N°51).

En líneas finales los contenidos publicados ofrecen un escaso seguimiento de información, tal vez por la poca importancia de unos temas, a comparación de otros como el dengue que fueron publicados por la coyuntura sanitaria.

Por otro lado, el formato en la mayoría de los casos corresponde a una noticia, pero existen publicaciones que presentan la forma de nota informativa como la noticia N°30 sobre “presunto aborto en instituto”, además, están aquellas que presentan los comunicados de prensa como si fueran noticias, si bien se pueden usar como fuentes de información, su estructura y tratamiento difiere al de una noticia.

UO2. Fuentes de Información. La mayoría de las publicaciones no contienen fuentes, citas ni hipervínculos que redirijan a los usuarios a datos complementarios o para verificar la información, salvo hay casos especiales donde se da el crédito a otros medios. Durante la investigación se encontró que varias fuentes pertenecen a otros medios nacionales como “La República”, “El Popular”, “RPP”, o agencias de noticias como “Agraria.pe”, habiendo mucha coincidencia entre cada palabra redactada “alto índice de similitud”. Este aspecto se analizará más

a fondo en la U04: Reputación sobre todo en la parte ética del medio y sus publicaciones.

También, hay noticias que toman como fuente a los comunicados emitidos por el MINSA (revisar tabla N°46) o la Contraloría General de la República (revisar tabla N°50) sobre el desarrollo del dengue en Lambayeque. Si bien esta fuente es válida, no se construye la noticia como tal, solo se publica la misma información y no se realiza un análisis o interpretación de la información.

Lo publicado no es producto de investigación propia sino es copia y pega de información, dando como resultado que en algún momento se puedan replicar o proliferar *fake news* sin saberlo. Asimismo, entre todas las publicaciones, la noticia N°23 sobre un operativo policial en el Mercado Moshoqueque (revisar tabla N°47) es la más cercana a una redacción original, incluso se muestra una declaración del alcalde Elber Requejo “Exhortamos a la población a verificar la fecha de caducidad, que los empaques no presenten alteraciones...”

En conclusión, se puede deducir que el medio La Noticia Clave pertenece al denominado periodismo ciudadano, es decir, cualquier persona puede crear páginas de noticias, al igual que lo hacen los grandes medios de comunicación.

UO3. Interacción. Las 10 publicaciones del medio cuentan con menos de 100 reacciones, este mismo patrón se cumple con los comentarios. El cambio más relevante es en relación con el número de compartidas, el cual supera las 10 y gira en torno a las noticias relacionadas con la enfermedad del dengue: como lo observado en la publicación N° 21 (revisar tabla N°45) sobre la variante Cosmopolitan, la publicación N° 22 (revisar tabla N°46) y su reporte por el número de fallecidos en la región.

En tercer lugar, la publicación N° 25 (revisar tabla N°49) referente al robo de dinero a manos de falsos fumigadores contra el dengue. Se puede observar que, durante la coyuntura de la

enfermedad, las personas interactuaron con las publicaciones a través del acto de compartir, bien sea en sus perfiles de *facebook* u otros grupos.

UO4. Reputación. En esta unidad analizamos la ética periodística, donde comprobamos que la mayoría de las noticias presentadas provienen de otros medios, pero no se repostean como tal, sino que se copia y pega la redacción, ello se puede comprobar por medio del titular y el contenido de las publicaciones.

Existe similitud entre la publicación N°24 sobre casos de acoso y violencia en colegios de Lambayeque con lo encontrado en el portal de “La República” (revisar tabla N°48). Además, la noticia N°06 (revisar tabla N°50), es exactamente igual al comunicado difundido por la Contraloría General de la República.

La publicación N°27 (revisar tabla N°51), sobre la donación de medicinas para un caserío de Olmos, es similar a lo observado en la agencia de noticias Agraria.pe. Este mismo comportamiento se evidencia en 9 de las 10 noticias analizadas, concluyendo que este medio solo copia la información y no produce contenidos propios.

En su mayoría el lenguaje se ubica en un nivel coloquial, pero hay publicaciones que tiene demasiado texto y mencionan términos médicos propios del sector salud “tecnicismos” que no son explicados en el desarrollo de la noticia.

La publicación N°26 (revisar tabla N° 50) sobre “dengue en la región” utiliza términos como reactivos y antígenos para referirse a la falta de pruebas de descarte para el dengue, esto mismo ocurre con la publicación N°09 que explica la disminución de casos en la región norte del país, aquí se usa términos como epidemiología o larvario, palabras poco conocidas o cercanas al contexto ciudadano. Estos dos casos corresponden a la información publicada por el MINSA a través del portal del Gobierno Peruano.

Las publicaciones no emplean fotografías o lenguaje ofensivo, y no califican el accionar de instituciones o de las personas involucradas. Por otro lado, la composición de las publicaciones en la parte de redacción se emplea las 3C en la mayoría de los casos para explicar de manera clara, corta y precisa el hecho, actores y situación actual, como lo observado en la publicación N°28 sobre el consumo de drogas en colegios lambayecanos (revisar tabla N°52).

Pero, no todas emplean las 5W del periodismo, debido a que su estructura si bien cumple su función de informar hay publicaciones que solo cuentan con un párrafo de información, dejando de lado detalles como en la publicación N°29 sobre “el caso de aborto en baño de institución”.

Cabe destacar que, cuando evaluamos el lenguaje empleado y el tratamiento informativo mediante los criterios 3C y 5W de cada noticia, en realidad analizamos de manera indirecta cómo los medios de donde se obtuvo la información trabajan estos aspectos. Cabe señalar, además, que todo lo publicado en el perfil de *La Noticia Clave* (alrededor del 90 %) no es de su autoría.

UO5. Multimedialidad. De las 10 publicaciones observadas ninguna presenta elementos audiovisuales más que fotografías de archivo provenientes de otros medios o referenciales. Asimismo, en comparación de Exitosa Chiclayo, no se emplea un diseño predeterminado de post, donde se coloque el logo de la cuenta, página web o el titular de la noticia.

Las fotografías en su mayoría muestran a personas partícipes del hecho, infraestructura de instituciones o imágenes referenciales de Google para ilustrar noticias relacionadas al “virus del dengue”, “fumigadores”, etc. Del hecho presentan fotografías similares, que provienen de páginas de medios nacionales o del gobierno peruano.

3.2.4. *La Voz Cix*

Tabla 55*Noticia N°31*

Medio	La Voz Cix	Fecha	29/6/2023
Título	Detienen a dos personas que presuntamente comercializaban detergente adulterado		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Empleo del género periodístico para la construcción de información	Género informativo Formato adecuado para el contenido Titular informativo Información escueta 3 de 5w Sin lead Se desconoce la información de los implicados Es solo pequeña nota		
2. Estructura y composición noticiosa	Usa como fuente a otro medio Es un repostero		
3. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho	Reacciones	Comentarios	
4. Interacción de los usuarios ante la publicación en facebook	530	62	
5. Da seguimiento de la información	No se dio seguimiento Tendencia objetiva Noticia de otro medio Se da créditos		
6. Ética periodística del medio	Gráficos	Audiovisuales	
7. Recursos multimedia utilizados por el medio	Una fotografía de los implicados	No contiene	
Observaciones adicionales	Ninguna		

Tabla 56

Noticia N°32

Medio	La Voz Cix	Fecha	27/6/2023
Título	Minsa pide no usar insecticidas por la plaga de grillos en Lambayeque y Piura		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Empleo del género periodístico para la construcción de información	Emplea el género informativo		
	Pirámide invertida		
	Titular informativo		
2. Estructura y composición noticiosa	No contiene lead		
	4 de 5w		
3. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho	Considera 1 testimonio y una fuente oficial		
4. Interacción de los usuarios ante la publicación en facebook	Reacciones	Comentarios	
	351	41	
5. Da seguimiento de la información	No se le dio seguimiento		
	Copia de otro medio		
6. Ética periodística del medio	El contenido pertenece a otro medio digital		
	No se cita a la fuente		
7. Recursos multimedia utilizados por el medio	Gráficos	Audiovisuales	
	2 imágenes del suceso	No contiene	
Observaciones adicionales	Las imágenes son bastante gráficas que puede ser sensible para el público		

Tabla 57

Noticia N°33

Medio	La Voz Cix	Fecha	24/6/2023
Título	Alcalde de José Leonardo Ortiz culpa a la MPCH por basurales		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Empleo del género periodístico para la construcción de información	Informativo, sin mucho detalle Titular breve e informativo Responde las preguntas básicas		
2. Estructura y composición noticiosa	No se define a los implicados con exactitud Hechos aparentes más no concretos 4 de 5W		
3. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho	Un testimonio		
4. Interacción de los usuarios ante la publicación en facebook	Reacciones	Comentarios	
	123	6	
5. Da seguimiento de la información	No se le dio seguimiento Copia de otro medio		
6. Ética periodística del medio	El contenido pertenece a otro medio digital No se cita a la fuente		
7. Recursos multimedia utilizados por el medio	Gráficos	Audiovisuales	
	Imagen de archivo del lugar	No contiene	
Observaciones adicionales			

Tabla 58

Noticia N°34

Medio	La Voz Cix	Fecha	23/6/2023
Título	Decomisan productos adulterados en Moshoqueque		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Empleo del género periodístico para la construcción de información	Informativo. Responde a las 5 preguntas básicas Titular conciso Estructura sencilla		
2. Estructura y composición noticiosa	Información poco detallada 4 de 5W		
3. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho	Un testimonio de fuente oficial		
	Reacciones	Comentarios	
4. Interacción de los usuarios ante la publicación en <i>facebook</i>	269	18 Condenando el actuar de los implicados	
5. Da seguimiento de la información	No se le dio seguimiento La información fue publicada un día antes por otro medio,		
6. Ética periodística del medio	pero no se da crédito a dicho medio		
7. Recursos multimedia utilizados por el medio	Gráficos	Audiovisuales	
	4 fotos del operativo	No contiene	
Observaciones adicionales	Se identifica la tendencia del medio a repostear noticias de otros medios		

Tabla 59

Noticia N°35

Medio	La Voz Cix	Fecha	19/6/2023
Título	Anuncian fumigación masiva en medio de récord de decesos llegando a los 74 fallecidos		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Empleo del género periodístico para la construcción de información	Utiliza el género informativo El contenido es idóneo para un reportaje, no aprovechado Titular extenso, pero efectivo		
2. Estructura y composición noticiosa	Pirámide invertida 5w Cuerpo extenso		
3. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho	Fuentes oficiales con datos estadísticos Testimonio de especialista		
4. Interacción de los usuarios ante la publicación en <i>facebook</i>	Reacciones	Comentarios	
	443	46	
5. Da seguimiento de la información	El tema del dengue es tratado por el medio en otras publicaciones El contenido le pertenece a otro medio y no se da crédito		
6. Ética periodística del medio	El titular está alterado para evitar la similitud		
7. Recursos multimedia utilizados por el medio	Gráficos	Audiovisuales	
	1 fotografía del suceso		
Observaciones adicionales	—		

