

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



**Facebook y las fake news sobre la covid-19 en el adulto del
distrito de Tumbes, 2021**

TESIS

Para optar el título profesional de licenciada en Ciencias de la
Comunicación

AUTORA:

Bach. María Estefany Saavedra Ramírez

TUMBES, 2021

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



Facebook y las fake news sobre la covid-19 en el adulto del distrito de Tumbes, 2021

Tesis aprobada en forma y estilo por:

Mg. Cristhiam Jacob Hidalgo Sandoval (Presidente)

Mg. José Martin Mogollón Medina (Secretario)

Mg. Wilfredo Barrientos Farias (Vocal)

Tumbes, 2021

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



Facebook y las fake news sobre la covid-19 en el adulto del distrito de Tumbes, 2021

Los suscritos declaramos que la tesis es original en su contenido y forma.

María Estéfany Saavedra Ramírez (Autora)

Dr. La Rosa Feijoo Oscar Calixto (Asesor)

Lic. Luis Alberto Piñares Salas (Coasesor)

Tumbes, 2021

Copia de acta de sustentación



UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
“Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Tumbes, siendo las veinte horas del día viernes veintiuno de octubre del 2022, a través del medio virtual utilizando el programa de Zoom, con el enlace <https://us05web.zoom.us/j/81575478832?pwd=aWJhTWxTT2NLY29Ycm5ZUU5IR1AvUT09>, se reunieron los miembros del Jurado Evaluador designado con RESOLUCIÓN DECANAL N° 317-2021/UNTUMBES-FACSO-D; a, Mg. Crisithiam Jacob Hidalgo Sandoval (Presidente), Mg. José Martín Mogollón Medina (Secretario) y Dr. Wilfredo Barrientos Farias (Vocal), se reunieron para evaluar la sustentación de la tesis titulada: “FACEBOOK Y LAS FAKE NEWS SOBRE LA COVID-19 EN EL ADULTO DEL DISTRITO DE TUMBES 2021”. Presentada por la Bach. María Estefany Saavedra Ramírez de la Escuela Ciencias de la Comunicación de la FACSO, Universidad Nacional de Tumbes.

A las veinte horas y de acuerdo a lo estipulado por el Reglamento respectivo, el Presidente del Jurado dio por iniciado el acto.

Luego de la exposición del trabajo, la formulación de preguntas y la deliberación del jurado la declararon **APROBADA** por unanimidad con el calificativo de **(19)**.

Por tanto, la Br. María Estefany Saavedra Ramírez queda APTA, para que el Consejo Universitario de la Universidad Nacional de Tumbes, le expida el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la comunicación.

Siendo las veintiún horas con treinta y cinco minutos, el presidente del Jurado dio por concluido el presente acto académico, indicando el veredicto del jurado para mayor constancia de lo actuado firmaron en señal de conformidad todos los integrantes del jurado.

Mg. Crisithiam Jacob Hidalgo Sandoval
DNI 44752528
ORCID: 0000-0003-4806-9907
Presidente del Jurado

Mg. José Martín Mogollón Medina
DNI 43849098
ORCID: 0000-0002-5694-0339
Secretario

Dr. Wilfredo Barrientos Farias
DNI 06698660
ORCID: 0 000-0001-7155-9408
Vocal

DEDICATORIA:

La presente investigación es dedicada de manera especial: A mis padres, José y María por todo su amor y apoyo durante mi formación académica, quienes han sido una guía y motivación constante para alcanzar mis anhelos. Cada sacrificio y esfuerzo que han hecho, ha sido mi mayor impulso para salir adelante, ha sido fundamental su presencia, su confianza, su aliento en todo momento de mi proceso educativo.

María Estéfany

AGRADECIMIENTO:

Mi agradecimiento más sincero por la asesoría al Dr. Oscar Calixto La Rosa Feijoo por el apoyo, paciencia y orientación brindada durante el proceso de elaboración del proyecto de investigación. Su motivación y constancia han sido parte fundamental para culminar uno de mis anhelos.

A mis docentes de la Universidad Nacional de Tumbes, especialmente a los de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, que me inculcaron sus conocimientos y vocación investigadora. De manera sincera al Dr. Aníbal Mejía Benavides por su ardua labor durante el seminario de tesis, por su vocación y orientación para la obtención de mis objetivos profesionales.

A los adultos del distrito de Tumbes por su participación y disposición de forma desinteresada en la ejecución de la investigación.

La autora

ÍNDICE GENERAL

	<i>Pág.</i>
Carátula y primera página.....	i
Carátula firmada por el jurado.....	ii
Carátula de originalidad.....	iii
Copia de acta de sustentación.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice de contenido.....	vii
Índice de tablas.....	viii
Índice de figuras.....	x
Índice de anexos.....	xi
Resumen.....	xii
Abstract.....	xii
Introducción.....	13
Revisión de literatura.....	17
Métodos y materiales.....	36
Resultados y discusión.....	45
Conclusiones.....	53
Recomendaciones.....	54
Referencias bibliográficas.....	55
Anexos.....	61

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Cuadro 1: Operacionalización de las variables	38
Cuadro 2. Población del Distrito de Tumbes, 2021.....	40
Cuadro 3: Distribución de los adultos del distrito de Tumbes, 2021.....	41
Cuadro 4: Relación entre el Facebook y las fake news sobre la COVID-19 en el distrito de Tumbes, 2021.....	45
Cuadro 5: Correlación de las variables de Facebook y las fake news sobre la COVID-19, según la prueba estadística “r” de Pearson.....	46
Cuadro 6: Relación entre la vinculación y las fake news sobre la COVID-19 en los adultos del distrito de Tumbes.....	47
Cuadro 7: Relación entre la motivación y las fake news sobre la COVID-19 en los adultos del distrito de Tumbes.....	48
Cuadro 8: Relación entre beneficios y las fake news sobre la COVID-19 en los adultos del distrito de Tumbes.....	49

ÍNDICE DE FIGURAS

	<i>Pág.</i>
Figura 1: Distribución porcentual de la relación entre el Facebook y las fake news sobre la COVID-19 en el distrito de Tumbes, 2021....	46
Figura 2: Distribución porcentual de la relación entre la vinculación y las fake news sobre la COVID-19 en los adultos del distrito de Tumbes.....	47
Figura 3: Distribución porcentual de la relación entre la motivación y las fake news sobre la COVID-19 en los adultos del distrito de Tumbes.....	48
Figura 3: Distribución porcentual de la relación entre los beneficios y las fake news sobre la COVID-19 en los adultos del distrito de Tumbes.....	49

ÍNDICE DE ANEXOS

	<i>Pág.</i>
Anexo 1: Matriz de consistencia del estudio de investigación.....	61
Anexo 2: Instrumento aplicado a los adultos del distrito de Tumbes.....	64
Anexo 3: Informe de similitud mediante el software Turnitin.....	67
Anexo 4: Escala de confiabilidad – Alfa de Crombach	68
Anexo 5: Constancias de validación del instrumento	69
Anexo 6: Aplicación del cuestionario a la muestra de estudio.....	73
Anexo 7: calificación del cuestionario de las variables y dimensiones de estudio.....	74

RESUMEN

El estudio intitulado “Facebook y las Fake News sobre la Covid-19 en el adulto del Distrito de Tumbes, 2021”, tiene como finalidad identificar el problema que radica en la publicación de fake news en la red social de Facebook en el adulto del distrito de Tumbes, debido a la información que se emite a partir de la COVID-19. El estudio tuvo como objetivo: “Determinar el nivel de relación de Facebook y las fake news sobre la COVID-19 en el adulto del Distrito de Tumbes,2021”. Investigación de enfoque positivista, de tipo de estudio Correlacional, de diseño No experimental, de corte transversal, prospectivo; utilizando como instrumento de investigación el cuestionario que fue aplicado a 100 adultos del distrito de Tumbes, la elección del análisis de estudio se determinó a través de la formula estadística para calcular el tamaño de la muestra y se aplicó el muestreo probabilístico simple. Para constatar las hipótesis de estudio se trabajó con la prueba estadística del coeficiente correlacional de “r” de Pearson, que permitió medir el nivel de significancia de correlación entre las variables Facebook y las fake news sobre la covid – 19. Los resultados obtenidos demostraron que el 26% de los adultos perciben un nivel de relación “Bueno” entre las variables Facebook y las fake news sobre covid – 19. En conclusión, existe relación entre el Facebook y las fake news sobre la covid – 19 en el adulto del distrito de Tumbes, 2021 aceptándose la hipótesis de investigación siendo el valor de significancia 0,000 inferior al nivel establecido en el campo de investigación 0,05.

