



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**INFLUENCIA DE LAS “FAKE NEWS” EN LA OPINIÓN DE LOS
ADULTOS DE 50 A 65 AÑOS DEL DISTRITO DE SAN MIGUEL
SOBRE EL CORONAVIRUS**

PRESENTADO POR
JORGE ALFREDO PACASI TIRADO

ASESOR
DICK RONALD CÁCERES NAVARRO

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

LIMA – PERÚ

2020



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y
PSICOLOGÍA**

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**INFLUENCIA DE LAS “FAKE NEWS” EN LA OPINIÓN DE LOS
ADULTOS DE 50 A 65 AÑOS DEL DISTRITO DE SAN MIGUEL
SOBRE EL CORONAVIRUS**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO
DE BACHILLER EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

PRESENTADO POR:

JORGE ALFREDO PACASI TIRADO

ASESOR:

MAG. DICK RONALD CÁCERES NAVARRO

LIMA-PERÚ

2020

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	IV
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
1.1 Formulación del problema	7
1.2 Objetivos de la investigación	7
Justificación de la investigación	8
Limitaciones	9
Viabilidad de la investigación	9
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	10
2.1 Antecedentes de la investigación	10
2.1.1 Antecedentes Internacionales.....	10
2.1.2 Antecedentes Nacionales.....	15
2.2 Bases Teóricas.....	18
2.2.1 Fake News:	18
2.2.1.1 Objetividad.....	19
2.2.1.2 Evidencia	20
2.2.1.3 Masificación.....	20
2.2.2 Opinión.....	21
2.2.2.1 Argumento:.....	21
2.2.2.2 Lógica:	22

2.2.2.3	Certeza	24
2.3	Definiciones Conceptuales	25
CAPÍTULO III: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA		27
CONCLUSIONES		28
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:.....		29

INTRODUCCIÓN

La opinión es un acto natural del ser humano y le permite a éste discernir la realidad que lo rodea para luego tomar acción sobre ella. El fenómeno de que las personas estén recibiendo información manipulada o directamente falsa no es algo nuevo y exclusivo de nuestra era, existía ya desde el oscurantismo en la época medieval y desde mucho antes cualquier tipo de manipulación de los hechos a la hora de informar, siempre ha sido una amenaza para que el hombre pueda interactuar más armoniosamente con su entorno social.

Pero cómo es posible que la especie humana que ha logrado grandes hazañas por su capacidad de supervivencia gracias a su inteligencia, pueda caer en desinformaciones tan absurdas llegado al punto de creer en cosas de las cuales no tiene prueba ni racional ni experimental.

En la presente investigación se abarcará específicamente la desinformación a través de las llamadas “fake news” en el contexto de la pandemia mundial declarada por la Organización Mundial de la Salud (OMS) durante el año 2020 por causa del virus SARS-CoV-2, comúnmente llamado coronavirus.

CAPÍTULO I:

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

DESCRIPCION DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

Dentro del contexto de la crisis sanitaria que ha causado el contagio a nivel global del SARS-CoV-2, también conocido como COVID-19 o Coronavirus; también se ha desatado crisis sociales, económicas y políticas en distintas partes del mundo que han provocado pánico en el grueso de la población mundial. Refiriéndonos, específicamente a nivel social, se ha aumentado una necesidad por información por parte de la población, ya que el confinamiento los ha mantenido sin muchas opciones más que observar cómo se gestiona la solución a la crisis sanitaria por parte de los gobiernos correspondientes de cada país a la par del desarrollo de las vacunas por parte de los laboratorios más importantes de mundo.

Es en base a esto que se ha formado unas series de circunstancias que han facilitado el desarrollo progresivo del fenómeno conocido como desinformación, impulsado principalmente por las “fake news” o noticias falsas. Es justamente la situación del confinamiento que ha empujado a las personas a estar más que nunca conectados a internet y es dentro de aquí en donde la masificación y velocidad de los mensajes transmitidos pueden provocar sesgos cognitivos en las personas que consumen información por este medio.

Además, dentro de las redes sociales, la masiva interacción de personas y el intercambio de mensajes que hacen, logran crear un ruido en el pasar de la información que hace que esta sea, a veces, totalmente diferente a lo que comunicó la fuente original de la noticia.