Tabla 60

Noticia N°36

Medio	La Voz Cix	Fecha	7/6/2023
Título	Detienen a estudiante de Instituto por presunto aborto de su bebé en el baño de la institución		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Empleo del género periodístico para la construcción de información	Informativo Se adecua al contenido		
2. Estructura y composición noticiosa	Estructura sencilla. Titular extenso e impactante Escasa información, 2 de 5W		
3. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho	No existen fuentes citadas		
4. Interacción de los usuarios ante la publicación en <i>facebook</i>	Reacciones		Comentarios
	730		86 Comentarios de indignación y denigración <i>Sin feedback</i>
5. Da seguimiento de la información	No se le dio seguimiento. Se desconoce la sucesión de hechos		
6. Ética periodística del medio	El titular contrasta con el cuerpo de la noticia se afirma el aborto Origen de la información no identificado		
7. Recursos multimedia utilizados por el medio	Gráficos		Audiovisuales
	1 foto de archivo del instituto		No contiene
Observaciones adicionales	—		

Tabla 61

Noticia N°37

Medio	La Voz Cix	Fecha	13/6/2023
Título	Hace minutos serenos de la Victoria evitan incendio de gran magnitud en colegio		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Empleo del género periodístico para la construcción de información	Informativo		
	Titular tendencioso		
	Se desconocen detalles		
2. Estructura y composición noticiosa	Se presta mayor atención a la acción de los serenos que a las consecuencias		
3. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho	Considera fuente primaria al familiar de la víctima		
4. Interacción de los usuarios ante la publicación en <i>facebook</i>	Reacciones	Comentarios	
	613	41	
5. Da seguimiento de la información	No se le dio seguimiento		
	Subjetivismo predominante		
6. Ética periodística del medio	Uso de adjetivos calificativos		
	Noticia de otro medio, la municipalidad del distrito		
7. Recursos multimedia utilizados por el medio	Gráficos	Audiovisuales	
	1 imagen de los familiares	No contiene	
Observaciones adicionales	—		

Tabla 62

Noticia N°38

Medio	La Voz Cix	Fecha	7/6/2023
Título	Clausuran camal clandestino de pollos por insalubridad		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Empleo del género periodístico para la construcción de información	Informativo Adecuado para el hecho Titular breve e informativo		
2. Estructura y composición noticiosa	Información detallada 4 de 5W		
3. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho	1 testimonio primario/especialista Una fuente oficial		
4. Interacción de los usuarios ante la publicación en <i>facebook</i>	Reacciones	Comentarios	
	287	18	
5. Da seguimiento de la información	No se le dio seguimiento		
6. Ética periodística del medio	La noticia es copiada de otro medio Fotografías muy gráficas sensacionalistas		
7. Recursos multimedia utilizados por el medio	Gráficos	Audiovisuales	
	3 fotografías del establecimiento	No contiene	
Observaciones adicionales			

Tabla 63

Noticia N°39

Medio	La Voz Cix	Fecha	6/6/2023
Título	Oleajes anómalos destruyen embarcaciones y parte del muelle de Puerto Eten		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Empleo del género periodístico para la construcción de información	Informativo Adecuado para el hecho		
2. Estructura y composición noticiosa	Titular idóneo Contiene detalles que contextualiza la noticia		
3. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho	Se detalla la fuente de donde se obtuvo la información 1 testimonio primario citado		
4. Interacción de los usuarios ante la publicación en <i>facebook</i>	Reacciones	Comentarios	
	671	10 Sin debate	
5. Da seguimiento de la información	No se le dio seguimiento Se respeta la integridad		
6. Ética periodística del medio	En esta ocasión si se da crédito al medio donde sacó la redacción		
7. Recursos multimedia utilizados por el medio	Gráficos	Audiovisuales	
	3 fotografías del suceso en el lugar	No contiene	
Observaciones adicionales	De las noticias analizadas esta es la única en la que se cita la fuente		

Tabla 64

Noticia N°40

Medio	La Voz Cix	Fecha	9/6/2023
Título	Mototaxi secuestra a inspectora de la municipalidad en operativo contra las mototaxi		
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado		
1. Empleo del género periodístico para la construcción de información	Informativo Adecuado para el hecho Titular extenso e impactante		
2. Estructura y composición noticiosa	Todos los detalles relevantes están presente en la nota 4 de 5W		
3. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho	No se especifica la fuente		
	Reacciones	Comentarios	
4. Interacción de los usuarios ante la publicación en facebook	516	113 Opiniones diferenciadas en apoyo y en contra	
5. Da seguimiento de la información	No se le dio seguimiento Inclinación objetiva		
6. Ética periodística del medio	No se denigra a los implicados Noticia sacada de la municipalidad distrital		
7. Recursos multimedia utilizados por el medio	Gráficos	Audiovisuales	
	Fotografía del victimario	No contiene	
Observaciones adicionales	Nuevamente es un repostero de un medio, en este caso de la misma municipalidad del distrito. El posteo original contiene más fotografías		

UO1. Oferta periodística. De los contenidos analizados, todos emplean el género informativo y el formato de noticia para la construcción de la información, a diferencia del medio anterior, los géneros interpretativos y de opinión no tiene presencia en este medio. Las temáticas de preferencia en este medio corresponden a sociales (7), en menor medida ambientales (2) y políticas (1).

En ningún caso el medio dio seguimiento a las historias, aunque cabe aclarar que la mayoría de las noticias publicadas no tienen potencial para mayor desarrollo que el ya redactado por el medio, sino que la información no llega a generar mucha expectativa en los usuarios salvo dos identificados (Noticias N°6 y 7).

UO2. Fuentes de información. Se pudo identificar que de las 10 noticias de estudio 8 contienen fuentes, de las cuales 6 integran testimonios (Noticias N°32, 33, 34, 35, 38 y 39) de manera parafraseada o también citada. En todos los casos, los testimonios son fuentes primarias que llevan nombres y apellidos lo que los hace identificables y con la posibilidad de que el usuario pueda darle seguimiento propio, además de inspirar mayor credibilidad al considerar estos datos básicos para la noticia.

De las noticias sin fuentes detalladas, solo una (Noticia N°40) especifica los nombres de los implicados más no el origen de la información, en cuanto a la última (Noticia N°36) no se halla fuente ni cita.

Otro punto por aclarar es que en ningún caso se hace uso de enlaces redirigidos o hipervínculos que extiendan la información.

UO3. Interacción. Respecto a la participación de los usuarios vemos que es menor si lo comparamos con el Chiclayo Noticias, pero mayor que La Noticia Clave, acumulando más de 100 reacciones como mínimo en cada publicación elegida. Las noticias que consiguieron más

reacciones lograron acumular 730 (Noticia N°36), 671 (Noticia N°39) y 613 (Noticia N°37). Mientras la noticia con más reacciones apela a una nota de impacto más que a una noticia bien construida, puesto que el desarrollo es escaso, las otras dos noticias N°37 y N°39 se distinguen por ser tendenciosos y alarmistas.

Si nos centramos en los comentarios, se esperaría que las noticias más comentadas fueran las que también tienen más reacciones, sin embargo, las que tienen un mayor recuento de comentarios son las noticias policiales siendo más comentada la noticia titulada “Mototaxi secuestra a inspectora de la municipalidad en operativo contra las mototaxis” (Noticia N°40) con 113 comentarios con diferentes opiniones a favor y en contra del hecho; le sigue el titular “Detienen a estudiante del Instituto por presunto aborto de su bebé en el baño de la institución” con 86 comentarios en su mayoría expresando indignación y repudio al suceso; y por último el titular “Detienen a dos personas que presuntamente comercializaban detergente adulterado” con 62 comentarios de diversa índole sean irónicos, reflexivos o incluso testimoniales que expresan reconocer a los implicados. El medio no entra a tallar como moderador del debate que provocan sus contenidos, es más, no existe *feedback* por parte del medio en lo que respecta a la sección de comentarios.

UO4.Reputación. En esta unidad se analiza el tratamiento informativo y la ética periodística se encontró que los titulares tienden a ser objetivos en su mayoría, salvo tres noticias que son algo imprecisas como la noticia N°1 titulada «Detienen a dos personas que presuntamente comercializaban detergente adulterado», la noticia N°6 con el titular «Detienen a estudiante de Instituto por presunto aborto de su bebé en el baño de la institución» y la noticia N°37 «Hace minutos serenos de la Victoria evitan incendio de gran magnitud en colegio» donde las palabras «presuntamente» y «presunto» dejan mucho a la especulación del hecho o el adjetivo de «gran»

para calificar a un incendio aunque no se especifique una escala formal de la magnitud. Por el resto de las noticias como ya se mencionó tienen una inclinación objetiva y cumplen con los estándares de precisión, concisión y brevedad.

En relación al el cuerpo de la noticia, al aplicar el filtro de las 5 preguntas básicas (5W), ninguno cumple con este requisito ya que en todos los contenidos se prescinde del «cuándo», algo que probablemente sea porque cada uno de ellos es fácil de localizar en el tiempo ya que la fecha está adherida a cada post, aun así, resulta importante aclarar cuándo se producen los hechos para que posteriormente los usuarios puedan darle seguimiento. Únicamente se detallan las 5W en la noticia N°35 que contiene un cuerpo extenso y con una estructura de pirámide invertida a diferencia de la Noticia N°36 que solo responde 2 de las preguntas básicas y resulta ser una pequeña nota informativa donde se obvian datos importantes y todo el desarrollo se extiende en dos párrafos de dos líneas cada uno y que se desentiende con el titular ya que aquí sí se confirma el delito.

El resto de las noticias tienen un carácter objetivo donde se evita denigrar a implicados y respetar su honor, a excepción de uno donde sí se evidencia el subjetivismo (Noticia N°37) al usar adjetivos calificativos para los agentes implicados y resulta una noticia más para destacar el accionar de los agentes que informar sobre el hecho al no definir las consecuencias del incidente ni el origen de este.

Y para terminar con esta unidad se identificó un denominador común en todos los contenidos observados, el *copypaste*, en solo dos se menciona el medio de donde se extrajo la información (Noticias N° 31 y 39) a diferencia de los 8 restantes en que se evitan citar o dar créditos al origen de la noticia que es extraída inclusive de fuentes oficiales de las municipalidades distritales (Noticia N° 37 y 40). Esta práctica resulta algo particular ya que no se determina un

patrón para tal comportamiento y en un caso (Noticia N°35) el titular está manipulado para evitar similitud con el original, aunque el cuerpo sea el mismo.

UO5.Multimedialidad. En cuanto a los recursos multimedia utilizados, no hay mucho por detallar ya que solo se hace uso de fotografías, las cuales se vincula directamente con el suceso o se ha captado en el lugar y momento exactos, aunque, como se ya se vio en la unidad anterior, no sea de su autoría.

No hay presencia de vídeos, transmisiones, infografías, flyers, ni fotorreportajes que nutran este apartado, cabe aclarar que las fotografías publicadas no tienen una intención sensacionalista, sí hay explicitud gráfica, sin embargo, esto no es denigrante ni afecta la integridad de los implicados, más bien resulta ilustrador al mostrar la magnitud en que se desarrollan los hechos.

3.3. Niveles de reconocimiento

Para determinar el nivel de reconocimiento, resultado que pretende hallar esta investigación, se ha elaborado una escala ordinal con criterios que ayuden a establecer dicho nivel según los resultados obtenidos por parte de la muestra 1.

Bajo nivel: no ha recibido ningún taller de capacitación sobre alfabetización mediática, ha sido víctima de *fake news* previamente, no verifica las noticias que consume, interactúa con las noticias (en sus tres indicadores)

Medio: verifica de manera ocasional las noticias que consume, no está seguro de poder reconocer una noticia falsa, ha sido víctima de *fake news* previamente, no ha recibido ningún tipo de capacitación, interactúa con la noticia y la comenta con su entorno educativo.