Palabras claves: Facebook, Fake news, noticias falsas, vinculación, motivación, beneficios,

ABSTRACT

The study entitled "Facebook and Fake News on Covid-19 in the adult of the District of Tumbes, 2021", aims to identify the problem that lies in the publication of fake news on the Facebook social network in the adult of the district de Tumbes, due to the information that is issued from COVID-19. The objective of the study was: "Determine the level of relationship between Facebook and fake news about COVID-19 in the adult of the District of Tumbes, 2021". Research with a positivist approach, Correlational study type, Non-experimental design, cross-sectional, prospective; Using the questionnaire that was applied to 100 adults in the district of Tumbes as a research instrument, the choice of the study analysis will be extended through the statistical formula to calculate the sample size and the simple probabilistic test was applied. To verify the study hypotheses, we worked with the statistical test of the Pearson "r" correlation coefficient, which demonstrated the level of significance of correlation between the Facebook variables and the fake news about covid - 19. The results obtained showed that the 26% of adults perceived a "Good" level of relationship between the variables Facebook and fake news about covid-19. In conclusion, there is a relationship between Facebook and fake news about covid-19 in adults in the district of Tumbes , 2021, accepting the research hypothesis, with a significance value of 0.000 lower than the level established in the research field of 0.05.

Keywords: Facebook, Fake news, fake news, engagement, motivation, benefits

I. INTRODUCCIÓN

Las plataformas sociales se han convertido en una herramienta comunicacional; son utilizadas como medio informativo por la sociedad; actualmente, la información percibida por los adultos se ve afectado por las noticias de la COVID-19. Facebook permite que se comparta contenido en tiempo real; sin embargo, algunas personas inescrupulosas propagan información que no es real, promoviendo en los adultos un mal estado socioemocional.

Según, la Organización Mundial de la Salud - OMS (2020) menciona, que durante el mes de abril se cargaron 360 millones de videos a las distintas plataformas como Facebook, WhatsApp, YouTube e Instagram entorno a la pandemia de la COVID-19; no obstante, en marzo se incrementó con 550 millones de tuis mismos que han empleado los términos tales como: Corona virus, coronavirus, covid19, pandemia y covid-19. Asimismo, han circulado fake news desde mensajes, videos, imágenes y audios; los cuales afirmaban la ausencia del mortal agente patógeno, esto incentivo a que la población ignorara los protocolos emitidos por el Estado; sin embargo, esto contribuyó a que reconocidos medios de comunicación se vean influenciados por estas noticias falsas que han aumentado y expuesto al adulto incrementando angustia y temor tanto en su salud como en su integridad al compartir información falsa.

Según, la página Web The Conversation (2020) afirman que el 80% de los adultos españoles de 50 años difunden las fake news del coronavirus en Facebook, más que los jóvenes; asimismo, menciona que este grupo etario comparte noticias falsas por las siguientes causas: Cambios sociales, deficiencias cognitivas y la falta de conocimiento acerca del funcionamiento de las redes sociales.

Según, Atresmedia (2021) página Web de Madrid, España menciona, que se realizó una investigación extensa en Estados Unidos y Hong Kong, donde se han publicado 126.000 millones de noticias falsas; además, las personas mayores de 65 años caen en esta información errónea relativamente, porque son nuevos en esta nueva modalidad de información y tienen dificultades para percibir si el contenido es real o falso, acerca de la pandemia de la COVID-19, emitidos en las redes sociales como: Facebook y WhatsApp.

En el contexto nacional, Canal N (2021) página Web de Perú, menciona la presencia de las fake news de la COVID-19, se viene propagando en las diferentes plataformas virtuales; pues, mediante una cadena a través de la red social de WhatsApp indicaba la vacunación a adultos. Sin embargo, esta noticia fue difundida sin la existencia de la vacuna y menos de programaciones para ser realidad este evento; por lo tanto, esta fake news fue desmentida por la Dirección Essalud. Asimismo, la página digital refiere que es importante que la ciudadanía realice una verificación previa para no caer en las fake news y evitar su difusión y dañar su salud mental.

Asimismo, el Comercio (2021) en su página Web señala, que el Seguro Social de Salud, ha informado a su población en general, que las redes sociales están mostrando noticias falsas, respecto a la programación de vacunación contra la covid – 19, en personas menores de 60 años; sin embargo, el proceso e inmunización solo abarcará adultos de 70 años. Se exhortó a la población a no dejarse sorprender por las fake news (noticias falsas) difundidas en las diferentes plataformas sociales.

La región de Tumbes no es ajena a la propagación de las fake news. Según Gestión (2021) refiere que en el mes de enero, se difundió información que señalaba la existencia de una nueva variante de la covid – 19 en la región; pues, se trataría de una persona de 51 años que llegó de la ciudad de Lima proveniente de España, quien seis días después habría empezado a presentar síntomas; esta noticia fue difundida en las redes sociales de Facebook y WhatsApp, generando una sicosis emocional en la sociedad con mayor frecuencia en el adulto; sin embargo, dicha información fue desmentida en una conferencia de prensa por el Gobierno Regional de Tumbes; por lo tanto, se exhorta a la población tumbesina evitar la propagación de las Fake news sobre de la COVID-19, las cuales afectan su estado socio emocional en su salud mental.

La presente investigación tiene como propósito identificar el problema que radica en la publicación de fake news en la red social de Facebook en el adulto del Distrito de Tumbes, debido a la información que se emite a partir de la covid – 19 en el contexto local.

Por esta razón, frente a la descripción de la situación problemática, se enuncia la siguiente interrogante de estudio: ¿Cuál es el nivel de relación de Facebook y las fake news sobre la covid – 19 en el adulto del distrito de Tumbes, 2021?

Es importante explicar los motivos o razones por que se opta realizar el estudio; además, la investigación se debe efectuar con un propósito o finalidad la cual contribuya a la comunidad científica y al colectivo social (Hernández et al., 2006).

La investigación se justifica teóricamente, porque aporta nuevos conceptos básicos de las variables que abarca el estudio, de la red social Facebook como plataforma de comunicación masiva, y las fake news como información falsa respecto al contexto de la COVID-19 enfocado en el adulto. Siendo preocupante su aceptación y replica a pesar de contener desinformación. Asimismo, en relación con los objetivos planteados en esta investigación, los resultados permitirán identificar las dimensiones o factores que generan las fake news, que tiene el fin de desinformar con la intención de manipular, engañar o inducir al error de manera inmediata con el uso de la plataforma de Facebook. El propósito del estudio es aportar al conocimiento científico basado en los resultados de los adultos, que permitirá definir un nuevo concepto de la red social Facebook como herramienta informativa, colectiva y veraz; y de esa manera contrarrestar la amenaza a la credibilidad, influencia negativa en la conducta, propagación masiva, confusión en los usuarios sobre la COVID-19.

Asimismo, se justifica de manera práctica y en relación con los objetivos planteados de la investigación, los resultados adquiridos permitirán encontrar la relación existente entre la red social Facebook y las fake news en el análisis de estudio; del mismo modo, proponer dichas herramientas para la difusión de información objetiva y correcta; aplicando diversas estrategias para fortalecer la publicación de la información noticiosa sobre la COVID-19 en el adulto, generando confianza para su difusión masiva. Además, los resultados serán emitidos en los medios informativos regionales: la televisión, radio y prensa, con la finalidad de hacer conocer al público que existe desinformación acerca de la COVID-19 en los medios digitalizados como las redes sociales.

De la misma manera, se justifica metodológicamente, porque aporta nuevas herramientas de investigación debido a que establece la ejecución de los objetivos

planteados, teniendo en cuenta que se utilizará la técnica de la encuesta virtual, siendo el cuestionario, instrumento de investigación válido para obtener resultados confiables. Los resultados encontrados a través del cuestionario servirán para ser aplicados a otras investigaciones; pretendiéndose entender cuál es el nivel de relación de Facebook y las fake news sobre la COVID-19 en el adulto del distrito de Tumbes. La investigación será de utilidad y beneficio para los estudiantes e investigadores de las Ciencias Sociales como también a los involucrados en la línea de investigación de comunicación, sociedad y cultura.