Muchos individuos o grupos de personas han esparcido estas noticias falsas, por diversos propósitos, generalmente económicos debido a que existen diversas formas de ingreso monetario en internet que dependen del alcance en bruto de páginas, blogs, post, etc. Aunque también existen variedad de casos en los cuales lo hacen por la simple generación de pánico para entretenimiento de algunos o para crear un hecho anecdótico, como es el caso del falso «científico» peruano que decía trabajar en una vacuna contra COVID-19 en China y que terminó llegando a diversos medios de información masivos en televisión como ATV Noticias o América Noticias, en donde fue entrevistado en vivo.

La comunicación digital es parte importante actual de la sociedad y durante toda la historia de la humanidad, la información siempre ha sido manipulada, sin embargo, es debido al progresivo avance en el consumo de información periodística a través de redes sociales, que ahora representa el 45% de los medios consumidos en el Perú según IPSOS, este fenómeno desinformativo ha evolucionado.

Según un estudio publicado en la revista 'Science Advances', las personas de 65 años o más, comparten artículos de "fake news" con mayor frecuencia en las redes sociales, concluye la investigación, de la Universidad de Princeton y la Universidad de Nueva York. Esto demuestra que la población adulta puede ser blanco de esta tergiversación de la verdad en cualquier parte del mundo.

Es por todo lo anteriormente planteado que se debe investigar y proponer soluciones ante esta gran problemática, en especial para la población adulta que no es nativa digital y que no está totalmente preparada para afrontar y

diferenciar el contenido de internet, debido a su poca experiencia de uso con las nuevas tecnologías para recibir información.

1.1 Formulación del problema

1.1.1 Problema general

¿Por qué la opinión sobre el coronavirus, de los adultos de 50 a 65 años del distrito de San Miguel, es influenciada por las “Fake News”?

1.1.2 Problemas específicos

¿Cuáles son los medios donde los adultos de 50 a 65 años del distrito de San Miguel son alcanzados por “Fake News”?

¿Cuántas de las “Fake News” creen, los adultos de 50 a 65 años del distrito de San Miguel, que es información verdadera?

¿Con cuál criterio diferencian, los adultos de 50 a 65 años del distrito de San Miguel, entre “Fake News” e información real?

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo general

Conocer la influencia de las “Fake News” en la opinión de los adultos de 50 a 65 años del distrito de San Miguel sobre el coronavirus.

1.2.2 Objetivos específicos

Evaluar los medios por los cuales los adultos de 50 a 65 años del distrito de San Miguel son alcanzados por “Fake News”.

Determinar la cantidad de “Fake News” que los adultos de 50 a 65 años del distrito de San Miguel creen que es verdadera.

Descubrir el criterio con el cual los adultos de 50 a 65 años del distrito de San Miguel diferencian entre “Fake News” e información real.

Justificación de la investigación

El virus SARS-CoV-2, comúnmente conocido como “coronavirus”, azotó a la especie humana a nivel, social, de salud y económico. Es en base a este contexto, que resulta imperante investigar en diferentes ramas de la ciencia, las consecuencias que ha tenido en las personas para poder tener un panorama más amplio de la situación.

La investigación es importante porque nos permite observar con detalle, como es el proceso de desinformación de las personas y nos brinda un conjunto de alternativas para contrarrestar este fenómeno de información.

A su vez, una población mejor informada, podrá tomar las medidas necesarias para cuidar su salud y poder discriminar entre las noticias veraces y aquellas que solo están para causar pánico entre el público. Además, que las herramientas brindadas en esta investigación, brindarán al público la capacidad de desarrollo del pensamiento crítico.

Limitaciones

Dificultad para entrevistar y encuestar a gran cantidad de personas para reunir la información necesaria para la investigación. Por inconvenientes ocasionados por la cuarentena, también se dificultará el contacto directo con las personas a investigar.

Viabilidad de la investigación

La investigación se mantiene viable gracias a que, a través de internet, se podrá lograr el contacto con el público a investigar y así poder completar la información necesaria para la investigación. Gracias al uso de herramientas como Google Forms, se podrá completar la investigación de manera objetiva.