Alto: Ha recibido algún taller de capacitación sobre reconocimiento y alfabetización, no ha sido víctimas de *fake news*, siempre verifica las noticias que consume, no interactúa de ninguna manera con las noticias.

3.4. Discusión de Resultados

En esta sección se pretende desarrollar el objetivo planteado de esta investigación basada en el análisis de la capacidad de los docentes para identificar información falsa en *facebook* en un ámbito profesional-educativo con la aplicación de instrumentos tanto cualitativos como cuantitativos y contrastarlos con los descubrimientos de otras investigaciones consideradas como antecedentes de la presente investigación, así como, comprobar las hipótesis planteadas.

Tanto la observación de las muestras como la aplicación de los instrumentos han sido independientes una de otra ya que no guardan relación causal entre sí, sin embargo, su análisis resulta necesario para dibujar un panorama de las *fake news* en nuestro contexto socioeducativo regional. Por una parte, se busca identificar la capacidad y reconocimiento de los docentes (cara a cara) ante las *fake news*, así como, determinar las tendencias de los medios de comunicación locales más populares y reconocer a qué tipo de experiencia informativa se exponen los docentes en la red social *facebook*

Los resultados obtenidos respaldaron la hipótesis nula alegando que los docentes de las instituciones educativas públicas del distrito de Ferreñafe no tienen un alto nivel de reconocimiento de *fake news* en la red social *facebook* y si interactúan con ellas.

La revisión de estudio experimental de Paz García et al. (2023) nos arroja datos importantes a esta investigación. El artículo explora la susceptibilidad y discernimiento de noticias políticas falsas, en donde se evidencia que un “elevado nivel educativo o altos niveles de alfabetización informativa se relacionan positivamente con la capacidad de discernir correctamente la falsedad de las noticias” (p. 46), siendo este el tercer factor más importante en el discernimiento de noticias falsas. Respecto a los factores de susceptibilidad a ser vulnerables a las *fake news* los principales corresponden a la ideología política, el sesgo de confirmación y al esfuerzo cognitivo reducido.

Si bien, la mayoría de los docentes se toma el tiempo de verificar de manera regular (52,7) u ocasional (41,8) las noticias que consume, en su mayoría hacen uso del sentido común y la experiencia en investigación de un profesional de la educación. A pesar de esta cualidad de los docentes los resultados demuestran que el 94,5% no ha recibido algún taller o capacitación que le otorgue las habilidades y aptitudes que los hagan competentes en materia de *fact checking*, además de que mayoría declara no sentirse capaz o duda de poder identificar una noticia falsa (74.5%). Vásquez (2020), menciona que, las principales metodologías utilizadas en el ámbito de *fact checking* es la consulta a expertos y la contrastación de información evidenciando una metodología insuficiente en su práctica diaria.

Pese a tener dicha noción en discernimiento de *fake news*, no resulta suficiente pues los elementos clave a considerar, como fuentes periodísticas (70.9%), conocimiento previo (10.9%), lenguaje (7.3%), pueden ser estratégicamente manipulables. Blázquez (2019) expresa lo siguiente:

La facilidad para manipular las pruebas de una noticia o bien de crearlas según las necesidades del mensaje y el objetivo perseguido, así como la dificultad para contrastarlas, puede provocar una falta de confianza que, además puede ser aprovechada para generar desinformación. La detección de fuentes fiables resulta costosa y requiere de tiempo para verificar de forma imparcial y crítica las pruebas y los hechos que cada noticia publicada aporta. (p. 37)

Además, se identificó que el 83.6% del total de la muestra sí interactúa con los contenidos que visualiza en *facebook* a través de comentarios (41,8%), compartiendo contenidos (22,5%) o reaccionando (7,3%). Por lo tanto, solo existen pocos docentes quienes no realizan ninguna interacción (16,4%). Lo cual hace que la mayoría, al no poder identificar la falsedad de la noticia,

llegue a interactuar con la misma. Los datos recolectados evidencian que el 61,8% de los docentes admite haber sido víctima de *fake news*.

Durante el análisis de resultados se identificó que el comportamiento de los docentes en la selección para el consumo de noticias en la red social *facebook*, se realiza mediante dos filtros: razones de consumo y valoración de los medios, donde el docente brinda o da mayor preferencia a noticias que resulten de su interés y que procedan de un medio con reputación veraz.

Esto consecuentemente logra que se genere la interacción y se comente la noticia con su entorno social o laboral, según los datos analizados, el 50,91% de los docentes realiza dicha acción. Si no se cumplen estos requisitos, cuando el docente se encuentre con una noticia que no pase por estos dos filtros se dirá que no existe interacción, lo cual reduce la efectividad de una posible noticia falsa.

Este fenómeno identificado puede ser explicado por una de las teorías expuestas perteneciente al sociólogo Lazarsfeld que responde a teoría de los efectos limitados, que menciona que lo docentes una vez formado su pensamiento y sus filtros tienen la disposición para evitar aquellas noticias que se perciban en contra de su juicio crítico, como lo son las noticias que difieran de sus intereses informativos y sus valoraciones de los medios de comunicación.

Se presume que también existiría una opinión preexistente en el pensamiento colectivo de la sociedad peruana y su “confianza en los medios de comunicación” que tiende a ser negativa según estadísticas nacionales (IEP, 2024), dando la posibilidad de buscar información en otras plataformas distintas a las tradicionales, por ejemplo, en redes sociales.

Posteriormente, si nos enfocamos en determinar el posible origen y motivos de las noticias falsas nos topamos que, el 47,3% de los docentes encuestados cree que se encuentra en los grupos políticos. Dicho dato se asemeja a los datos obtenidos por Arróspide (2020) donde el 56.5% de su

muestra “considera muy probable que el facto político sea uno de los principales intereses detrás de las *fake news*” (p. 104). Si bien las investigaciones se dan en tiempos y contextos distintos, dado la etapa de pandemia como la muestra segmentada, existe una similitud en la creencia colectiva a este planteamiento sobre el origen (Anexo 02 – pregunta 14).

Si segmentamos los resultados por institución educativa para evaluar el discernimiento y la susceptibilidad para caer en *fake news* se obtiene los siguientes resultados: en general la mayoría de los docentes de la I.E Santa Lucía se preocupa de realizar una verificación de las noticias que consume en *facebook*, es decir, tienen un mayor discernimiento al enfrentarse con posibles noticias falsas. Por el contrario, las I. E. Héctor René La negra presenta una mayor susceptibilidad cuando lee una noticia ya que la mayoría no tiene esa consideración.

Las II.EE. que potencialmente tendrían una tendencia a difundir las noticias que consumen son Santa Lucía y Mesones Muro donde los docentes interactúan con las publicaciones mayormente a través de comentarios y compartidas.

Como ya se ha resaltado, los docentes que no están seguros de poder reconocer una noticia falsa y los que admiten no poder reconocerlas representan la mayoría de la muestra 1.

Dentro de dicha interrogante (Anexo 02 – pregunta 11) se creyó conveniente reconocer y establecer una distinción de las instituciones de donde provienen estos datos.

La I.E. donde la mayoría de los docentes consideran estar capacitado es Manuel A. Mesones Muro, aquí 4 de los 9 encuestados sí se cree capacitado para reconocer *fake news*, 3 aseguran que no y 2 no están seguros. En contraparte, en la I.E Mario Samamé Boggio 2 de cada 3 docentes no se consideran capacitados en el reconocimiento de *fake news*. Se puede deducir por medio de los datos obtenidos que existe una baja proporción de docentes capacitados para identificar noticias falsas.

Respecto a lo observado en la tabla 21, se puede inferir que la habilidad para reconocer una *fake news* es variable, 43 % no está seguro, mientras que un 30,9% respondieron “no” y solo el 25,5% considera que sí lo está.

Los resultados obtenidos de la tabla 20, demuestran que el 61,8% de los docentes respondió “sí” haber sido víctima de *fake news*, frente a un 29,1% que mencionó lo contrario. Aunque alrededor del 9,1% mencionó que “tal vez” fueron víctimas, pero no supieron como reconocerlas, comprobar que era información falsa o simplemente no estaban seguros.

Posteriormente, la teoría de comunicación de Scolari nos sirve de base para analizar y evaluar el quehacer de los medios observados, puesto que, como nos detalla, los atributos que moldean a los medios digitales son la hipertextualidad y la multimedialidad. Teniendo esto en cuenta, el modelo de comunicación propuesto es desconocido por los 4 medios analizados al no considerar los beneficios interactivos que concede la red social *facebook*.

Esta afirmación es sostenida por los resultados que arroja el instrumento aplicado (guía de observación) a la muestra 2 donde se analiza el contenido informativo de los medios seleccionados. Se identificó que ninguno de los medios considera al usuario como prosumidor, aunque, el usuario sí se reconoce como participativo mediante el uso de comentarios, concordando con la teoría o paradigma de la red. A pesar de ello, los medios parecen ignorar dichas participaciones y no intervienen en los debates que generan las noticias más controversiales desaprovechando el rasgo de la interactividad que ayudaría al medio a identificar a su público e incluso segmentarlo.

En resumen, al no desarrollar o potenciar dicho rasgo, los contenidos son menos atractivos para los usuarios quienes presentan estilos de vida y aspiraciones únicas, afectando a la reticularidad propia del medio.

También se logró identificar que la característica menos aprovechada es la

hipertextualidad, según los datos analizados durante la fase de observación a los medios, no se atribuye ningún enlace o vínculo que redirija a los usuarios a información relacionada en el cuerpo de la noticia, ello también constituye una forma para determinar la calidad periodística y su credibilidad en la red, considerando que los docentes de la muestra 1 reconocen a la ausencia de fuentes como el principal elemento a la hora de identificar una noticia falsa.

Si hablamos de multimedialidad, nuevamente observamos que no se aprovecha del todo las ventajas de este rasgo. De los 4 medios seleccionados solo 2 (Exitosa Chiclayo y Chiclayo Noticias) incorporan elementos multimedia de fotografía y vídeo, sin embargo, este último recurso solo sirve de apoyo y no incluyen en su construcción testimonios o narraciones que aporten al hecho noticioso. Y a pesar de existir recursos gráficos como infografías, mapas, diagramas y otros, no hacen eso de estos, lo cual podría deberse a que requeriría de una elaboración más compleja y profesional.

Durante la fase de investigación, se identificó una práctica común en los medios observados, esta consistía en la repetición de noticias (*copypaste*), revelando que la construcción de contenidos propios es mínima y, ejerciendo la práctica de repetidor de la información, además, en la mayoría de contenidos no se evidencia la fuente original ni se da crédito.

Asimismo, se pudo rescatar otras similitudes con el estudio de Arróspide, respecto a los medios de comunicación en redes sociales en donde presentan información sesgada y en extremo resumida al ser obtenida de otras fuentes, además que, su principal labor es dar información inmediata del día sin prestarle atención al seguimiento ni profundizar el contenido dejando totalmente de lado al periodismo de investigación propiamente dicho. Esto guarda relación con el ítem observado de seguimiento informativo en los medios seleccionados, donde no se realiza dicha labor.