Finalmente, se justifica socialmente, porque el aplicativo digital de Facebook no solo pueden generar malestar en el adulto con las fake news sobre COVID-19. No obstante, dicha fortaleza tecnológica de información y comunicación se puede utilizar para un uso correcto y adecuado de difusión masiva en este contexto de pandemia de COVID-19; generando una comunicación fluida y sobre todo veraz y sin formas de desinformación en un contexto ya desorientado y de temor.

Esta investigación es relevante para el ámbito social como científico, siendo los estudiantes e investigadores los principales favorecidos con los nuevos resultados y estudio de la rama de las Ciencias Sociales. Además, de los docentes, entidades públicas y privadas, grupos organizados y el Estado.

De esta manera, descrita la justificación y la situación problemática, se plantean los objetivos del estudio, dado que son herramientas de acción mismas que permitirán el recojo de la información, siendo indispensables durante el proceso de la investigación, al indicar lo que se pretende alcanzar por medio del estudio (Mejía y Morán, 2017).

Ante lo mencionado, como objetivo general se encuentra: “Determinar el nivel de relación de Facebook y las fake news sobre la covid – 19 en el adulto del distrito de Tumbes, 2021”; asimismo, los objetivos específicos definidos son: “Establecer el nivel de relación de la dimensión vinculación y las fake news sobre la covid – 19 en el adulto del distrito de Tumbes”; “Establecer el nivel de relación de la dimensión motivación y las fake news sobre la covid – 19 en el adulto del distrito de Tumbes” y “Medir el nivel de relación de la dimensión beneficios y las fake news sobre la covid – 19 en el adulto del distrito de Tumbes”.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

Los antecedentes de la investigación, muestran algunos autores con sus teorías que están relacionados con el estudio. Por esta razón, se han clasificado desde el contexto; internacional, nacional y local. Pues, es importante que la investigación adquiera un marco de referencia de estudios, con la finalidad de analizar los resultados obtenidos del estudio, para desarrollar el horizonte de la investigación. De igual forma, se muestran las diversas teorías de las variables “Facebook” y “Las fake news sobre la Covid-19”; con el fin de determinar la metodología de la misma investigación.

En el contexto internacional, Galeth (2021) en su investigación: “El impacto de las redes sociales en la interacción familiar en adultos jóvenes durante la pandemia del COVID-19 en la Ciudad de Quito”, [Tesis de pregrado], Universidad Internacional SEK, Ecuador. Investigación de enfoque positivista, de tipo de estudio descriptivo, de diseño No experimental, de corte trasversal, prospectivo, se aplicó una encuesta a la unidad de análisis de 25 estudiantes. La autora concluye: que, la información de las redes sociales influyen de manera positiva en las áreas laborales, académicas y sociales, y de forma negativa generan en los usuarios trastornos y adicciones; asimismo, la pandemia covid - 19, obligó a la sociedad a reinventarse en el contexto digital y buscar nuevas formas de conectividad para informarse; la influencia de las redes sociales en las familias permitió compartir información de manera eficiente; las redes sociales influyen en la interacción familiar y social en las diferentes generaciones y contextos, sea personal o profesional. Por lo tanto, el estudio demostró que la información de las redes sociales influye de manera positiva y negativa en la interacción familiar durante la covid - 19; asimismo, permitió mejorar las relaciones comunicativas entre los diferentes grupos etarios.

Asimismo, Coreas et ál. (2019) en su investigación denominada: “Las noticias falsas (fake news) y su incidencia en la credibilidad del periodismo salvadoreño”, [Tesis de pregrado], Universidad Técnica de El Salvador. Investigación de enfoque mixto, tipo de estudio correlacional de diseño No experimental, transeccional, prospectivo, se aplicó un cuestionario y una guía de entrevista a una muestra de 100 individuos. Los autores concluyen: que, las fake news en las plataformas sociales desprestigian a cualquier individuo, ya sea, en el ámbito social, económico, político,

educación y salud; asimismo, las entrevistas digitalizadas emitidas por las diferentes plataformas sociales se han convertido en el medio donde existen más probabilidades de producir noticias falsas; además, uno de los obstáculos para los periodistas, es el acceso que tiene cualquier persona a un dispositivo móvil para generar contenido irreal; por otra parte la desinformación sobrepasa límites debido a que las personas prefieren informarse a través de las redes sociales sin contrastar la información en los medios tradicionales. Por lo tanto, las redes sociales desinforman a los usuarios emitiendo noticias falsas a través de entrevistas digitalizadas generando contenido irreal y desprestigiando a la persona.

De igual manera, Ávila (2021) en su investigación: “Influencia de las noticias falsas en redes sociales en el contexto de la COVID-19”, [Tesis de posgrado], Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador. Investigación de enfoque cualitativo, de tipo de estudio descriptiva, de diseño No experimental, prospectivo se aplicó el análisis, la entrevista y el focus group en una muestra de 30 personas. La autora concluye: que, durante el fenómeno viral covid - 19, las fake news y la desinformación se ha mantenido vigente principalmente en la red social Facebook; asimismo, la crisis económica, social y sanitaria ha sido un escenario perfecto para propagar noticias falsas en las redes sociales lo cual se han expandido con inmediatez; además, los resultados señalan que la información emitida en las plataformas virtuales tienen mayor credibilidad que los medios tradicionales; de la misma forma, las redes sociales han emitido consejos falsos, tratamientos inapropiados con fines de curación para la covid - 19. Por lo tanto, la crisis sanitaria se convirtió en el escenario idóneo para que los usuarios generen desinformación y noticias falsas a través de la plataforma de Facebook.

Del mismo modo, Díaz (2020) en su estudio: “Impacto de las redes sociales en la vida de los habitantes de la comunidad El Jícaro, del Municipio de Estelí de Agosto a diciembre de 2017”, [Tesis de pregrado], Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua, Nicaragua. Investigación de enfoque interpretativo, de tipo descriptivo explicativo, de diseño No experimental, transeccional, prospectivo, se aplicó una encuesta a 20 personas. El autor concluye: que, los jóvenes son el grupo etario que más utilizan las redes como Facebook, WhatsApp y Twitter; asimismo, los estudiantes utilizan mayormente las redes sociales como medio de comunicación en temas educativos; además, las plataformas sociales se han

convertido en una desventaja para los padres de familia ya que existe el analfabetismo tecnológico; asimismo, se menciona que las redes sociales suelen ser adictivas y traen consigo consecuencias en su uso excesivo. Por lo tanto, las plataformas sociales en los jóvenes se han convertido en una plataforma digital educativa; no obstante, su uso excesivo trae como consecuencia problemas adictivos en el usuario.

De este modo, Paco (2017) en su investigación: “La red social Facebook y su incidencia con la trata y tráfico”, [Tesis de pregrado], Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia. Investigación de enfoque mixto, tipo de estudio correlacional, de diseño No experimental, de corte transversal, prospectivo, se aplicó un cuestionario y una guía de entrevista a una muestra de 284 estudiantes. La autora concluye: que, un 63% de estudiantes que utilizan la red social Facebook, es vulnerable al tráfico y trata de personas; asimismo, el 20% de los estudiantes concretan citas con personas que conocieron a través del perfil de Facebook; además, Facebook permite publicar e interactuar a nivel mundial con diversas personas convirtiéndose en un amplio círculo social. Por lo tanto, la red social Facebook genera un grado de vulnerabilidad en los estudiantes, debido a que permite publicar información personal exponiendo a los adolescentes a diferentes riesgos como el tráfico y trata de personas.

En el contexto nacional, Tapia (2020) en su investigación: “Las fake news: impacto social y nuevos desafíos para los servicios de información”, [Tesis de pregrado], Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Investigación de enfoque cualitativo, de tipo de estudio descriptivo, con diseño de carácter documental, los instrumentos empleados es el análisis de material bibliográfico relacionado al tema. Se concluye: que, los desórdenes informativos influyen en las decisiones de los ciudadanos debido a la credibilidad y difusión que los medios tradicionales proporcionan; además, la desinformación genera malentendidos y confusión en las personas; asimismo, las fake news tiene como objetivo engañar o desinformar a las personas y se difunden a través de internet en un contexto social, político y económico; de la misma manera, los medios sociales son el conducto principal de desinformación, ya que no toda la información es verídica y creíble. Por lo tanto, las fake news y la desinformación se difunden a través de las plataformas digitales generando información falsa y errada, influyendo en la decisión de los ciudadanos.