CAPÍTULO II:

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Antecedentes Internacionales

Del-Fresno-García, Miguel (2019) en su investigación llamada “Desórdenes informativos: sobreexpuestos e infrainformados en la era de la posverdad” nos explica los conceptos básicos para identificar lo que él denomina “desórdenes informativos” y como estos se desarrollan en la sociedad contemporánea. El objetivo del autor es demostrar como la desinformación son creadas intencionalmente para causar duda y controversia entre un público o sector en específico, teniendo la libertad de elegir cualquier tema para desinformar y más propenso en aparecer cuando surge un estado de crisis en cualquier aspecto social, político o cultural. Divididas en ciertas categorías que afectan a la población.

Su metodología se basa en dividir los desórdenes informativos en:

la guerra contra la ciencia desde el ámbito corporativo.

- a) la crisis de los medios de comunicación nacionales y locales post Internet.
- b) el desarrollo de plataformas tecnológicas que han socializado la capacidad de publicar y distribuir contenidos a bajo coste.

c) la crisis de los expertos con su consecuente crisis epistémica

d) los avances en psicología, para explotar las bases psicológicas de los desórdenes informativos, a través de diferentes sesgos cognitivos.

e) un cambio significativo en la forma de entender y ejercer el poder en el siglo XX; para así poder localizar las noticias falsas según su intencionalidad.

En conclusión, el autor logra definir claramente su concepto de “desórdenes informativos” para luego separar los diferentes tipos que hay de estos, aparte de brindaros las herramientas para poder identificar la información verídica. El autor también señala que nos encontramos en una etapa de sobre exposición a la información debido al uso de internet, específicamente refiriéndose al caso de las redes sociales. Así, el autor muestra que los “desórdenes informativos” un riesgo para las democracias liberales debido a la intencionalidad de estas noticias y su rápida propagación en la opinión de la población.

Blanco Alfonso (2019) desarrolla su investigación sobre las noticias falsas en el marco de la investigación de las ciencias sociales, tanto como la política, sociología, comunicación, etc. En el trabajo se usan las bases de datos de (Web of Science, Dialnet Plus) con el propósito de encontrar los temas más importantes

que se han desarrollado en el marco de la investigación sobre las fake news. Con esta revisión bibliográfica sistematizada descriptiva sobre noticias falsas o “fake news”, el autor tiene como objetivo presentar nuevos campos de investigación en torno al fenómeno y contribuir al proceso de refutación y contrastación del terreno de las ciencias sociales y que esta investigación sirva como un siguiente escalón en el análisis y estudio del tema de las “fake news”.

La metodología de esta investigación se basa en la elaboración de un protocolo para la revisión y organización de la literatura, tanto en inglés como en español de las bases de datos antes mencionadas. En el primer paso de este protocolo se hizo una búsqueda a partir de los términos “fake news” y “noticias falsas” entre los artículos de la Web of Science, en Scopus, y en el portal bibliográfico Dialnet Plus. Luego, se procedió a depurar las coincidencias de los artículos que habían aparecido. Finalmente, tomaron ciertos criterios para la organización de los trabajos investigativos, los cuales fueron:

- 1) Año de publicación / frecuencia de publicación.
- 2) Centros/universidades de filiación de los autores.
- 3) Países de publicación de los artículos.
- 4) Área de conocimiento de los artículos.
- 5) Ranking de las revistas con más artículos sobre fake

news.

6) Correlación temática entre descriptores clave.

7) Técnicas de investigación.

En la conclusión, el estudio nos deja demostrado que todavía hay mucho terreno de investigación para el fenómeno de las noticias falsas. Demostrando, en primer lugar, que no existen una gran cantidad de investigación que se dediquen a establecer soluciones para evitar la creación del fenómeno, más bien, la mayoría de soluciones son solo para contrarrestarlo. También, se nos demuestra que en el aspecto iberoamericano aún existe un largo camino de investigación científica sobre este tema.

En la investigación de Igartua, Ortega-Mohedano y Arcila-Calderón (2020) se plantea el objetivo de presentar y analizar todo resultado brindado por la encuesta desarrollada a mediados de marzo a abril, teniendo como objetivo ver el conocimiento del público acerca de la enfermedad y su gravedad misma en épocas de pandemia.

Para el desarrollo del artículo científico, realizaron una encuesta online disponible en la quincena de marzo hasta el 20 de abril del año 2020. Elaboraron cuestionarios anónimos difundidos por las redes sociales más conocidas como: Facebook, Twitter y Whatsapp. En las encuestas tenían como variables el conocimiento del tema, la percepción de la gravedad del caso y su estado mental.