Respecto a las fuentes de información proporcionadas por los medios analizados de la muestra 2, Exitosa Chiclayo, caracterizado por ser de corte formal, se encontró que la mayoría de sus publicaciones (9 de 10 para ser más precisos) contenían fuentes oficiales, públicas o gubernamentales sin llegar a ser más de uno por noticia. Este resultado se asemeja mucho a lo hallado por Armas (2022) en su investigación titulada “Sensacionalismo en tiempos de COVID-19: Análisis de las noticias del diario Trome edición digital, Marzo 2020” donde toma como objeto de estudio a un medio de comunicación formal que cuenta con la misma característica que Exitosa Chiclayo en la gestión de fuentes de información tanto en cantidad como en su clasificación.

No obstante, en los otros medios (La Voz Cix, Chiclayo Noticias, Noticia clave) se rompe esta característica, debido a que dichas páginas corresponden a periodismo ciudadano, donde se observó la replicación de información y la ausencia de fuentes. Denotando de esta manera baja calidad periodística del medio, al no construir el hecho con puntos de vista alternativos.

Como se logró identificar en los resultados de la investigación, todos los medios hacen uso de fotografías, sin embargo, solo uno hace el intento de distinguirse de los demás en la aplicación de recursos gráficos elaborando portada personalizada para cada noticia integrando titular, fotografía y colores del medio respectivamente. En este sentido, nuevamente encontramos una similitud con el trabajo de Armas (2022) ya que de las 13 noticias analizadas del medio digital el recurso gráfico por excelencia es la fotografía y Exitosa logra hacer uso del recurso con un valor añadido, funcionando como herramienta para captar el interés del usuario.

Referente a los recursos audiovisuales empleados, los medios que logran distinguirse son: Chiclayo Noticias y Exitosa Chiclayo, al incluir videos en dos de sus noticias presentadas, pero que carecen de testimonios o algún tipo de narración que sirva de guía informativa al usuario.

Si comparamos la notoriedad de los medios analizados, el medio con mayor repercusión

en *facebook* fue Chiclayo Noticias, a pesar de tener un número de seguidores inferior al de Exitosa Chiclayo, ello se puede comprobar mediante sus publicaciones, que acumularon un mayor número de reacciones, comentarios y compartidas en toda la muestra 2.

Chiclayo Noticias puede ser calificado como un medio de periodismo ciudadano, ya que no presenta rigurosidad en la elaboración de sus noticias, las cuales suelen ser tomadas de otros medios locales. En resumen, podemos estar ante un medio con mayor potencial para ser divulgador de *fake news*.

Relacionando los resultados de ambos instrumentos del estudio, se encontró que existe una clara distinción del tema de mayor preferencia de los docentes, salud en un 56,4%, con el tópico ofertado por los cuatro medios que se orientó hacia lo social, encontrándose presente en 27 noticias de las 40 analizadas.

Durante el análisis de resultados se encontró que el medio más consumido por los docentes fue Exitosa Chiclayo (27,3%) mientras que, La Noticia Clave resultó ser un medio desconocido por ellos. Deducimos que existe una clara aceptación hacia Exitosa Chiclayo, dado que cumple con la cobertura de temas locales y también responde a los filtros establecidos por los docentes al momento de discriminar los contenidos en *facebook*: veracidad, reputación, cobertura mediática.

Asimismo, el medio descrito cumple con una baja calidad periodística, pero existen otros como La voz Cix y La Noticia clave que, si bien consideran la fuente de información, su labor solo se reduce a repetir los contenidos. Y es en este tipo de medios, donde los docentes podrían caer en las *fake news*, ya que dichos medios cumplirían con sus filtros para discriminar el contenido de noticias falsas (tablas N°10 y N°22), es decir, integran fuentes de información de carácter veraz.

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

De acuerdo con la segunda hipótesis planteada, se confirmó que los docentes de las instituciones educativas públicas del distrito de Ferreñafe no tienen un alto nivel de reconocimiento de *fake news* en la red social *facebook* e interactúan con ellas. Las siguientes conclusiones refuerzan la comprobación de esta tesis.

Primera. Los docentes de las II.EE. de Ferreñafe presentan un nivel medio de reconocimiento de noticias falsas en *Facebook* y aunque se realiza un intento de verificación por sentido común o experiencias previas, la efectividad de esta práctica es insuficiente ante metodologías más objetivas basadas en fact checking como lo propuesto por Vásquez (2020) en su estudio titulado “Herramientas digitales para detectar desinformaciones en tiempos de coronavirus. Casos: Ojo Público y Maldita.es”.

Segunda. El consumo de noticias por parte de los docentes se determina principalmente por dos razones: el interés en la información y la valoración que tienen hacia el medio, es decir, los docentes tienden a preferir contenidos que les resulten relevantes y que provengan de fuentes o medios con reputación, siendo este último un atributo determinante en sus decisiones informativas.

Tercera. Se comprobó que los docentes comparten información mediática con su entorno educativo (alumnos y colegas). Según los datos evaluados, la mayoría realiza esta acción, ya sea de manera regular (50,9 %) u ocasional (40 %). Sin embargo, esta práctica no siempre está acompañada de una verificación rigurosa de la veracidad de la información, lo cual puede deberse a causas como el bajo esfuerzo cognitivo o el sesgo de confirmación.

Cuarta. El tipo de información consumida por los docentes presenta una marcada inclinación hacia temas como salud, política y economía. En contraste, los contenidos relacionados con el entretenimiento y el deporte resultan ser los menos favoritos para esta muestra. Ello sugiere que los medios con un enfoque serio y especializado tiene mayor impacto en ellos.

4.2 Recomendaciones

Con el fin de mejorar la capacidad crítica y reducir la vulnerabilidad de los docentes ante *fake news*, se propone que, a través de un proyecto de responsabilidad social desarrollado por alguna institución o un trabajo académico impulsado por la UGEL de Ferreñafe, se realice un taller de alfabetización mediática con un objetivo principal, para que los docentes cuenten con la capacidad de identificar noticias falsas mediante métodos verificados por investigadores de la materia como el *fact checking* y la consulta a expertos.

Se recomienda a los medios analizados, y digitales de manera general, que implementen mecanismos de verificación rigurosos antes de publicar cualquier contenido informativo. Estos mecanismos deben incluir la consulta de datos con fuentes institucionales expertas en el tema, así como la contrastación cuidadosa de los hechos a comunicar.

A los docentes, hacer uso de herramientas especializadas para la verificación de información sobre todo de aquellas que provengan de grupos, comunidades o medios locales informales y a la vez, reforzar en el pensamiento analítico al ser un factor importante el discernimiento de noticias falsas.

BIBLIOGRAFÍA

Álvarez, J. (2012). Modelos teóricos sobre los efectos de los medios de comunicación de masas.

Universidad Complutense de Madrid.

Álvarez, J. (2023, 30 de junio). *Si no estás en RRSS, estás en na*. Ipsos.

Ardini, C., Secco, N., Corzo, L., Contreras, L., Mirad, N. (2021). “Experiencias de Comunicación Transmedia Social/Educativa. Un aporte para la participación efectiva de los actores sociales en procesos de comunicación/organización/educación”. Universidad Nacional de Córdoba.

Armas Acevedo, G. (2022). Sensacionalismo en tiempos de COVID-19: Análisis de las noticias del diario Trome edición digital, Marzo 2020 [Tesis de licenciatura. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo].

Arrospide, L. (2020). Características de las *fake news* que se difunden por las redes sociales sobre el coronavirus COVID19 y sus consecuencias en la credibilidad de los medios de comunicación en Arequipa – Primer semestre del 2020 [Tesis de Licenciatura, Universidad de San Agustín de Arequipa].

Asanza, M. (2020). Fake News en tiempos de crisis: Aproximación a su reconocimiento y percepción durante el confinamiento por COVID-19 en Ecuador [Tesis de licenciatura, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil].

Blázquez Ochando, M. (2019). El problema de las noticias falsas: detección y contramedidas. , *Verdad y falsedad de la información* (pp. 13-43). Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7015922>

- Chavarry Marquez, F. E. (2020). Análisis del tratamiento periodístico de la información política en las noticias de El Diario Perú.21 durante las elecciones presidenciales 2016. Caso: Keiko Fujimori [Tesis de licenciatura. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo].
- Consejo Consultivo de Radio y Televisión. (2022). Alfabetización mediática: ¿Cómo los maestros pueden promoverla?
- Cuberes, C., Rodríguez, A., Ventura, R. (2018). Comunicación Digital Interactiva: valoración de profesionales, docentes y estudiantes del área de la comunicación sobre las competencias académicas y los perfiles profesionales. Revista Latina de Comunicaciones, 73, 331-351. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1258>
- Dirección de Comunicación PUCP (2021). Identifican más de 600 medios e iniciativas informativas ciudadanas en el norte del país. Universidad de Piura.
- Escurre, L. (1988). Cuantificación de la validez de contenido por criterio de jueces. Revista De Psicología, 6(1-2), 103-111. <https://doi.org/10.18800/psico.198801-02.008>
- Fernández, C. & Danhke, G. (1990). La comunicación humana: Ciencias Sociales.
- Hernández, R. Fernández C. y Baptista P. (2014). Metodología de la Investigación.
- Instituto de Estudios Peruanos. (2024). El barómetro de las Américas de LAPOP toma el pulso de la democracia en Perú.
- López, G. Estudios de los efectos de los medios de comunicación de masas en la opinión pública.
- Morote, A. (2022). Medios de información y cambio climático. Percepción y manipulación de la información recibida según el profesorado en formación de educación primaria. Revista Papeles, 14(28), 5-22.

Otero, A. (2018). Enfoques de Investigación. Researchgate.

Paz García, P. A., Danieli, N. E., & Moreano Freire, I. E. (2023). Procesamiento cognitivo de *fake news* políticas. Revisión de estudios experimentales. *Dixit*, 37(1), 44–60.
<https://doi.org/10.22235/d.v37i1.3112>

Roque, A., Sánchez, J (2021). Las *fake news* y la actitud de los usuarios del fanpage “Chiclayo al minuto”, 2021. [Tesis de Pregrado, Universidad Señor de Sipán].

Scolari, C. (2008). Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. *Mediaciones Sociales* (8), 167-170.

Vásquez, F. (2020). Herramientas digitales para detectar desinformaciones en tiempos de coronavirus. Casos: Ojo Público (2020) y Maldita.es (2020) [Tesis de Pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas].

Vilchez, A. (2020). *Fake News*: Desinformación en la era digital desde la perspectiva de los periodistas de Lima, 2020 [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo].

ANEXOS

Anexo 01: Guía de observación.

Guía de Observación cualitativa directa					
Observación No.		Fecha		Medio	
Título					
Aspectos observados	Consideraciones interpretativas/ analíticas con respecto al aspecto observado				
1. Emplea el género informativo para la construcción de información					
2. Estructura y composición noticiosa					
3. Se sirve de fuentes para elaborar el hecho					
4. Interacción de los usuarios ante la publicación en <i>facebook</i>	Reacciones		Comentarios		
5. Da seguimiento de la información					
6.Ética periodística del medio					
7. Recursos multimedia utilizados por el medio	Gráficos		Audiovisuales		
Observaciones adicionales					

Anexo 02: Encuesta a docentes de la instituciones educativas.

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO

Facultad de Ciencias Histórico, Sociales y Educación

Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación

Encuesta: Medios de comunicación y noticias falsas

Introducción.

Estimados docentes, la presente encuesta tiene el objetivo de conocer cómo se encuentran sus conocimientos, actitudes y creencias en relación a medios de comunicación digital y noticias falsas. Esta encuesta es anónima por lo cual lo invitamos a contestar con sinceridad, ya que la información sólo se utilizará para fines académicos.