De este modo, Miranda y Sandoval (2019) en su investigación denominada: “Fake news y credibilidad de los medios de comunicación digitales en Lima Perú. Caso: suicidio de Alan García”, [Tesis de pregrado], Universidad Tecnológica del Perú. Investigación de enfoque positivista, de tipo de estudio descriptivo, de diseño experimental, se aplicó una encuesta a la unidad de análisis de 97 jóvenes. Los autores concluyen: que, las fake news que circularon del caso del expresidente Alan García Pérez, se evidenciaron en la plataforma de Facebook lo cual fueron identificadas por: el diseño gráfico, ortografía y cuentas falsas de personajes públicos; asimismo, el 57% de los jóvenes otorgan mayor credibilidad a la información emitida en los medios digitales y tradicionales; además, el 43% de los jóvenes respaldan a páginas o fuentes no periodísticas en Facebook; del mismo modo, se evidenció mediante un experimento social que los jóvenes tienen mayor credibilidad en las noticias falsas publicadas en las plataformas digitales. Por lo tanto, las fake news publicadas en la red social de Facebook evidencian la falta de credibilidad en el contenido publicado; sin embargo, los jóvenes continúan prefiriendo los medios digitales como plataforma informativa.

Asimismo, Paquenco (2020) en su estudio: “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 pregrado], Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. Investigación de enfoque positivista, de tipo de estudio descriptiva, de diseño No experimental, se aplicó un cuestionario online a muestra de 400 personas. El autor concluye: que, las fake news sobre la COVID-19 en las redes sociales muestra noticias engañosas, manipuladas, con contexto falso y fabricadas; asimismo, el usuario considera que el contenido noticioso de las redes sociales es generado por personas inexpertas en difusión de la noticia; además, el contenido de las redes sociales es atractivo y llama la atención del usuario generando una respuesta inmediata en el post publicado; del mismo modo, las características de las noticias falsas publicadas en las redes sociales crea un impacto social. Por lo tanto, el contenido de las noticias falsas publicadas en las redes sociales es difundido por personas inexpertas en el área periodística, trayendo como consecuencia la desinformación en los usuarios.

Del mismo modo, Vallejos (2018) en su investigación: “La red social Facebook en la interacción virtual de los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del colegio particular Universia”, [Tesis de pregrado], Universidad Señor de Sipán. Investigación de enfoque positivista, de tipo de estudio exploratorio descriptivo, de diseño No experimental, de corte transversal, se aplicó una ficha y una encuesta a una muestra de 444 estudiantes. El autor concluye: que, los educandos de 4to y 5to año usan la red social de Facebook e interactúan de manera diaria; asimismo, identifica el tiempo que pasa en las plataformas virtuales y el número de amigos con el que cuenta el estudiante en su perfil; además, existen factores del uso de la plataforma de Facebook que contribuye en la interacción virtual tal como: tipo de información y los memes, también los estudiantes señalan como beneficio de las redes sociales el poder conocer nuevas personas. Por lo tanto, los estudiantes usan Facebook para interactuar y señalan que la plataforma les permite conocer a nuevas personas.

De igual forma, Quispe (2017) en su estudio: “El Facebook y su influencia en el aprendizaje del idioma inglés en los estudiantes del centro de idiomas de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional Enrique Guzmán y valle”, [Tesis de posgrado], Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y valle. Investigación de enfoque positivista, de tipo de estudio Correlacional-Explicativa, de diseño cuasi-experimental, se aplicó una encuesta a 30 estudiantes. La autora concluye: que, la red social Facebook influye en el aprendizaje de inglés en los estudiantes; asimismo, influye significativamente en la comprensión auditiva; además, contribuye en la producción oral de los estudiantes; de igual manera, ayuda en la comprensión lectora; del mismo modo, colabora en la producción escrita de los estudiantes. Por lo tanto, Facebook influye en el aprendizaje de los estudiantes del idioma de inglés en la: comprensión auditiva, producción audiovisual, comprensión lectora y su producción escrita.

En el contexto local; no existen registros de investigaciones relacionadas a las variables de estudio de la presente investigación. Por tal motivo, es preciso destacar la relevancia social del trabajo académico a desarrollar, porque servirá como aporte científico para las futuras generaciones.

De la misma forma, es esencial que la investigación describa con la teoría necesaria, dado que pruebe o evidencie cómo el investigador agrega valor a la

literatura existente. El marco teórico es la exposición y el análisis de la teoría, conceptualizaciones, enfoques y perspectivas teóricas que se consideran eficientes y válidos para el apropiado encuadre de la investigación (Rojas, 1999).

Redes sociales. Según, Morduchowicz et ál. (2010) define que son plataformas de internet; es decir, espacios virtuales tienen como finalidad el agrupar a personas que al relacionarse entre sí y puedan compartir diferentes tipos de información con intereses comunes. Busca que las personas empiecen a tener contacto con personas de que se encuentran en diferentes espacios.

Las redes sociales han generado conexiones a nivel mundial, desde sus inicios hasta la actualidad de tal forma que ha incrementado su número de usuarios, según Molina y Toledo (2014) lo conceptualiza como:

El tema de las redes sociales ha despertado gran interés en la actualidad, así como en los años anteriores, debido a su constante incremento y actualización, así como el siempre creciente número de personas que se integran a una comunidad virtual que permite rebasar fronteras físicas y comunicarse prácticamente desde cualquier punto del globo. (pp.15-16)

Para Mejía (2015) las redes sociales permiten al ser humano comunicarse desde cualquier parte del mundo con: familiares, amigos entre otros; además, permite compartir contenidos e interactuar ya sea por mensajería o llamadas; asimismo, en el 2002 empiezan aparecer los primeros sitios web a fin de integrar amigos y hacer nuevas amistades.

En síntesis, las redes sociales son definidas como plataformas de internet, las cuales tienen por finalidad el relacionar o agrupar individuos que compartan diversa información de interés común. En la actualidad estas han incrementado el número de usuarios que integran dichas comunidades virtuales, las cuales permiten que las personas puedan comunicarse de distintos países en tiempo real; es decir, de cualquier parte del mundo.

Tipos de Redes sociales: Según Fernández (2021) menciona los tipos de redes como:

WhatsApp. Se ubica como la red social de mensajería instantánea preferida por los Millennials para comunicarse con un 40% al ser la generación que

más la utiliza esta red social. Un 80% de los usuarios se conecta por medio de un dispositivo móvil.

YouTube. Considerada como una plataforma de videos, que se ubica en un tercer lugar al ser una de las redes con mayor contenido audiovisual debido a la capacidad con la que cuenta y la interacción que tiene con otras redes. Los jóvenes son quienes consumen un mayor contenido audiovisual; del mismo modo un 43% de los usuarios del grupo etario de 16 a 23 años siguen a distintos personajes reconocidos a través de esta plataforma.

Instagram. Es considerada como una red social que, cala en las generaciones más jóvenes entre los 16 a 23 años, esta atrae consecutivamente a nuevos usuarios. Es una plataforma que ha sabido integrar y atraer al usuario. Dando opciones que permiten que el usuario comparta diverso contenido diario. Incluso algunas marcas tienden a tener tendencia al utilizar esta red social para generar venta de productos u ofrecer servicios.

Twitter. Es una red que mayor abono tiene. Se mantiene como una de la red social que más menciones tienen en su tasa de notoriedad ante su caída el 2017. Asimismo, se ha reinventado en el último año de tal forma que ha aumentado el número de caracteres a 280. Su intercambio e interacción de opiniones en temas de la actualidad en cuanto a las tendencias ha tomado notoriedad.

Facebook. Es una red social utilizada en todo el mundo por su fácil uso el cual permite que los individuos interactúen y compartan diversos tipos de contenidos como: videos, fotos, textos y historias. Esta plataforma es para los diversos grupos etarios, en ella se encuentran publicaciones categorizadas como noticias y es la favorita de los Millennials.

La red social Facebook. Herrero et ál. (2011, citado en Silupu, 2020) señala que Facebook fue creada por el estadounidense Mark Zuckerberg en el 2004; su finalidad a inicios era ser un medio de comunicación para estudiantes; sin embargo, se vuelve una de las plataformas sociales más poderosas a nivel mundial con millones de usuarios.

De igual forma Pérez (2020) define que Facebook es una red utilizada por usuarios de distintos grupos etarios; asimismo, permite que el usuario se pueda vincular con

todo tipo de persona incluso el generar relaciones a distancia con: familiares, amigos o parejas a través del contenido que se publica o comparte.

Para Larrea (2017) esta red social permite que el usuario interactúe y comparta contenido audiovisual: “permite interconectar a los usuarios en espacios online; además se puede: compartir videos, fotos, comentarios, escribir notas y competir en línea a través de juegos con otros participantes a nivel mundial” (p. 23).