El trabajo concluye que toda información relacionada a la enfermedad del coronavirus se divide en cuatro dimensiones: información especializada sobre la enfermedad en las redes sociales y páginas web, el uso de los medios sociales visuales y escritos. También se observó que, a mayor consumo de información, mayores medidas de prevención tomaba una población.

Sánchez y Pascual (2020) se enfocan en su investigación, sobre la desinformación a principios de la pandemia mundial declarada por la OMS debido al SARS-CoV-2, específicamente por las imágenes que se mostraban sobre la estructura del virus. En el estudio, se planea analizar una muestra virus SARS-CoV-2, que apareció al inicio de esta pandemia en las redes y demostrar su falsedad.

En la metodología se estudiaron todas las imágenes teniendo en cuenta dos parámetros:

- a) Identificación de sus atributos: considerando si las imágenes son fotografías o ilustraciones, si son en blanco y negro o en color y si son de 2 o de 3 dimensiones.
- b) Sus fuentes de origen, dónde estaban publicadas durante el periodo de tiempo seleccionado y anotamos las dos primeras webs que presentaban las imágenes.

Las imágenes falsas predominaron en absolutamente todas las fuentes de información (medios masivos de comunicación), menos la información documentada en enciclopedias o artículos científicos. Se observó que los medios de comunicación, comúnmente, usaban imágenes de stock de pago o libre acceso y en algunas ocasiones retocadas estéticamente.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

Honores (2016) en su investigación “Libertad de expresión en internet: Informaciones falsas que generan polémica en las redes sociales” tiene el objetivo de identificar, analizar y describir la

circulación de informaciones falsas en las redes sociales Twitter y Facebook. También, nos plantea el uso de ciertos criterios o herramientas para poder discriminar la información falsa de la verídica.

El trabajo de investigación se enmarcó en un estudio de tipo cualitativo de datos, extraídos directamente de las plataformas de Facebook y Twitter. También se realizó una encuesta, una entrevista y un análisis de los casos más emblemáticos en el marco de las noticias falsas.

Finalmente, el autor llega a desarrollar la conclusión en varios puntos que son la causa del fenómeno de las noticias falsas, entre ellos: el usuario siempre emitirá un juicio frente a una noticia, las noticias falsas se presentan en diferentes formatos multimedia, el usuario peruano promedio no posee el suficiente conocimiento para evitar ser engañado por las informaciones falsas que pululan en las redes sociales, etc.

En su investigación, Quintanilla, E. (2019) estudia la creación y desarrollo de lo que él llama “microsociedades” y como las “fake news” se alimentan de la validez o credibilidad que le dan éstas a determinadas opiniones o posturas. El autor tiene como objetivo demostrar la existencia y consecuencias de “burbujas

informativas” en la forma en la que los usuarios consumen contenido, siendo condicionados por los algoritmos de Facebook.

El autor usa fuentes estadísticas para poder desarrollar su idea principal, entre las principales destaca Ipsos, mostrando datos de que en el país el 70% afirmaron que los ciudadanos no se preocupan por los hechos, y el 57% afirmó que al menos una vez ha creído en una “fake new”.

El autor concluye señalando la tendencia que se está desarrollando en redes sociales de cómo se están creando cada vez más “microsociedades” aún más pequeñas y específicas. Esto puede traer la consecuencia de sesgar cognitivamente a los usuarios hasta el punto de considerar verídica, solo la información que respalda a su “microsociedad”.

El Ministerio de Salud del Perú (2020) tiene como objetivo informar a la población sobre los principales datos estadísticos que se han dado en el Perú causados por la pandemia del coronavirus. En el informe se resume la información sobre la cantidad de pruebas realizadas, casos confirmados pacientes recuperados y fallecidos.

El ministerio usa un método cualitativo para poder reunir y organizar la información sobre el desarrollo de la pandemia en Perú. La data usada en las estadísticas corresponde al MINSA y al Instituto Nacional de Salud.

Con la información oficial de las fuentes primarias, uno puede desmentir de manera más eficaz y sencilla la falsa información que se propaga a través de los diferentes medios, ya sean digitales, tradicionales o incluso por la comunicación directa entre la población.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Fake News:

Pueden definirse como un anglicismo con el cual es más conocido el concepto de noticias falsas, que vendrían a ser un contenido pseudoperiodístico difundido a través de cualquier medio y cuyo único propósito es la desinformación.