A. Información General

Edad: _____

Sexo: M (☐) F (☐)

Especialidad: _____

Desarrollo del cuestionario

1. **¿Cuál es el tema de su preferencia a la hora de consumir noticias?** Puede marcar más de una opción

- A. Política
- B. Economía
- C. Salud
- D. Deporte
- E. Entretenimiento

2. **¿Qué lo lleva a consumir este tipo de noticias?** Puede marcar más de una opción

- A. Interés
- B. Motivación
- C. Utilidad
- D. Recomendaciones

3. **De los siguientes medios de comunicación ¿Cuáles son los que más visita/consume para informarse de noticias locales?**

- A. Exitosa Chiclayo
- B. Chiclayo Noticias
- C. La Noticia Clave
- D. La voz Chiclayo
- E. Otro: _____

4. ¿Qué es lo que más valora de un medio?

- A. Que simpatice con mis ideales
- B. Veracidad
- C. Reputación periodística
- D. Cobertura de temas locales

5. ¿Suele comentar las noticias leídas con su entorno social (colegas/alumnos)?

- A. Siempre
- B. Ocasionalmente
- C. Nunca

6. ¿Qué analiza cuando lee una noticia? Puede marcar más de una opción

- A. Titular
- B. Fuentes
- C. Imágenes
- D. Coherencia
- E. Ninguna de las anteriores

7. ¿Comprueba la veracidad de las noticias que consume?

- A. Si
- B. No
- C. A veces

8. ¿De qué manera interactúa con las noticias que visualiza?

- A. Comentando la noticia
- B. Compartiéndola
- C. Reaccionando a la publicación
- D. No interactúa

9. En su experiencia. ¿Suele ver noticias que considera falsas en las redes sociales?

- A. Poca

- B. Regular
- C. Mucha

10. alguna vez ha sido víctima de noticias falsas (desinformación). *Desinformar es el acto de manipular la información para ciertos fines no periodísticos.*

- A. Sí
- B. No
- C. Tal Vez

11. ¿Considera que está capacitado para identificar noticias falsas?

- A. Sí
- B. No
- C. Tal Vez

12. ¿Cómo usted identificaría una noticia falsa?

- A. Por el lenguaje
- B. La ausencia de fuentes
- C. La carga subjetiva
- D. Conocimiento del tema
- E. Ninguna de las anteriores

13. ¿Ha llevado algún taller o curso sobre reconocimiento de noticias falsas en medios digitales?

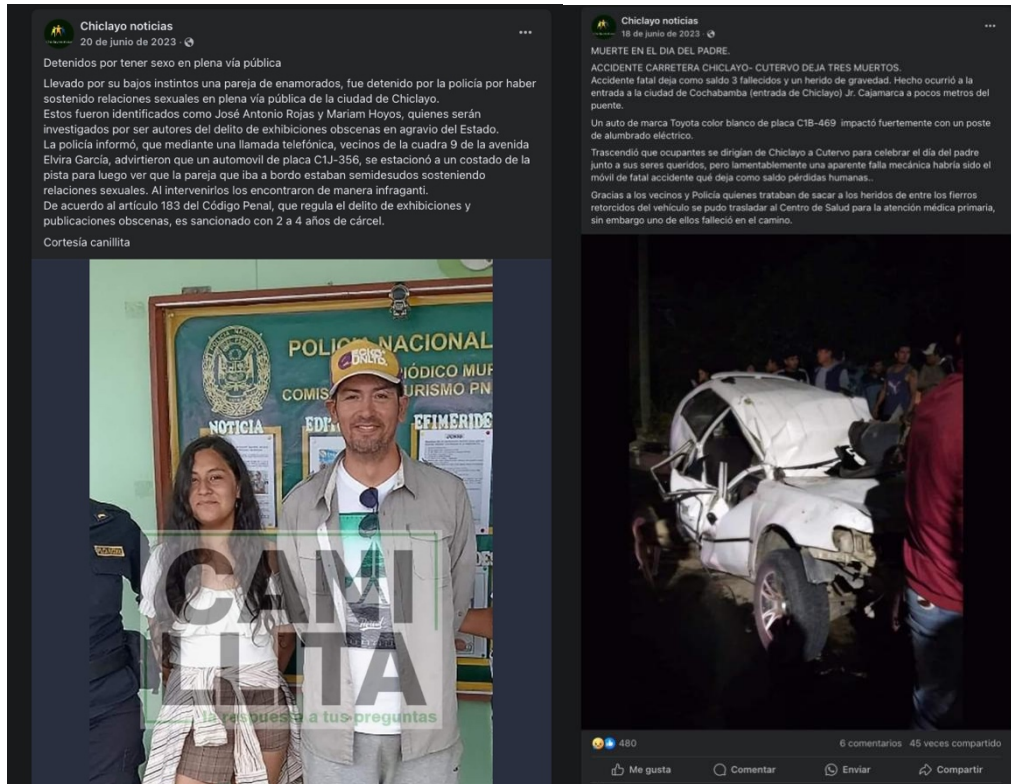
- A. Sí
- B. No

14. ¿Cuál cree que sería el origen de las noticias falsas? Puede marcar más de una opción

- A. Medios de comunicación
- B. Grupos políticos
- C. Periodismo Ciudadano
- D. Otro _____

Anexo 03: Evidencias de noticias

Chiclayo Noticias



Exitosa Chiclayo

133

Noticia Clave Oficial

La Noticia Clave - Oficial
22 de junio de 2023 · 🌐

#LAULTIMA

DECOMISAN PRODUCTOS ADULTERADOS EN MOSHOQUEQUE

La sub gerencia de fiscalización multas y sanciones de la municipalidad de José Leonardo Ortiz, Gerencia Regional de Salud, PNP y Ministerio Público realizaron un operativo inopinado en el I sector del mercado Moshoqueque, donde decomisaron productos vencidos y adulterados, entre ellos, golosinas, cereales, fideos, caramelos, entre otros productos.

Durante el operativo se impuso una papeleta de infracción y multa respectiva a un comerciante que expendía productos sin registro sanitario.

"Exhortamos a la población a verificar la fecha de caducidad, que los empaques no presenten alteraciones y procurar no comprarlos en lugares de venta informal". Nuestra gestión será firme en aplicar sanciones respectivas a quienes expongan la salud pública de los leonardinos. Acotó el alcalde Elber Requejo.



La Noticia Clave - Oficial
7 de junio de 2023 · 🌐

#LAULTIMA

DETIENEN A ESTUDIANTE DE INSTITUTO POR PRESUNTO ABORTO DE SU BEBE EN EL BAÑO DE LA INSTITUCIÓN

Una joven estudiante de Farmacia, del Instituto Superior Cayetano Heredia de Chiclayo, se encuentra en custodia policial por el presunto delito de infanticidio, luego de que abortara a su bebé.... [Ver más](#)



La Noticia Clave - Oficial
28 de junio de 2023 · 🌐

#LAULTIMA

43 DOCENTES ESTÁN INVOLUCRADOS EN ACOSO Y VIOLENCIA HACIA ESCOLARES EN LA REGIÓN LAMBAYEQUE

El gerente regional de Educación de Lambayeque, Daniel Suárez Becerra, reveló que, en lo que va del año, se registran 43 casos de docentes involucrados en acoso y/o violencia hacia escolares en la plataforma SiSeVe. En total, en el 2023, se reportan 73 episodios de violencia en esta herramienta del Ministerio de Educación (Minedu), donde el resto corresponden a conflictos entre estudiantes. La cifra es mayor en un 20% al 2022.

Recientemente, un profesor identificado como Edwin Flores Curay (46), que trabaja en la institución educativa Santa Magdalena Sofía Barat, fue denunciado en la Comisaría del Norte de Chiclayo por presunto acoso contra una alumna de 16 años de edad. El hombre, a fin de evitar que el caso se conozca, había amenazado a la menor con afectar sus calificaciones. El gerente Daniel Suárez refirió que el sujeto fue separado de sus labores y, en paralelo al proceso judicial, afrontará un proceso administrativo.

"En este año se registran en la plataforma SiSeVe un total de 73 casos de violencia escolar en la región Lambayeque. En el 2022 tuvimos 292 casos y la cifra actual es mayor al mismo periodo del año pasado (...). Con respecto a las situaciones de acoso que involucran a docentes, que se enmarcan en el bloque de violencia, tenemos 43 casos en el 2023. Aquí también está la violencia física y otros aspectos negativos reportados en los colegios en contra de alumnos", declaró a La República.

La Voz Cix
7 de junio de 2023

CHICLAYO: CLAUSURAN CAMAL CLANDESTINO DE POLLOS POR INSALUBRIDAD

Un establecimiento clandestino, dedicado a la distribución de pollo, fue clausurado por la municipalidad de Chiclayo, al no cumplir con las condiciones de inocuidad de la carne y por no presentar ningún tipo de documentación.

El médico veterinario, Angel Lozada Montedoro, analista en inocuidad de SENASA Lambayeque, concluyó que los 650 pollos contabilizados, no cumplen con las condiciones mínimas de higiene que garanticen la inocuidad de la carne encontrada.

El gerente de Seguridad Ciudadana y Fiscalización de la municipalidad de Chiclayo, Dalmiro Velasquez Hurtado, calificó el operativo como un éxito y manifestó que continuarán protegiendo la salud de la ciudadanía y garantizando que los productos reúnan las condiciones mínimas para el consumo humano.

Efectivos policiales, detuvieron al dueño del lugar, para iniciar las investigaciones respectivas y se determine la sanción que corresponda.

En el operativo conjunto, realizado está madrugada en la intersección de la Av. Chiclayo y la Panamericana Norte, participaron servidores de Fiscalización y Serenazgo de la municipalidad de Chiclayo, representantes del SENASA, Ministerio Público y efectivos de la Policía Nacional del Perú.




348 Me gusta 18 comentarios 36 veces compartido

Me gusta Comentar Enviar Compartir

La Voz Cix
19 de junio de 2023

#Chiclayo ANUNCIAN FUMIGACIÓN MASIVA EN MEDIO DE RÉCORD DE DECESOS LLEGANDO A LOS 74 FALLECIDOS.

En Lambayeque. El Gobierno Regional de Lambayeque ejecutará acciones contra el dengue y declarará en alerta roja los centros de salud. En tanto, ya son 74 las personas fallecidas por enfermedad y 16.704 contagios.

Los casos del dengue siguen en niveles preocupantes en la región Lambayeque. Hasta ayer domingo 18 de junio de 2023, se han reportado 74 decesos (66 confirmados y 9 probables) relacionados con esta enfermedad. Asimismo, se han registrado 16.704 contagios relacionados con el virus, según el Centro Nacional de Epidemiología, Prevención y Control de Enfermedades (CNC).

La enfermedad está presente en varios distritos, pero las tasas de contagio más altas se concentran en las zonas con más habitantes. Las jurisdicciones con mayor incidencia son Chiclayo (5.924), José Leonardo Ortiz (2.011), La Victoria (1.367), Motupe (1.141), Ferreñafe (647) y Lambayeque (613).

Por ubicación geográfica, el número de fallecidos sigue la misma tendencia de los contagios. Así, se reporta la cifra de decesos en las siguientes jurisdicciones: Chiclayo (21), José Leonardo Ortiz (13), Ferreñafe (10), Lambayeque (6), Tumbán (5), Requena (3), entre otros.