En efecto la red social Facebook es considerada herramienta social, fue creada por Mark Zuckerberg, su objetivo es crear comunidades entre usuarios; es actualmente la más utilizada a nivel mundial; asimismo, se relaciona con diversos tipos de escenarios; los cuales permiten al usuario interactuar y compartir diversos tipos de contenidos de manera inmediata entre los miembros.

Ventajas y desventajas de Facebook. Es necesario conocer cuáles son las ventajas y desventajas que proporciona Facebook, al tener inscritos a más de 2200 millones de usuarios, su alcance implica como lo menciona Rodríguez (2020) algunas ventajas y desventajas de esta plataforma:

Ventajas:

- a. Es una red social que solo necesita de internet y el contar con un dispositivo ya sea un teléfono móvil, una computadora entre otros; sin embargo, dichos dispositivos suelen ser costosos, pues, la plataforma virtual es gratuita por lo que facilita el acceso a cualquier persona.
- b. Permite al usuario estar conectado a nivel mundial debido al alcance con el que cuenta, con personas conocidas como desconocidas; asimismo, permite que cada persona señale cuáles son sus intereses desde diversos contextos.
- c. Es utilizada como herramienta fundamental para emprendedores, al ser una plataforma virtual con millones de inscritos en el mundo, permite a que aquellos que inician un nuevo proyecto tengan la posibilidad de dar a conocer los servicios o productos que ofrecen.
- d. Tiene bajos costos como herramienta publicitaria, debido a la visibilidad con la que cuenta el anunciante, se tiene una segmentación acertada en el público.
- e. Es beneficiosa en todos los ámbitos tal como en el tema educativo al existir iniciativas de forma constructiva para aprovechar potenciales de las personas.

- f. Otra de las utilidades en el medio educativo es que permite realizar encuestas o sondeos de diferentes temas, lo cual sirve como herramienta para asignaturas relacionadas a estadísticas y ciencias sociales.
- g. Este medio de comunicación es utilizado como medio informativo ya que permite ingresar a perfiles de personas reconocidas como también a los diversos medios de comunicación: internacionales, nacionales y locales; dado el carácter noticioso difundido y compartido de manera inmediata.

Desventajas:

- a. Una de las desventajas a considerar es la pérdida de privacidad con la que se cuenta, pese que pueden ser configurados siempre el usuario busca una protección.
- b. Puede crear escenarios de odio o bullying dada la rapidez de la información esta puede generar espacios de burlas las cuales son perjudiciales al ser propagadas de manera rápida.
- c. Genera adicción en la persona al tener influencia en el ámbito actual. Esto implica que las personas dejen de relacionarse para solo enfocarse en comunicarse a través de una pantalla.
- d. Se considera un espacio que genera daños dado que los usuarios comparten información que puede prestarse a fraudes o estafas.
- e. Tiende a realizarse descargas de virus informáticos debido a publicaciones de dudosa procedencia, cuya finalidad es hacer vulnerable el sistema del usuario para poder acceder a su información personal.

Características de la red social Facebook. De acuerdo a Merodio (2016, citado en Vallejos, 2019) señala que Facebook es la plataforma más acogida de internet es una herramienta que conecta a las personas, la cual genera nuevas amistades; asimismo, permite compartir vínculos, videos y fotos. Entre sus características destaca por su inmediatez y facilidad con la que se comparte el contenido; además, esta plataforma es beneficiosa para las empresas.

Asimismo, Fernández (2015, citado en Vallejos, 2019) menciona que la plataforma de Facebook puede ser configurada en su privacidad para que personas desconocidas no tengan acceso a la información de aquello que publique como

videos o fotos. Permite comunicarse con cualquier persona dado que sobrepasa fronteras.

De igual forma, Sánchez y Pintado (2014, citado en Vallejos, 2019) señala a Facebook como una red social gratuita que permite al individuo conectarse con diferentes personas gracias al internet; asimismo, el compartir estados de opiniones, de ánimos o eventos entre otros. Su acceso es desde cualquier dispositivo móvil este aplicativo cuenta con juegos en línea que permiten al usuario interactuar con otras personas.

Importancia de las redes sociales en el contexto social. Para Cipagauta (2018) la importancia de las plataformas sociales en la actualidad se debe a que cada vez son más las redes que aparecen en internet dada la necesidad de relacionarse y compartir contenido de manera inmediata.

De igual forma Pardo (2021) define que hoy en día las plataformas sociales se han incrementado rápidamente en los últimos años; al convertirse en un medio de comunicación indispensable para el ser humano, puesto que, brinda oportunidades a las empresas de hacerse conocidas para llegar a un grupo etario.

Finalmente, Guedes (2012, citado en Alfabetización Digital, 2017) señala que la importancia de redes sociales surge para brindar al ser humano una opción de respuesta hacia las necesidades que tenga de generar lazos sociales e interactuar entre los usuarios.

Dimensiones de la red social Facebook. De acuerdo con Lazo (2014, citado en Quispe, 2017) el funcionamiento de la red social Facebook consiste en que el individuo publique información en el perfil. Este puede subir videos, texto, fotografías, entre otros; este permite compartir el contenido entre usuarios.

Vinculación. Según Archbold (2015, citado en Quispe, 2017) posibilita a la persona el hacer visible esos conocimientos como compartirlos a otros usuarios a nivel mundial; además, amplía la conexión social de manera virtual y permite el conocer usuarios que aporten intereses por ambos lados.

Muro o inicio. Para Wikipedia (2021) viene hacer el espacio en el que el usuario interactúa, este permite escribir como recibir mensajes. Pero solo es

visible para aquellos que el usuario haya registrado. Además, le permite al individuo ingresar logotipos, imágenes y animaciones.

Chat o mensaje. Para Lazo (2014, citado en Quispe, 2017) menciona que se puede agregar a cualquier individuo que este registrado o que conozca, siempre y cuando se acepte la invitación. Del mismo modo, el usuario puede localizar amistades como generar nuevos usuarios, con quien podrá interactuar e intercambiar mensajes o fotos.

Fotos y videos. Según Lazo (2014, citado en Quispe, 2017) conceptualiza que son espacios que permiten tanto a grupos como usuarios agregar diverso contenido tal como: fotos, mensajes, videos entre otros. Estos se reúnen de acuerdo a intereses comunes. Se crean páginas con fines determinados.

Motivación. Según Merodio (2016, citado en Vallejos, 2019) menciona que la motivación está constituida por factores capaces de conducir la conducta para un objetivo, esta conduce e impulsa a la persona a preferir Facebook para intercambiar información con otros usuarios en la comunidad virtual. Para Wikipedia (2021) la dimensión de motivación se mide en factores de motivacionales como: factores extrínsecos y factores intrínsecos:

Factores extrínsecos. Son conocidos como factores higiénicos y están relacionados a la insatisfacción, estos se localizan en el ambiente o condiciones que desempeña el ser humano en su trabajo; son condiciones dedicadas a la empresa, es decir, administrativas, las cuales se sitúan de manera externa; al ser relacionados con la insatisfacción se les llama factores de insatisfacción como: ambiente físico, sueldo y beneficios empresariales, relaciones con compañeros del trabajo, estatus, seguridad laboral entre otros.

Factores intrínsecos. Son aquellos factores motivacionales que se relacionan con la tarea que ejecuta el ser humano, es decir, los factores motivacionales están bajo el control de la persona y se relaciona con lo que desempeña. Además, relaciona el desarrollo personal, las necesidades de autorrealización, el reconocimiento profesional como la responsabilidad que

dependen de las tareas que desarrolla el individuo en el trabajo como: reconocimientos, logros, responsabilidad e independencia laboral.

Beneficios. Para Techlandia (2021) la red social Facebook tiene millones de usuarios en todo el mundo, esta red social ofrece beneficios a los usuarios; al brindar la facilidad de estar conectados con usuarios de otras partes del mundo; asimismo, ver lo que pasa en tiempo real en otros países, como también permite invitar al usuario a promocionar un producto o servicios. Entre los indicadores de beneficios de Facebook tenemos amigos, grupos, entretenimiento y promoción:

Amigos. Es una de las funciones principales con la que cuenta la plataforma de Facebook ya que permite conectar a familiares, amigos; empleando las herramientas de búsqueda. Lo cual habilita al usuario el poder compartir dicho contenido con amigos y que ellos compartan y publiquen la información.