Para Del-Fresno-García (2019), las fake news pueden inclinarse hacia la ciencia por su propio bien e interés corporativo, dando el ejemplo las campañas publicitarias de empresas tabacaleras en Estados Unidos en el año 1954.

Para poder medir y determinar cuáles son fake news y su nivel de impacto en la sociedad, se usarán una serie de conceptos, entre los cuales están su nivel de objetividad, su cantidad de evidencia y la masificación que hayan tenido en los diferentes medios.

2.2.1.1 Objetividad

Es la cualidad de que una idea se basa en los hechos y la lógica, de tal forma que es perteneciente o relativo al objeto en sí mismo, con independencia de la propia manera de pensar o de sentir que pueda tener cualquier sujeto que lo observe o considere.

John Locke (1690) analiza a nivel epistemológico el concepto de objetividad y concluye que no solo se trata en acumular los datos directamente recibidos a través de los sentidos.

Por tanto, la objetividad no depende tanto del punto de vista del observador ya que esta fácilmente podría estar errada debido a los límites de los sentidos humano, es por eso el análisis metodológico empírico se debe alzar como la herramienta más objetiva para generar conocimiento.

2.2.1.2 Evidencia

Es un conocimiento de tipo intuitivo de tal forma que podemos afirmar su validez. Sirve como prueba o base que nos ayuda a corroborar cualquier posterior argumentación.

Existen diferentes conceptos de evidencia a lo largo de la historia del mundo, pero en la actualidad ya no se habla de una verdad inmutable, según Willard Van Orman Quine (1951) es ahí donde las ideas pragmáticas le dan un orden a lo que experimentamos para desarrollar a lo que conoceremos como una evidencia de algún hecho.

2.2.1.3 Masificación

Está asociado a la idea de propagación de algún elemento a una gran variedad de público, ya sea una conducta, cultura, contenido, idea, etc.

Según Edgar Morin (1962), en la sociedad moderna, son las personas las quienes crean la siguiente cultura de masas y no necesariamente la industria cultural la que los mueve a realizar movimientos estéticos o sociales.

Es por tanto que definimos a la masificación, no solo como una propagación de un mensaje o una idea, si no, también como una influencia de parte de la mayoría de un público en donde este público, termina influenciando y creando una nueva cultura sobre los demás.

2.2.2 Opinión

Idea, juicio o concepto que desarrollan las personas luego de experimentar un fenómeno a través de sus sentidos sobre alguien o algo. Este concepto también puede llevarse al ámbito de la masificación, también conocido como opinión pública.

En el caso de la opinión pública, para Habermas (1962) vendría a ser un constante debate en el cual se desarrollan críticas y propuestas de todas las ideas que tratan de imponer los grupos, personas o clases sociales de mayor influencia en la sociedad.

2.2.2.1 Argumento:

Es el resultado del desarrollo y estructuración del pensamiento de una persona con el propósito afirmar, probar, refutar o justificar una afirmación o tesis.

Toulmin (1958) describe un modelo de argumentativo conformado por seis pasos: Pretensión, Datos, Garantía, Respaldo, Cualificadores modales y Condiciones de refutación.

Es por tanto que toda argumentación posee una estructura de pensamiento, una cadena de criterio que permiten a la persona, el llegar a una conclusión. Si un eslabón dentro de esa cadena de criterios es flojo, toda la cadena se parte.

2.2.2.2 Lógica:

Es una metodología científica que se sirve para el desarrollo y estructuración de las ideas o en la sucesión de los hechos se manifiestan o se desarrollan de forma coherente, que se adapte a la realidad y sin que haya contradicciones entre ellas.