Frente a este escenario, el Gobierno Regional de Lambayeque, a través de la Plataforma Regional de Defensa Civil, iniciará hoy lunes 19 de junio una campaña de fumigación masiva en tres distritos de la región.

El objetivo es intervenir 140.000 viviendas en los distritos de Chiclayo, José Leonardo Ortiz y La Victoria. El gobernador regional de Lambayeque y presidente de la plataforma regional, Jorge Pérez, afirmó que se dispuso un presupuesto de 30 millones de soles para realizar dicha labor.

Pérez Flores afirmó que el éxito de esta actividad depende de la colaboración de los pobladores quienes deberán abrir las puertas a las brigadas de fumigación. El plazo de esta actividad se ampliará hasta el martes 20 de junio.

Para el médico epidemiólogo Víctor Soto Cáceres, el factor climático relacionado con las altas temperaturas en la costa podría propiciar mayores contagios por la enfermedad, a comparación de años anteriores. Ante esto, el también exdecano del Colegio Médico de Lambayeque expresó que es necesario que tanto el Ministerio de Salud (Minsa) y la Gerencia Regional de Salud (Geresa) incrementen las intervenciones para erradicar el mosquito transmisor, y especialmente para educar a la población a combatir esta enfermedad.



La Voz Cix
16 de junio de 2023

#LaVictoria HACE MINUTOS SERENOS DE LA VICTORIA EVITAN INCENDIO DE GRAN MAGNITUD EN COLEGIO

En una valerosa acción y poniendo en riesgo su integridad, serenos de la Municipalidad Distrital de La Victoria evitaron un incendio de gran magnitud en la institución educativa El Peregrino.

Tras recibir la llamada en la base de Serenazgo los agentes Yory Quispe Saavedra y Clemente Rojas Perales llegaron hasta las instalaciones del colegio ubicado en la cuadra 10 de la calle Manco Inca.

En el tercer piso de la escuela particular se había iniciado un incendio, al parecer por el recalentamiento de un ventilador que dejaron enchufado. Sin dudar, los valerosos serenos con apoyo de cuatro extintores ingresaron al ambiente y lograron controlar el incendio, evitando que se propague por otros ambientes lo cual hubiera ocasionado lamentables consecuencias.

Hasta el lugar también llegaron los bomberos para terminar de controlar la emergencia.





Qñthony Weed y 612 others 41 comentarios 68 veces compartido

Me gusta Comentar Enviar Compartir

Anexo 04: Evidencia de aplicación de instrumentos



GOBIERNO REGIONAL LAMBAYEQUE
EDUCACIÓN FERREÑAFE
DIRECCIÓN : UGEL FERREÑAFE

Firmado digitalmente por JIMENEZ PEREZ Gloria Elizabeth PER 1630478
Fecha: 27/05/2024 16:32:04
Correo: dalvaradole@unprg.edu.pe

OFICIO N° 002401-2024-GR.LAMB/GRED/UGEL.FERR [515378251 - 1]
ALVARADO LEON DANIEL EDGAR
DNI: 32941968
USUARIO
FERREÑAFE

Correo: dalvaradole@unprg.edu.pe Celular: 952050247

ASUNTO: AUTORIZACIÓN PARA REALIZAR INVESTIGACIÓN
REFERENCIA: EXPEDIENTE N°515378251-0

Es grato dirigirme a usted, para expresarle mi cordial saludo y, al mismo tiempo hacerle conocer lo siguiente:

Que, en atención al documento de la referencia usted solicita la autorización para realizar la investigación, en esta Unidad Ejecutora Ugel Ferreñafe, y teniendo en cuenta la importancia y relevancia social de su investigación, mi despacho AUTORIZA realizar la investigación sobre "ANÁLISIS DEL RECONOCIMIENTO DE FAKE NEWS EN FACEBOOK POR DOCENTES DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS PÚBLICAS DEL DISTRITO DE FERREÑAFE 2024". Debiendo coordinar con la Oficina de Recursos Humanos de esta UGEL, a efectos de brindarle todas las facilidades para realizar dicha investigación.

Es propicia la oportunidad para expresarle mi consideración y estima.

Atentamente,

Firmado digitalmente
GLORIA ELIZABETH JIMENEZ PEREZ
DIRECTORA UGEL FERREÑAFE
Fecha y hora de proceso: 27/05/2024 - 16:32:04

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por Gobierno Regional Lambayeque, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 029-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://sigadigital.regionlambayeque.gob.pe/verificar>

VoBo electrónico de:
- AREA DE RECURSOS HUMANOS UGEL FERR
JOSE JHONY FARIAN SALAZAR
COORDINADOR DE RECURSOS HUMANOS
2024-05-27 14:54:52-05

RECIBIDO
Expediente: 515378251-0
Fecha: 28-05-24
Hora: 10:14
Nota: [Firma]

GOBIERNO REGIONAL LAMBAYEQUE
EDUCACIÓN FERREÑAFE
DIRECCIÓN : UGEL FERREÑAFE

Firmado digitalmente por JIMENEZ PEREZ Gloria Elizabeth PER 1630478
Fecha: 27/05/2024 16:32:04
Correo: dalvaradole@unprg.edu.pe

OFICIO N° 002401-2024-GR.LAMB/GRED/UGEL.FERR [515378251 - 1]
ALVARADO LEON DANIEL EDGAR
DNI: 32941968
USUARIO
FERREÑAFE

Correo: dalvaradole@unprg.edu.pe Celular: 952050247

ASUNTO: AUTORIZACIÓN PARA REALIZAR INVESTIGACIÓN
REFERENCIA: EXPEDIENTE N°515378251-0

Es grato dirigirme a usted, para expresarle mi cordial saludo y, al mismo tiempo hacerle conocer lo siguiente:

Que, en atención al documento de la referencia usted solicita la autorización para realizar la investigación, en esta Unidad Ejecutora Ugel Ferreñafe, y teniendo en cuenta la importancia y relevancia social de su investigación, mi despacho AUTORIZA realizar la investigación sobre "ANÁLISIS DEL RECONOCIMIENTO DE FAKE NEWS EN FACEBOOK POR DOCENTES DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS PÚBLICAS DEL DISTRITO DE FERREÑAFE 2024". Debiendo coordinar con la Oficina de Recursos Humanos de esta UGEL, a efectos de brindarle todas las facilidades para realizar dicha investigación.

Es propicia la oportunidad para expresarle mi consideración y estima.

Atentamente,

Firmado digitalmente
GLORIA ELIZABETH JIMENEZ PEREZ
DIRECTORA UGEL FERREÑAFE
Fecha y hora de proceso: 27/05/2024 - 16:32:04

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por Gobierno Regional Lambayeque, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 029-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://sigadigital.regionlambayeque.gob.pe/verificar>

VoBo electrónico de:
- AREA DE RECURSOS HUMANOS UGEL FERR
JOSE JHONY FARIAN SALAZAR
COORDINADOR DE RECURSOS HUMANOS
2024-05-27 14:54:52-05

RECIBIDO
Expediente: 515378251-0
Fecha: 28-05-24
Hora: 10:14
Nota: [Firma]

GOBIERNO REGIONAL LAMBAYEQUE
EDUCACIÓN FERREÑAFE
DIRECCIÓN : UGEL FERREÑAFE

Firmado digitalmente por JIMENEZ PEREZ Gloria Elizabeth PER 1630478
Fecha: 27/05/2024 16:32:04
Correo: dalvaradole@unprg.edu.pe

OFICIO N° 002401-2024-GR.LAMB/GRED/UGEL.FERR [515378251 - 1]
ALVARADO LEON DANIEL EDGAR
DNI: 32941968
USUARIO
FERREÑAFE

Correo: dalvaradole@unprg.edu.pe Celular: 952050247

ASUNTO: AUTORIZACIÓN PARA REALIZAR INVESTIGACIÓN
REFERENCIA: EXPEDIENTE N°515378251-0

Es grato dirigirme a usted, para expresarle mi cordial saludo y, al mismo tiempo hacerle conocer lo siguiente:

Que, en atención al documento de la referencia usted solicita la autorización para realizar la investigación, en esta Unidad Ejecutora Ugel Ferreñafe, y teniendo en cuenta la importancia y relevancia social de su investigación, mi despacho AUTORIZA realizar la investigación sobre "ANÁLISIS DEL RECONOCIMIENTO DE FAKE NEWS EN FACEBOOK POR DOCENTES DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS PÚBLICAS DEL DISTRITO DE FERREÑAFE 2024". Debiendo coordinar con la Oficina de Recursos Humanos de esta UGEL, a efectos de brindarle todas las facilidades para realizar dicha investigación.

Es propicia la oportunidad para expresarle mi consideración y estima.

Atentamente,

Firmado digitalmente
GLORIA ELIZABETH JIMENEZ PEREZ
DIRECTORA UGEL FERREÑAFE
Fecha y hora de proceso: 27/05/2024 - 16:32:04

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por Gobierno Regional Lambayeque, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 029-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://sigadigital.regionlambayeque.gob.pe/verificar>

VoBo electrónico de:
- AREA DE RECURSOS HUMANOS UGEL FERR
JOSE JHONY FARIAN SALAZAR
COORDINADOR DE RECURSOS HUMANOS
2024-05-27 14:54:52-05

12/07/24
H: 10:14
[Firma]

GOBIERNO REGIONAL LAMBAYEQUE
EDUCACIÓN FERREÑAFE
DIRECCIÓN : UGEL FERREÑAFE

Firmado digitalmente por JIMENEZ PEREZ Gloria Elizabeth PER 1630478
Fecha: 27/05/2024 16:32:04
Correo: dalvaradole@unprg.edu.pe

OFICIO N° 002401-2024-GR.LAMB/GRED/UGEL.FERR [515378251 - 1]
ALVARADO LEON DANIEL EDGAR
DNI: 32941968
USUARIO
FERREÑAFE

Correo: dalvaradole@unprg.edu.pe Celular: 952050247

ASUNTO: AUTORIZACIÓN PARA REALIZAR INVESTIGACIÓN
REFERENCIA: EXPEDIENTE N°515378251-0

Es grato dirigirme a usted, para expresarle mi cordial saludo y, al mismo tiempo hacerle conocer lo siguiente:

Que, en atención al documento de la referencia usted solicita la autorización para realizar la investigación, en esta Unidad Ejecutora Ugel Ferreñafe, y teniendo en cuenta la importancia y relevancia social de su investigación, mi despacho AUTORIZA realizar la investigación sobre "ANÁLISIS DEL RECONOCIMIENTO DE FAKE NEWS EN FACEBOOK POR DOCENTES DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS PÚBLICAS DEL DISTRITO DE FERREÑAFE 2024". Debiendo coordinar con la Oficina de Recursos Humanos de esta UGEL, a efectos de brindarle todas las facilidades para realizar dicha investigación.

Es propicia la oportunidad para expresarle mi consideración y estima.