Grupos. Los grupos de Facebook permite al usuario crear eventos, paginas, reuniones especiales entre otros, basados en diferentes contextos a fin de brindar información. Los grupos pueden ser entre amigos como también en grupos cerrados; de igual forma, las páginas pueden ser privadas o públicas.

Entretenimiento. La red social Facebook brinda una variedad de juegos en línea donde los usuarios pueden interactuar con otros de distintas partes del mundo; además, permite que el usuario conozca gente nueva.

Promoción. La red social Facebook como medio en promoción permite que los usuarios busquen y obtengan información de algún producto en particular o alguna campaña promocional o crear publicidad gratuita a empresas.

Fake news (Noticias Falsas)

Fake news. Según Wikipedia (2021) señala que las fake news o noticias falsas son aquellas que radican en el contenido pseudoperiodístico difundido en portales de noticias, televisión, redes sociales entre otras; son propagadas con la finalidad de engañar, manipular, desacreditar o engrandecer a una persona, o entidad.

De igual forma, Para Tapia (2020) indica que las fake news se han expandido a lo ancho y largo del planeta, al considerarse altamente peligrosas, debido al contenido que emiten, desafortunadamente algunas personas que difunden estas noticias no

toman en consideración las consecuencias que pueden generar, pese a conocer lo peligrosas que son.

Finalmente, para Digital Guide (2020) señala que la información falsa se propaga deliberadamente, debido a que intenta llamar la atención del usuario con contenido autentico supuestamente a fin de escandalizar o manipular la opinión pública. Son creadas individualmente como también por grupos con intereses propios.

En síntesis, las fake news o noticias falsas son aquellas que se difunden a través de los diferentes medios, con intención de engañar a la persona; estas se han expandido rápidamente al ser consideradas peligrosas debido al contenido que se difunden; no obstante, no tienen en cuantas las consecuencias que pueden generar; dicha información que se propaga intenta llamar la atención para escandalizar la opinión pública.

Tipos de fake news. Según Digital Guide (2020) indica que las fake news sirven para manipular al individuo con objetivos comerciales o políticos entre otros estos. Son aquellos que emiten noticas tergiversadas; a continuación, se mencionan cuatro tipos de fake news:

Desinformación deliberada. Son aquellas noticias inventadas, distribuidas con intereses determinados. Estas noticias se dan en grupos susceptibles este tipo de información es calificado como contenido fidedigno, el cual es compartido en las diferentes plataformas sociales sin ver sido previamente verificado.

Titulares falsos. Son aquellos titulares que tienen por finalidad llamar la atención; encontramos el titular engañoso el cual no corresponde al contenido, los titulares falsos son conocidos también como los titulares clicbait.

Publicaciones virales. Se dan en las plataformas virtuales por medio de publicaciones emitidas a cada segundo, es por ello que el usuario no se toma el tiempo de hacer una verificación de la publicación; además, las grandes plataformas virtuales se basan en las veces que se ha compartido la publicación o las reacciones con las que cuenta.

Sátira. Son aquellas noticias que hablan sobre polémicas de la actualidad son relacionados con eventos inventados; es un recurso estilístico utilizado para llamar la atención de las personas sobre temas referentes a denuncias o problemas sociales.

Características que tienen las fake news. Según el portal Web Economipedia (2021) menciona las características más destacadas de las fake news:

- a. Son aquellas noticias que apelan a los sentimientos y no a la razón del ser humano, esto hace que la gente se relacione con ellas como también que las comparta.
- b. Busca crear desinformación en la población.
- c. Sus titulares son exagerados, llamativos, grotescos con la finalidad de llamar la atención y crear un estado emocional en el individuo, que al revisar la información queda atrapado en ella. Esto crea problemas en muchas ocasiones al no comprobarse la veracidad de la noticia.
- d. Las imágenes que acompañan estas noticias suelen ser falsas, extraídas de diferentes informaciones que son integradas en la noticia a fin de dar consistencia a la información.
- e. Los videos que acompañan las noticias muchas veces son fotomontajes que no suelen tener una visión acorde a la realidad del hecho.
- f. La mayoría de las noticias sospechosas proceden de páginas webs que suelen hacerse pasar por medios de comunicación pese a que no tienen consistencia.
- g. Las fake news suelen ser firmadas de manera anónima, lo que indica que la noticia podría ser una noticia falsa también llamadas fake news.
- h. Las fake news cubre diversos ámbitos, se dan en distintos sectores como también en el aspecto social, políticos económico .

Desinformación en la era digital. Según Albistur (2018, citado en Ávila, 2021) la propagación de las Fake news, son el problema principal de la emisión de estas noticias en las plataformas sociales. Además, las noticias falsas son difundidas y creadas por cuentas falsas y tienen como objetivo llamar la atención en temas del momento.

Para Ávila (2021) los medios de comunicación afrontan retos para poder destacar entre tanta información existente en internet, debido a la facilidad que ofrecen estas plataformas sociales, permite que el cualquier individuo se convierta en un generador de contenido irreal; dicha abundancia de información hace que el lector tenga dificultades para distinguir entre información contrastada y verificada entre información que carece de características.

De igual forma, Para Meneses (2015, citado en Ávila, 2021) el problema radica en la abundancia de la información de las plataformas digitales, puesto que se encuentra información falsa como verdadera; además, la existencia de rumores entre usuarios genera que individuo confunda la información.

Las Fake news en tiempos de pandemia. Según Salaverría et ál. (2020, citado en Romero y Torres, 2020) la aparición de la Covid-19 tubo impacto social, político y económico. Debido la Covid-19 se generó información descontextualizada la mayoría intencional. Las plataformas sociales jugaron un papel fundamental al ser consideras como el principal canal de difusión. De igual forma, la Organización Mundial de la salud (OMS) define el término de infodemia a la sobreabundancia de información, lo que genera que el usuario no encuentre fuentes que den crédito de fiabilidad.

Asimismo, Asanza y Moreno (2020, citado en Romero y Torres, 2020) menciona que cuando la población tuvo conocimiento de la primera persona infectada, empezaron a difundir información del tema por medio de videos y fotos; días anteriores se crearon noticias que indicaban la existencia de la cura de la COVID-19.

Fake news sobre la COVID-19. Según Esneca (2020) acudir a plataformas virtuales en búsqueda de información o noticias, conduce al usuario a encontrarse con noticias falsas o fake news, a continuación, se mencionan las 10 Fake news más extensivas:

Medicamento, fármaco o producto homeopático cura el coronavirus.

Muchas fake news han informado de diversos productos milagrosos para contrarrestar el avance o síntomas de la enfermedad de la Covid-19; sin embargo, no se contaba con medicamentos que logren frenar al mortal virus.

El frío acaba con la expansión del virus. De la noticia difundida no hay evidencia científica que señalen la temperatura pueda mitigar la vulnerabilidad de la Covid-19.

Comer ajo puede ayudar a prevenir el contagio. Pese a ser considerado como un alimento de propiedades antimicrobianas, no hay evidencia que su consumo sea una garantía ante la Covid-19.

Aguantar la respiración durante 10 segundos para estar libre del virus. Estas noticias falsas que han circulado por diversas redes sociales, esta menciona que, si el ser humano es capaz de aguantar la respiración durante un tiempo, el individuo no estaría infectado; no obstante, uno de los síntomas de gravedad ocasionados por la Covid-19 es la dificultad respiratoria.

Los mosquitos transmiten la enfermedad del coronavirus. Esta noticia circuló en las diversas plataformas virtuales la cual indicaba que los mosquitos eran fuente transmisora del virus, para ello la OMS desmintió la noticia, afirmando que no hay evidencia que señale que el SARS-CoV-2 se transmita a través de picaduras de mosquitos.

Los animales de compañía pueden infectar a los humanos. Las noticias falsas difundidas afirmaban que los animales domésticos eran transmisores del virus, por tal razón la Organización mundial de la Salud - OMS lo desmintió; sin embargo, se pudo confirmar que un perro había dado positivo al coronavirus en Hong Kong.

Los jóvenes no tienen tantas posibilidades de contagiarse. Es otra de las fake news de la covid-19; Toda persona pueden infectarse con este mortal virus, no importa la edad o condición; sin embargo, parece ser que las personas mayores o con condiciones o enfermedades son vulnerables para enfrentar este virus.

El ibuprofeno agrava los síntomas del COVID-19. Esta fake news señala los peligros del ibuprofeno. Sin embargo, una agencia española de medicamentos afirmó que las patologías tratadas en base a este medicamento, debían seguir siendo tratadas.