Según Aristóteles en su libro Órganon, existen cuatro principios fundamentales para que un pensamiento sea lógico:

a. Principio de identidad: Toda entidad es idéntica a sí misma. Por ejemplo, Aristóteles es idéntico a sí mismo (a Aristóteles), el Sol es idéntico a sí mismo, esta manzana es idéntica a sí misma, etc. Se puede resumir como que:

$$A = A$$

En esta fórmula podemos observar como el elemento “A” posee el mismo valor que el elemento “A”, por tanto, esta afirmación vendría a ser verdadera, en donde se podrá analizar de manera objetiva, si la opinión de una persona cumple el sentido lógico para su punto de vista sobre el coronavirus.

b. Principio de no contradicción: La proposición y su negación no pueden ser correctas al mismo tiempo y sentido. Teniendo una versión ontológica: nada puede ser y no ser al mismo tiempo, y en el mismo sentido. Por ejemplo, alguien no puede estar vivo y muerto al mismo tiempo.

El principio de no contradicción se presenta de esta manera:

$$\neg (A \wedge \neg A)$$

c. Principio del tercero excluido: Si existe una proposición que afirma algo, y otra que lo contradice, una de las dos debe ser verdadera, y una tercera opción no es posible. Por ejemplo, es verdad que "o está encendido o está apagado".

Hay que tener cuidado de no confundirlo ya que toda afirmación no necesariamente o bien es verdadera o bien es falsa. En la lógica proposicional, se presenta de esta forma:

$$(A \vee \neg A)$$

d. Razón suficiente: Este principio requiere de distintas formulaciones cuales son:

- Si X existe, entonces hay una explicación suficiente de por qué "X existe".
- Si E ocurre, entonces hay una explicación suficiente por la cual "E ocurre".
- Si P es cierta, entonces hay una explicación suficiente de por qué "P es cierta".

«explicación suficiente» Se puede entender como el conjunto de razones o de causas. Sin embargo, el resultado del principio, es diferente según su interpretación «explicación suficiente»

2.2.2.3 Certeza

Es la capacidad de una persona que le permite tener cierto nivel de seguridad sobre la validez y veracidad en algún hecho, idea o afirmación que experimenta directa o indirectamente.

Según la escuela epistemológica del falsacionismo, en donde Popper (1934) propone a través del criterio de demarcación, que toda afirmación que sea científica, debe ser susceptible a ser falseada, contrastada o refutada.

La capacidad de conocer del ser humano es limitada, por

tanto, es importante saber que no existe la certeza absoluta de ninguna o casi ninguna afirmación, es dentro de esto que las personas deben desarrollar ciertos sistemas de criterios para poder tomar decisiones a la hora de informarse y no tomar nada como una verdad absoluta.

2.3 Definiciones Conceptuales

Posverdad: Neologismo que sirve para describir cuando una realidad es distorsionada de manera deliberada para darle más peso a los juicios de valor que a los hechos objetivos. Tiene como propósito moldear la opinión pública.

Retórica: Es una disciplina que contiene un conjunto de reglas que se para la correcta elaboración de un discurso con el fin de persuadir a la parte receptora del mensaje.

Juicio: Es la conclusión a la cual llega una persona luego de analizar en base a criterios emocionales o racionales. Esta conclusión le sirve que la persona pueda distinguir el bien del mal y lo verdadero de lo falso.

Pensamiento Crítico: Un conjunto de pasos que sigue la mente para llegar a una afirmación lo más verídica posible, que inicia con la clasificación de datos, información y sensaciones para su posterior análisis lógico.

Hechos: Acción u obra que realiza una persona. También puede referirse a un acontecimiento natural.

Premisa: Es una expresión que se establece como cierta para que sea la base de la construcción de un argumento.

Percepción: Es la forma que deja el cerebro luego de la interacción entre sus sentidos y un estímulo para luego dar una interpretación de la realidad.

Influencia: Hace referencia a los efectos o al predominio que puede causar una cosa a otra. Es la capacidad de ejercer cierto control sobre algo.

Desinformación: Es la acción de crear desconocimiento a través de la manipulación o censura de cierta información y evitar la propagación de dato o hechos que puedan perjudicar al desinformador.

Noticia: Es la descripción (en diferentes formatos) sobre algún hecho reciente, comúnmente en un medio de comunicación masivo.

CAPÍTULO III:

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA

Con la investigación realizada se puede proponer que la opinión pública es influenciada por la masificación de un mensaje de cualquier tipo, en el caso de los adultos mayores del distrito de San Miguel, son influenciados principalmente cuando el mensaje o afirmación que visualizan en una noticia, es repetido por su círculo de percepción, que incluye a las personas que conoce y a los medios masivos que lo rodea. Sin embargo, también pierda la certeza de estas afirmaciones cuando son contrastadas posteriormente por los mismos medios donde recibió el mensaje, ya sea a través de otros emisores o de los mismos, como propone Habermas (1962), el intercambio masivo de estos mensajes hace que finalmente uno influya más que los demás y que se convierta en la verdad que considera la opinión pública.