Atentamente,

Firmado digitalmente
GLORIA ELIZABETH JIMENEZ PEREZ
DIRECTORA UGEL FERREÑAFE
Fecha y hora de proceso: 27/05/2024 - 16:32:04

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por Gobierno Regional Lambayeque, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 029-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://sigadigital.regionlambayeque.gob.pe/verificar>

VoBo electrónico de:
- AREA DE RECURSOS HUMANOS UGEL FERR
JOSE JHONY FARIAN SALAZAR
COORDINADOR DE RECURSOS HUMANOS
2024-05-27 14:54:52-05

12-07-2024
Recibido

OFICIO N° 002401-2024-GR.LAMB.GREDUGEL.FERR [515378251 - 1]

ALVARADO LEON DANIEL EDGAR
DNI: 32941968
USUARIO
FERREÑAFE

Correo: dalvarado@unprg.edu.pe

Celular: 952050247

ASUNTO: AUTORIZACIÓN PARA REALIZAR INVESTIGACIÓN

REFERENCIA: EXPEDIENTE N°515378251-0

Es grato dirigirme a usted, para expresarle mi cordial saludo y, al mismo tiempo hacerle conocer lo siguiente:

Que, en atención al documento de la referencia usted solicita la autorización para realizar la investigación, en esta Unidad Ejecutora Ugel Ferreñafe, y teniendo en cuenta la importancia y relevancia social de su investigación, mi despacho AUTORIZA realizar la investigación sobre "ANÁLISIS DEL RECONOCIMIENTO DE FAKE NEWS EN FACEBOOK POR DOCENTES DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS PÚBLICAS DEL DISTRITO DE FERREÑAFE 2024". Debiendo coordinar con la Oficina de Recursos Humanos de esta UGEL, a efectos de brindarle todas las facilidades para realizar dicha investigación.

Es propicia la oportunidad para expresarle mi consideración y estima.

Atentamente,

Firmado digitalmente
GLORIA ELIZABETH JIMENEZ PEREZ
DIRECTORA UGEL FERREÑAFE
Fecha y hora de proceso: 27/05/2024 - 16:32:04

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por Gobierno Regional Lambayeque, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser comprobadas a través de la siguiente dirección web: <https://sigeped3.regional.lambayeque.gob.pe/verificar/>

Vuelto electrónico de:
- ÁREA DE RECURSOS HUMANOS UGEL FERR
JOSE JHONNY FARFAN SALAZAR
COORDINADOR DE RECURSOS HUMANOS
2024-05-27 16:54:09



"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

Solicito: Autorización para la aplicación de Instrumento de investigación

Dir. Alejandro Ramos Mena

Director de la I. E. Manuel Antonio Mesones Muro

Presente.

Quienes le saludan, JOEL VALENTIN EUGENIO VARGAS con DNI 72936345 y JOSE FERNANDO SANDOVAL QUESQUEN con DNI 75938944, bachilleres de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo de la Facultad Ciencias Histórico Sociales y Educación, con el debido respeto por medio del presente solicitamos formalmente lo siguiente:

En nuestra calidad de investigadores del proyecto de investigación titulado "Análisis del reconocimiento de fake news en Facebook por docentes de las instituciones educativas públicas del distrito de Ferreñafe 2024", solicitamos autorización para la aplicación de un instrumento de investigación a los docentes de la institución que usted dirige.

Sobre el instrumento, se aplicará un cuestionario bajo la técnica de encuesta que consta de 14 preguntas a un total de 10 docentes. Dicho instrumento ha sido evaluado y aprobado por expertos en periodismo.

Con el fin de agilizar el trabajo de investigación rogamos a usted brinde la atención correspondiente, dado que el proyecto mencionado explora las capacidades de los docentes y su habilidad para relacionarse en medios digitales y educativos.

Por la atención que brinde a la presente quedo de Ud., agradecido.

Ferreñafe, julio 12 de 2024

Atentamente,

DR. DANIEL EDGAR ALVARADO LEÓN
ASESOR

EUGENIO VARGAS JOEL VALENTIN
Investigador

SANDOVAL QUESQUEN FERNANDO JOSE
Investigador



OFICIO N° 002401-2024-GR.LAMB.GREDUGEL.FERR [515378251 - 1]

ALVARADO LEON DANIEL EDGAR
DNI: 32941968
USUARIO
FERREÑAFE

Correo: dalvarado@unprg.edu.pe

Celular: 952050247

ASUNTO: AUTORIZACIÓN PARA REALIZAR INVESTIGACIÓN

REFERENCIA: EXPEDIENTE N°515378251-0

Es grato dirigirme a usted, para expresarle mi cordial saludo y, al mismo tiempo hacerle conocer lo siguiente:

Que, en atención al documento de la referencia usted solicita la autorización para realizar la investigación, en esta Unidad Ejecutora Ugel Ferreñafe, y teniendo en cuenta la importancia y relevancia social de su investigación, mi despacho AUTORIZA realizar la investigación sobre "ANÁLISIS DEL RECONOCIMIENTO DE FAKE NEWS EN FACEBOOK POR DOCENTES DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS PÚBLICAS DEL DISTRITO DE FERREÑAFE 2024". Debiendo coordinar con la Oficina de Recursos Humanos de esta UGEL, a efectos de brindarle todas las facilidades para realizar dicha investigación.

Es propicia la oportunidad para expresarle mi consideración y estima.

Atentamente,

Firmado digitalmente
GLORIA ELIZABETH JIMENEZ PEREZ
DIRECTORA UGEL FERREÑAFE
Fecha y hora de proceso: 27/05/2024 - 16:32:04

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por Gobierno Regional Lambayeque, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser comprobadas a través de la siguiente dirección web: <https://sigeped3.regional.lambayeque.gob.pe/verificar/>

Vuelto electrónico de:
- ÁREA DE RECURSOS HUMANOS UGEL FERR
JOSE JHONNY FARFAN SALAZAR
COORDINADOR DE RECURSOS HUMANOS
2024-05-27 16:54:09

Recibido
14/07/2024
H. J. J.

Anexo 05: Juicio de Expertos



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
Facultad de Ciencias Histórico Sociales y Educación
Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación



VALIDEZ DE CONTENIDO MEDIANTE EL MÉTODO JUICIO DE EXPERTOS"

Respetado juez:

Usted ha sido seleccionado para valorar el instrumento denominado: Encuesta. La evaluación del mismo es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de este sean utilizados eficientemente; aportando a la línea de investigación Ciencias sociales del Programa Académico de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Pedro Ruiz Gallo.

En la siguiente tabla se presentan los criterios a considerar para evaluar los ítems del instrumento.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (No cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (Bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (Moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (Alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.

RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

1. Mg. Granados Rodríguez Renato

1. Formato de validación para encuesta

Lea con detenimiento los ítems y calificar en una **escala de 1 a 4 su valoración**, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinentes:

VARIABLE	DIMENSIÓN	ÍTEM	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIONES/ RECOMENDACIONES
Reconocimiento de <i>fake news</i>	Educación	¿Considera que está capacitado para identificar noticias falsas?	3	4	4	
		¿Ha llevado algún taller o curso sobre reconocimiento de noticias falsas en medios digitales?	3	4	4	
	Cultura	¿Cómo usted identificaría una noticia falsa?	3	4	4	
		¿Cuál cree que es el origen de las noticias falsas?	3	4	4	
		¿Suele comentar las noticias leídas con su entorno social?	4	4	4	



	Interés	¿Cuál es el tema de su preferencia a la hora de consumir noticias?	4	4	4	
		¿Qué lo lleva a consumir este tipo de noticias?	4	4	4	
		¿Comprueba la veracidad de las noticias que consume?	3	4	4	
		¿Cuáles son los medios que más visita/consume para informarse de noticias locales?	4	4	4	
	Pensamiento Crítico	¿Qué es lo que más valora de un medio?	4	4	4	
		¿Qué analiza cuando lee una noticia?	4	4	4	
	Experiencia	¿Suele ver noticias que considera falsas en las redes sociales?	3	4	4	
		¿Alguna vez ha sido víctima de noticias falsas?	3	4	4	
		¿De qué manera interactúa con las noticias que visualiza?	3	4	4	

2. Datos referenciales del experto.

- Nombre y Apellidos: Renato de Jesús Granados Rodríguez
- Centro laboral: Comunicador en Sunass, Docente universitario
- Título profesional: Comunicador Social
- Grado académico y mención: Mg. en Gestión Pública

3. Conclusión de la evaluación.



Firma del experto

DNI 42863928
Teléfono N°992 502 064

4. Formato de validación para Guía de Observación

Lea con detenimiento los ítems y calificar en una **escala de 1 a 4 su valoración**, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinentes:

Variable	Dimensión	ÍTEMS	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIONES/ RECOMENDACIONES
Medios digitales	Oferta periodística	Géneros periodísticos	4	4	4	
		Formatos	4	4	4	
	Fuentes de información	Citas de fuentes	4	4	4	
		Hipervínculos	4	4	4	
	Interacción	Reacciones	4	4	4	
		Comentarios	4	4	4	
		Compartidas	4	4	4	
	Reputación	Tratamiento informativo	4	4	4	
		Ética periodística	4	4	4	
	Multimedialidad	Audio	4	4	4	
		Gráfico	4	4	4	
		Audiovisual	4	4	4	

2. Datos referenciales del experto.

- Nombre y Apellidos: Renato de Jesús Granados Rodríguez
- Centro laboral: Comunicador en Sunass, Docente universitario
- Título profesional: Comunicador Social
- Grado académico y mención: Mg. en Gestión Pública

3. Conclusión de la evaluación.



Firma del experto

DNI 42863928
Teléfono N°992 502 064

2. Dr. Damian Chapoñan Manuel Alejandro



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
Facultad de Ciencias Histórico Sociales y Educación
Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación



VALIDEZ DE CONTENIDO MEDIANTE EL MÉTODO JUICIO DE EXPERTOS"

Respetado juez:

Usted ha sido seleccionado para valorar el instrumento denominado: Encuesta. La evaluación del mismo es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de este sean utilizados eficientemente; aportando a la línea de investigación Ciencias sociales del Programa Académico de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Pedro Ruiz Gallo.

En la siguiente tabla se presentan los criterios a considerar para evaluar los ítems del instrumento.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (No cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (Bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (Moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (Alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.