La vitamina ayuda a frenar el virus. Es otra de las noticias que han circulado en las redes sociales la cual afirma, que la vitamina D tiene capacidad de reducir el riesgo de contagio. Estudios apuntan a una posible efectividad en su consumo, esta debería ser consumida antes de la enfermedad; sin embargo, no hay evidencia científica que respalde esta información.

El virus se >>creó<< en un laboratorio. Existen diversas teorías de conspiración, son las fake news las que crean pánico e incertidumbre; lo cierto es que hay expertos que estudian su origen.

Dimensiones de las Fake news: Las siguientes dimensiones serán consideradas en el siguiente estudio:

Tipos de desinformación de las fake news. Según Amoros (2018, citado en Cuentas, 2020) menciona los 7 tipos de desinformación de las fake news a continuación:

Noticias parodia. Son aquellos titulares humorísticos inventados para divertir, sin intención de generar daño al individuo.

Noticias engañosas. Son aquellas noticias que buscan informar a fin incriminar o acusar al individuo de algo que no es.

Noticias impostoras. Son relacionadas con los hechos del individuo pese a hacer mentira.

Noticias fabricadas. Son aquellas falacias que se le inventan con la finalidad de perjudicar y engañar a la persona.

Noticias falsamente conectadas. Son aquellas que establecen conexiones falsas de diversos hechos, pese a que no exista algo que lo confirme.

Noticias con contextos falsos. Viene hacer la toda información sacada de un contexto con el fin de generar falsas noticias en un grupo determinado.

Noticias manipuladas. Son las que tergiversan la información; asimismo, editan fotografías para generar falsedades.

Componentes de las fake news. De acuerdo a la BBC News Mundo (2018), Cuentas (2020) y Amoros (2018, citado en Cuentas, 2020) los componentes de las

fake news se clasifican en: Titular, una revelación que afirma o indigna y apariencia legítima:

Titular. Según la BBC News Mundo (2018) indica que titulares suelen ser sensacionalistas incluso ofensivos; tiene como objetivo generar en el usuario una respuesta emocional.

Una revelación que afirma o indigna. Para cuentas (2020) las fake news son efectivas cuando se apela de forma directa, aquello que pensemos. Asimismo, el creador de Denver Guardian, explica que para generar una noticia falsa no hace falta el inventar un tema, las fake news buscan que la información encaje en la mentalidad de las personas.

Apariencia legítima. Según Amoros (2018, citado en Cuentas, 2020) menciona que la noticia falsa, debe estar enmarcada dentro de una fuente o medio web para que se haga notar como legítima, siendo información falsa, pero no lo parece a simple; sin embargo, las noticias falsas, no son una broma estas tienen por finalidad crear una apariencia que felicite engaño en el usuario.

Relación de las redes sociales y las noticias fake news

Según Rodríguez (2021) señala que, la información que se brinda mediante las plataformas sociales es universal, dado que en ellas se divulgan fake news y bulos. La gente comparte noticias por distintas finalidades. Un estudio menciona que estas se deben a los atajos cognitivos; es decir, estas dependen del contexto, actualmente las noticias del coronavirus, generan en el individuo el asumir la información como verídica o válida. Al no contrastarla esta es considerada como verdadera.

De igual manera Acosta y Iglesias (2020) mencionan que, en la actualidad el internet es considerado como fuente de información, que ha generado difusión y búsqueda de información referente a temas de la salud, debido a la Covid-19. Sin embargo, esta información no es validada lo que resulta cuestionable. Además, los individuos no juzgan la fiabilidad de la información que proviene de la internet a pesar de que carece de un sustento científico. En las plataformas sociales fake news de la Covid-19 representa un peligro para la salud pública.

Finalmente, para Roldan (2021) señala que, el auge de las plataformas sociales en la vida cotidiana de los individuos, tienen una tendencia creciente al momento de compartir diversa información que es dudosa procedencia o falsa, esta tiende a viralizarse en cuestión de segundos sin ser previamente validada la fuente o corroborada la información. Tiene como finalidad el engañar y desprestigiar la imagen de personas públicas, empresas o instituciones. Estas son difundidas a través de las plataformas virtuales son denominadas noticias falsas o fake news.

En síntesis, la información que se emite a través de las plataformas sociales es universal; sin embargo, de no ser verificada son consideradas como fake news o también llamadas (noticias falsas). Las redes sociales permiten su rápida propagación y en la actualidad se ha emitido información respecto a la Covid-19, lo cual ha generado que la población debido contexto comparta esta información entre ellos mismos.

III. MÉTODOS Y MATERIALES

3.1 MÉTODOS

3.1.1 Hipótesis de investigación

Hi = Si existe relación entre Facebook y las fake news sobre la covid - 19 en el adulto del distrito de Tumbes, 2021.

Ho = No existe relación entre Facebook y las fake news sobre la covid -19 en el adulto del distrito de Tumbes, 2021.

3.1.2 Definición y operacionalización de las variables

Definición conceptual

Variable 1: Facebook. Para Salguero (2012) es una red social que aparece en el año 2004 la cual se populariza en el año 2006, esta es utilizada por el ser humano para compartir contenido y comunicarse con otras personas; permite compartir información con los distintos usuarios y de forma general es considera como una herramienta que permite construir nuevas relaciones.

Variable 2: Fake news. Según Atresmedia (2019) define que las fake news vienen hacer las noticias falseadas, que contienen información que simula ser real con la intención de desinformar a la persona. El objetivo es inducir al individuo a bulos en temas específicos de relevancia; propagados en portales, radio, televisión, portales de noticias y las redes sociales, se centra en el engaño de masas.

Definición operacional

Variable 1: Facebook. Existen varios autores que señalan las características que exhibe en la actualidad a través de Facebook, ello son **Vinculación**, Según Archbold (2015, citado en Quispe, 2017) posibilita a la persona el hacer visible esos conocimientos como compartirlos a otros usuarios a nivel mundial; además, amplia la conexión social de manera virtual y permite el conocer usuarios que aporten intereses por ambos lados. **Motivación**, según Merodio (2016, citado en Vallejos, 2019) menciona que la motivación está constituida por factores capaces de conducir la conducta para un objetivo, esta conduce e impulsa a la persona a preferir Facebook para intercambiar información con otros usuarios en la

comunidad virtual. Para Wikipedia la dimensión de motivación se mide en factores de motivacionales como: factores extrínsecos y factores intrínsecos: Factores extrínsecos. Para Techlandia (2021) la red social Facebook tiene millones de usuarios en todo el mundo, esta red social ofrece **beneficios** a los usuarios; al brindar la facilidad de estar conectados con usuarios de otras partes del mundo; asimismo, ver lo que pasa en tiempo real en otros países, como también permite invitar al usuario a promocionar un producto o servicios. Entre los indicadores de beneficios de Facebook tenemos amigos, grupos, entretenimiento y promoción.

Variable 2: Fake news. Según Amoros (2018, citado en Cuentas, 2020) en los tipos de desinformación de las fake news, se tiene: noticias parodia son aquellos titulares humorísticos inventados para divertir, sin intención de generar daño al individuo. Noticias engañosas son aquellas noticias que buscan informar a fin incriminar o acusar al individuo de algo que no es. Noticias impostoras son relacionadas con los hechos del individuo pese hacer mentira. Noticias fabricadas son aquellas falacias que se le inventan con la finalidad de perjudicar y engañar a la persona. Noticias falsamente conectadas son aquellas que establecen conexiones falsas de diversos hechos, pese a que no exista algo que lo confirme. Noticias con contextos falsos, viene hacer la toda información sacada de un contexto con el fin de generar falsas noticias en un grupo determinado. Noticias manipuladas son las que tergiversan la información; asimismo, editan fotografías para generar falsedades. Según la BBC News Mundo (2018), Cuentas (2020) y Amoros (2018, citado en Cuentas, 2020) Los Componentes de las fake news. Indica que titulares suelen ser sensacionalistas incluso ofensivos; tiene como objetivo generar en el usuario una respuesta emocional.

Matriz de operacionalización de las variables

Cuadro 1: Operacionalización de las variables.