Además, los adultos estudiados en esta investigación, demostraron tener un sistema de criterios al momento de argumentar que demostró que muchos de los pilares de su conocimiento están basados en dogmas, en donde los canales oficiales o masivos como el Estado o medios de comunicación televisivos o de radio, tienen un alto grado de veracidad. Sin embargo, no demostraron sustentar el porqué de estas pre concepciones que tenían, a través del sistema lógico de Aristóteles y sus cuatro principios de la lógica.

CONCLUSIONES

1. Los canales por los cuales los adultos que fueron estudiados en esta investigación recibieron noticias falsas o manipuladas, fueron a través de medios periodísticos televisivos, redes sociales, foros de internet, canales de mensajería en donde recibían información de sus conocidos.

2. Se determinó que casi toda información mostrada durante la investigación al público estudiado y que sea de algún canal oficial, de algún medio periodístico masivo, de internet o sus cercanos; tiene automáticamente cierto nivel de certeza en ellos. Se concluyó en un aproximado de 70% de la información mostrada durante la investigación a través de los canales previamente mencionados, fue tomada como verdadera.

3. Los sistemas de criterio que desarrolla el público estudiado en esta investigación, mostraron las siguientes tendencias:

- Apreciación por los medios masivos.
- Apreciación por los medios oficiales.
- Apreciación por líderes de opinión (no necesariamente profesionales del tema de la salud).
- Influencia de tendencias de opinión pública en redes sociales.
Leve rechazo al cuestionamiento de las tendencias de opinión pública.
Preferencia por el contenido simple y de corta duración.
- Leve desinterés por contenido especializados y complejo.
- Tendencia a simplificación de conceptos.
- Tendencia a polarización de opiniones.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:

Sánchez, Celia; Pascual, M; Miguel Ángel (2020). *“Fake images of the SARS-CoV-2 coronavirus in the communication of information at the beginning of the first Covid-19 pandemic”*. El profesional de la información: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.09>

Blanco, I; Galera, G ; & Tejedor Calvo, S. (2019). *El impacto de las fake news en la investigación en Ciencias Sociales*. Revisión bibliográfica sistematizada. *Historia Y Comunicación Social*, 24(2), 449-469. <https://doi.org/10.5209/hics.66290>

García, Miguel (2019). *“Desórdenes informativos: sobreexpuestos e infra informados en la era de la posverdad”*. El profesional de la información, v. 28, n. 3, e280302. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.02>

Habermas, J. (1962). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, S.L.

Honores, I (2016). *Libertad de expresión en Internet: informaciones falsas que generan polémica en las redes sociales* [Tesis de licenciatura, Universidad Jaime Bausate y Meza]. Universidad Jaime Bausate y Meza.

Igartua, Juan-José;Ortega-Mohedano, Félix;Arcila-Calderón, Carlos (2020). “*The uses of communication in the time of coronavirus. A cross-cultural study*”. *El profesional de la información*, v. 29, n. 3, e290318. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.18>

Locke, J. (1960). *An Essay Concerning Human Understanding*. Londres, Inglaterra: Rivington.

Ministerio de Salud del Perú (2020). *Informe de coronavirus (COVID-19) en el Perú*. <https://www.gob.pe/coronavirus>

Morin, E. (1962). *El espíritu del tiempo*. Madrid, España: Taurus ediciones.

Popper, K. (1934). *La lógica de la investigación científica*. Madrid, España: Editorial Tecnos

Quintanilla, E. (17 de enero del 2019). *Las microsociedades y las ‘fake news’*. RPP Noticias. Recuperado de: <https://rpp.pe/columnistas/eduardoquintanilla/las-microsociedades-y-las-fake-news-noticia-1175072>

Toulmin, S. (1958). *The Uses of Argument*. Cambridge, Inglaterra: Cambridge University Press.

Van Orman Quine, W. (1951). *Dos dogmas del empirismo (Two Dogmas of Empiricism)*. Barcelona, España: Ediciones Orbis S.A.