1. Formato de validación para encuesta

Lea con detenimiento los ítems y calificar en una **escala de 1 a 4 su valoración**, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinentes:

VARIABLE	DIMENSIÓN	ÍTEM	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIONES/ RECOMENDACIONES
Reconocimiento de fake news	Educación	¿Considera que está capacitado para identificar noticias falsas?	4	3	4	
		¿Ha llevado algún taller o curso sobre reconocimiento de noticias falsas en medios digitales?	4	3	4	
	Cultura	¿Cómo usted identificaría una noticia falsa?	4	3	3	
		¿Cuál cree que es el origen de las noticias falsas?	4	3	4	
		¿Suele comentar las noticias leídas con su entorno social?	4	3	4	

	Interés	¿Cuál es el tema de su preferencia a la hora de consumir noticias?	4	4	3	
		¿Qué lo lleva a consumir este tipo de noticias?	4	3	4	
		¿Comprueba la veracidad de las noticias que consume?	4	3	4	
		¿Cuáles son los medios que más visita/consume para informarse de noticias locales?	3	4	3	
	Pensamiento Crítico	¿Qué es lo que más valora de un medio?	3	4	3	
		¿Qué analiza cuando lee una noticia?	4	3	4	
	Experiencia	¿Suele ver noticias que considera falsas en las redes sociales?	3	4	4	
		¿Alguna vez ha sido víctima de noticias falsas?	4	3	4	
		¿De qué manera interactúa con las noticias que visualiza?	4	4	3	

2. Datos referenciales del experto.

- Nombre y Apellidos: DAMIÁN CHAPOÑÁN MANUEL
- Centro laboral: MINISTERIO DE EDUCACIÓN- CORAR
- Título profesional: CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
- Grado académico y mención: ESTUDIO DE DOCTORADO EN DOCENCIA UNIVERSITARIA

3. Conclusión de la evaluación.

INSTRUMENTO PERTINENTE PARA LA INVESTIGACIÓN

.....
Firma del experto

DNI 45443154 Teléfono N° 995924393

4. Formato de validación para Guía de Observación

Lea con detenimiento los ítems y calificar en una **escala de 1 a 4 su valoración**, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinentes:

Variable	Dimensión	ÍTEM	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIONES/ RECOMENDACIONES
Medios digitales	Oferta periodística	Géneros periodísticos	4	3	4	
		Formatos	4	3	4	
	Fuentes de información	Citas de fuentes	3	4	3	
		Hipervínculos	4	3	3	
	Interacción	Reacciones	4	4	4	
		Comentarios	3	3	4	
		Compartidas	4	3	4	
	Reputación	Tratamiento informativo	4	3	4	
		Ética periodística	4	3	4	
	Multimedialidad	Audio	4	3	4	
		Gráfico	4	3	4	
		Audiovisual	3	4	4	

2. Datos referenciales del experto.

- Nombre y Apellidos: DAMIÁN CHAPOÑAN MANUEL
- Centro laboral: MINISTERIO DE EDUCACIÓN- CORAR
- Título profesional: CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
- Grado académico y mención: ESTUDIO DE DOCTORADO EN DOCENCIA UNIVERSITARIA

3. Conclusión de la evaluación.

INSTRUMENTO PERTINENTE PARA LA INVESTIGACIÓN

.....
Firma del experto

DNI 45443154 Teléfono N° 995924393

3. Lic. Paredes Garboza Giancarlo



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
Facultad de Ciencias Histórico Sociales y Educación
Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación



VALIDEZ DE CONTENIDO MEDIANTE EL MÉTODO JUICIO DE EXPERTOS"

Respetado juez:

Usted ha sido seleccionado para valorar el instrumento denominado: Encuesta. La evaluación del mismo es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de este sean utilizados eficientemente; aportando a la línea de investigación Ciencias sociales del Programa Académico de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Pedro Ruíz Gallo.

En la siguiente tabla se presentan los criterios a considerar para evaluar los ítems del instrumento.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (No cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (Bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (Moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (Alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.

1. Formato de validación para encuesta

Lea con detenimiento los ítems y calificar en una **escala de 1 a 4 su valoración**, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinentes:

VARIABLE	DIMENSIÓN	ÍTEM	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIONES/ RECOMENDACIONES
Reconocimiento de fake news	Educación	¿Considera que está capacitado para identificar noticias falsas?	4	4	4	
		¿Ha llevado algún taller o curso sobre reconocimiento de noticias falsas en medios digitales?	4	4	4	
	Cultura	¿Cómo usted identificaría una noticia falsa?	4	4	4	
		¿Cuál cree que es el origen de las noticias falsas?	4	4	4	
		¿Suele comentar las noticias leídas con su entorno social?	4	4	4	

	Interés	¿Cuál es el tema de su preferencia a la hora de consumir noticias?	4	4	4	
		¿Qué lo lleva a consumir este tipo de noticias?	3	3	4	
		¿Comprobar la veracidad de las noticias que consume?	4	4	4	
		¿Cuáles son los medios que más visita/consume para informarse de noticias locales?	4	4	4	
	Pensamiento Crítico	¿Qué es lo que más valora de un medio?	3	4	4	
		¿Qué analiza cuando lee una noticia?	2	2	4	¿Qué analiza cuando consume una noticia?
	Experiencia	¿Suele ver noticias que considera falsas en las redes sociales?	4	4	4	
		¿Alguna vez ha sido víctima de noticias falsas?	4	4	4	
		¿De qué manera interactúa con las noticias que visualiza?	4	4	4	

2. Datos referenciales del experto.

- Nombre y Apellidos: Giancarlo Paredes Garboza
- Centro laboral: Docente Universitario en USAT, Periodista en América Tv sede Chiclayo
- Título profesional: Comunicador Social
- Grado académico y mención: Lic. Ciencias de la Comunicación

3. Conclusión de la evaluación.

Replantear pregunta número 6 _____

.....
Firma del experto

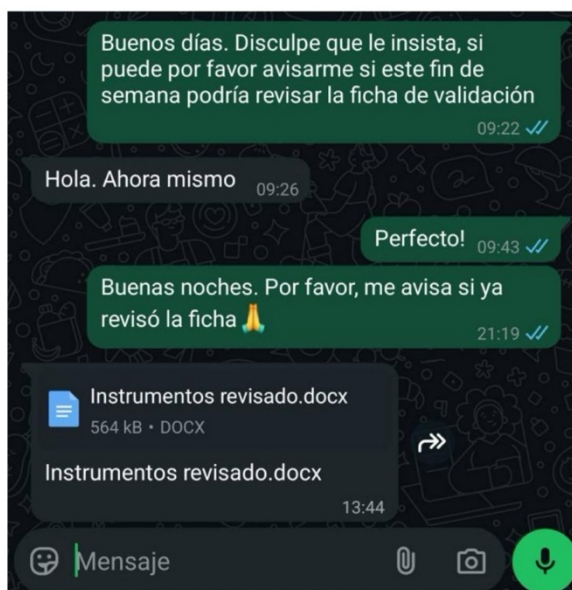
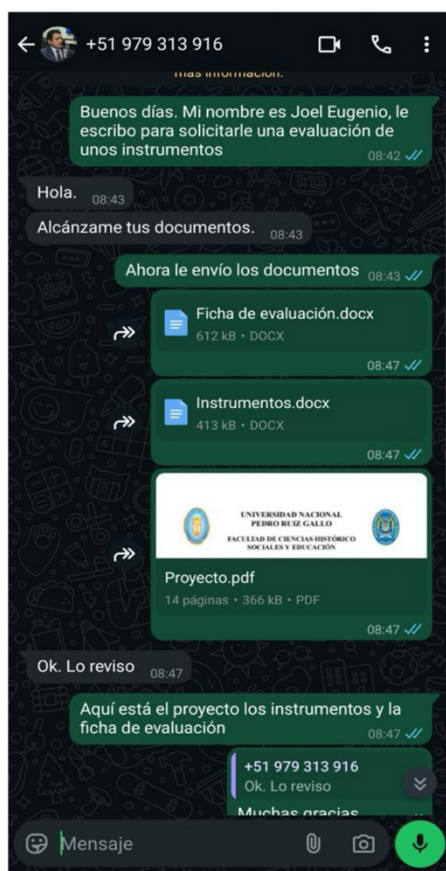
DNI 42666667 Teléfono N° 979313916

4. Formato de validación para Guía de Observación

Lea con detenimiento los ítems y calificar en una **escala de 1 a 4 su valoración**, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinentes:

Variable	Dimensión	Aspectos Observados	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Red social	Oferta periodística	1. Emplea el género y formato respectivo para la noticia.	4	4	4	
		2. Da seguimiento a la información	4	4	4	
	Fuentes de información	3. Se sirve de fuentes, citas e hipervínculos para complementar el hecho.	4	4	4	
	Interacción	4. Interacción de los usuarios ante la publicación en Facebook	4	4	4	
	Reputación	5. Tratamiento informativo	4	4	4	
		6. Ética periodística del medio	4	4	4	
	Multimedialidad	7. Recursos multimedia utilizados por el medio	4	4	4	

***Observación:** El presente instrumento fue evaluado por un periodista especializado en la materia, cuya revisión aportó una perspectiva crítica y fundamentada. Si bien por razones administrativas no se pudo consignar su firma, se cuenta con evidencia documental que confirma la interacción y el análisis realizado, garantizando así la validez y el rigor académico del proceso.



Anexo 06: Coeficiente V de Aiken por instrumentos

Ítem	Experto N°1	Experto N°2	Experto N°3	$\bar{x}$	V de Aiken
1	3	4	4	3,67	0,89
2	3	4	4	3,67	0,89
3	3	4	4	3,67	0,89
4	3	4	4	3,67	0,89
5	4	4	4	4	1
6	4	4	4	4	1
7	4	4	3	3,67	0,89
8	3	4	4	3,67	0,89
9	4	4	4	3,67	0,89
10	4	3	3	3,33	0,78
11	4	3	2	3,33	0,78
12	3	4	4	3,33	0,78
13	3	3	4	3,67	0,89
14	3	4	4	3,67	0,89
1	4	4	4	3,67	0,89
2	4	3	4	3,67	0,89
3	4	3	4	3,67	0,89
4	4	3	4	3,67	0,89
5	4	3	4	3,67	0,89
6	4	4	4	4	1
7	4	3	4	3,33	0,78
8	4	3	4	3,67	0,89
9	4	4	4	4	1
10	4	4	4	4	1
11	4	4	2	3	0,67
12	4	4	4	4	1
13	4	3	4	3,67	0,89
14	4	4	4	4	1
1	4	4	4	4	1
2	4	4	4	4	1
3	4	3	4	3,67	0,89
4	4	4	4	4	1
5	4	4	4	4	1
6	4	3	4	3,67	0,89
7	4	4	4	4	1
8	4	4	4	4	1
9	4	3	4	3,67	0,89
10	4	3	4	3,67	0,89
11	4	4	4	4	1
12	4	4	4	4	1
13	4	4	4	4	1
14	4	3	4	3,67	0,89

Resultados del test de Aiken aplicado al cuestionario
Elaboración propia

Ítem	Experto N°1	Experto N°2	Experto N°3	$\bar{x}$	V de Aiken
1	4	4	4	4	1
2	4	4	4	4	1
3	4	3	4	3,67	0,89
4	4	4	4	4	1
5	4	4	4	4	1
6	4	3	4	3,67	0,89
7	4	4	4	4	1
8	4	4	4	4	1
9	4	4	4	4	1
10	4	4	4	4	1
11	4	4	4	4	1
12	4	3	4	3,67	0,89
1	4	3	4	3,67	0,89
2	4	3	4	3,67	0,89
3	4	4	4	4	1
4	4	3	4	3,67	0,89
5	4	4	4	4	1
6	4	3	4	3,67	0,89
7	4	3	4	3,67	0,89
8	4	3	4	3,67	0,89
9	4	3	4	3,67	0,89
10	4	3	4	3,67	0,89
11	4	3	4	3,67	0,89
12	4	4	4	4	1
1	4	4	4	4	1
2	4	4	4	4	1
3	4	3	4	3,67	0,89
4	4	3	4	3,67	0,89
5	4	4	4	4	1
6	4	4	4	4	1
7	4	4	4	4	1
8	4	4	4	4	1
9	4	4	4	4	1
10	4	4	4	4	1
11	4	4	4	4	1
12	4	4	4	4	1

Resultados del test de Aiken aplicado a la guía de observación
Elaboración propia

Las tablas anteriores muestran los resultados de acuerdo a los puntajes obtenidos del juicio de expertos, su promedio por ítem ($\bar{x}$) y el coeficiente V de Aiken que responde a la validez. De estos datos se obtuvo los resultados generales para los instrumentos:

Instrumento	Variable	Validación
Cuestionario	Reconocimiento de <i>fake news</i>	0.92
Guía de observación	Red social	0.96

Se concluye que los resultados obtenidos de los instrumentos responden a una alta validez según lo establece la escala del coeficiente V de Aiken:

Baja validez: menor a 0.60

Validez moderada: 0.60 - 0.79

Alta validez: 0.80 - 1