VARIABLES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
VARIABLE 1: FACEBOOK	Existen varios autores que señalan las características que exhibe en la actualidad a través de Facebook, ello son vinculación , Según Archbold (2015, citado en Quispe, 2017) posibilita a la persona el hacer visible esos conocimientos como compartirlos a otros usuarios a nivel mundial; además, amplía la conexión social de manera virtual y permite el conocer usuarios que aporten intereses por ambos lados. Motivación , según Merodio (2016, citado en Vallejos, 2019) menciona que la motivación está constituida por factores capaces de conducir la conducta para un objetivo, esta conduce e impulsa a la persona a preferir Facebook para intercambiar información con otros usuarios en la comunidad virtual. Para Wikipedia la dimensión de motivación se mide en factores de motivacionales como: factores extrínsecos y factores intrínsecos: Factores extrínsecos. Para Techlandia (2021) la red social Facebook tiene millones de usuarios en todo el mundo, esta red social ofrece beneficios a los usuarios; al brindar la facilidad de estar conectados con usuarios de otras partes del mundo; asimismo, ver lo que pasa en tiempo real en otros países, como también permite invitar al usuario a promocionar un producto o servicios. Entre los indicadores de beneficios de Facebook tenemos amigos, grupos, entretenimiento y promoción.	Vinculación Motivación Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> - Muro o inicio - Chat o mensaje - Video y Fotos - Factores extrínsecos - Factores intrínsecos - Amigos - Grupos - Entretenimiento - Producto 	Likert Ordinal
VARIABLE 2: LAS FAKE NEWS SOBRE LA COVID-19	Según Amoros (2018, citado en Cuentas, 2020) en los tipos de desinformación de las fake news, se tiene: noticias parodia son aquellos titulares humorísticos inventados para divertir, sin intención de generar daño al individuo. Noticias engañosas son aquellas noticias que buscan informar a fin incriminar o acusar al individuo de algo que no es. Noticias impostoras son relacionadas con los hechos del individuo pese hacer mentira. Noticias fabricadas son aquellas falacias que se le inventan con la finalidad de perjudicar y engañar a la persona. Noticias falsamente conectadas son aquellas que establecen conexiones falsas de diversos hechos, pese a que no exista algo que lo confirme. Noticias con contextos falsos, viene hacer la toda información sacada de un contexto con el fin de generar falsas noticias en un grupo determinado. Noticias manipuladas son las que tergiversan la información; asimismo, editan fotografías para generar falsedades. Según la BBC News Mundo (2018), Cuentas (2020) y Amoros (2018, citado en Cuentas, 2020) Los Componentes de las fake news. Indica que titulares suelen ser sensacionalistas incluso ofensivos; tiene como objetivo generar en el usuario una respuesta emocional.	Tipos de desinformación de las fake news Componentes de las Fake news	<ul style="list-style-type: none"> - Noticias parodia - Noticias engañosas - Noticias impostoras - Noticias fabricadas - Noticias falsamente conectadas - Noticias con contexto falso - Noticias manipuladas - Titular impactante - Una relación que afirma o indigna - Una apariencia legítima y confiable 	

Fuente: Elaboración propia

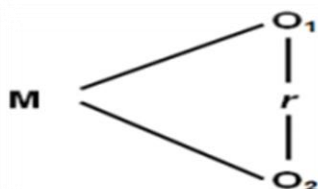
3.1.3 Tipo y diseño de la investigación

El presente estudio intitulado “Facebook y las fake news sobre la covid - 19 en el adulto del distrito de Tumbes, 2021”, corresponde al enfoque positivista; según Hernández et al (2014) define que: el enfoque cuantitativo-positivista utiliza la recopilación de datos para probar la hipótesis previamente formulada; a través, de la medición numérica como también el análisis estadístico con el propósito de establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

Del mismo modo, el estudio es de tipo correlacional; para Mejía y Morán (2017), conceptualizan que, una investigación correlacional tiene por finalidad evaluar y medir la relación que exista entre las variables, categorías o conceptos.

El diseño de la investigación es no experimental, de corte transversal, prospectivo. Para Hernández et ál (2014) menciona que, un estudio no experimental se caracteriza principalmente por que el investigador no manipula, ni modifica las variables de investigación, solo se observan para luego ser analizadas. De igual forma, Mejía y Morán (2017) señalan que, se le considera de corte transversal porque analiza la relación de las variables en un momento dado; además Mejía y Moran (2017) indican que el estudio es prospectivo porque el investigador se plantea investigar consecuencias futuras de las fake news sobre la COVID-19 en Facebook.

Esquema:



Dónde:

M = Muestra constituida por los Adultos del distrito de Tumbes.

O1 = Observación de Facebook en el Adulto del distrito de Tumbes.

O2 = Observación de las fake news sobre la COVID-19 en el Adulto del distrito de Tumbes.

r = Relación entre las variables de estudio O1 o O2.

3.1.4 Población, muestra y muestreo

Población. Según Arias (2016) conceptualiza a la población como el conjunto de elementos que poseen diversas características específicas y comunes, de las cuales se obtendrán las conclusiones de la investigación, están referidas al problema y a los objetivos del estudio.

La población del estudio de la investigación viene hacer el grupo o universo mismo del estudio, la cual está conformada por características que delimitarán y establecerán los parámetros muestrales del total de objetos y fenómenos que se buscan investigar. El grupo de este estudio está constituido por los adultos del distrito de Tumbes del grupo etario de 50 a 60 años de edad, Según el INEI en el 2017 por un censo realizado es de 10,950 adultos, tal y como se señala en el siguiente cuadro:

Cuadro 2. Población del Distrito de Tumbes, 2021.

Grupo etario	Total
50 – 52	3,366
53 – 55	3,093
56 – 58	2,824
59 – 60	1,667
Total	10,950

Fuente: INEI 2017

Muestra. Para Balestrini (2008, citado en Navarro, 2020) señala que la muestra “Es una parte o subconjunto de la población” (p. 130).

La muestra de la investigación está conformada por una población de Adultos entre las edades de 50 a 60 años del distrito de Tumbes. Para la obtención de la muestra del estudio, se aplicó la formula estadística que dio un resultado de 359 participantes, haciendo el ajuste respectivo se llegó a 182 participantes, debido a la crisis sanitaria y a la exposición del investigador, la elección del tamaño de la muestra ha sido intencional y se aplicará a 100 participantes de acuerdo a la formula estadística.

$$n = \frac{Nz^2p.q}{d^2(N-1) + z^2(p.q)}$$

Donde:

N = Tamaño de la población.

Z = Coeficiente de confiabilidad: para un 95% de confiabilidad $Z = 1,96 \cong 2$.

P = Probabilidad de éxito o proporción de aciertos = 0.5.

$q = 1 - p$.

Cuadro 3. Distribución de los Adultos de 50 a 60 años del distrito de Tumbes, 2021.

Grupo etario	Total
50 – 60 años	100
Total	10,950

Fuente: Elaboración propia.

Muestreo. Para Tomayo (2003) el muestreo es un instrumento de validez con la que en el investigador selecciona unidades representativas para a partir de ellas obtener datos que le permitan tener conclusiones de la población sobre la cual se estudia.

Muestreo aleatorio simple. Permitirá que cada adulto del distrito de Tumbes tenga la probabilidad de ser seleccionado para muestra de la investigación de acuerdo a la formula muestral, se aplicará el instrumento de forma aleatoria a los adultos del distrito de Tumbes, del grupo etario de 50 a 60 años de edad, ellos serán seleccionados de forma aleatoria. Del mismo modo, el formulario se brindará mediante las redes sociales de Facebook y WhatsApp, cabe mencionar que las respuestas de los encuestados serán de manera anónima. Esta encuesta virtual será elaborada en Google Drive con una duración de 30 minutos.

3.1.5 Criterios de selección

Los participantes incluidos en el análisis de la investigación son los adultos del distrito de Tumbes de 50 a 60 años; por otra parte, se ha excluido a grupos etarios diferentes a la muestra de estudio; asimismo, a personas con discapacidad mental.

3.1.6 Técnica e instrumentos de recolección de datos

El presente estudio, por causa de la covid -19, se ha requerido que la técnica de la investigación sea la encuesta online, ya que permitirá obtener información de manera confiable y objetiva acerca de las conductas del grupo etario por medio de la relación directa con las variables el Facebook y las fake news sobre la covid-19. Asimismo, es una investigación cuantitativa, misma que empleara el método inductivo y analítico.

Según Casas et ál. (2003) menciona que, la técnica de encuesta es utilizada como procedimiento de estudio en la recolección de datos, porque permite obtener y elaborar datos de forma rápida y eficaz.

La técnica que se aplicará para la ejecución del presente estudio de investigación en la recolección de datos será la encuesta, misma que permite indagar la opinión de la unidad de análisis sobre el problema o las variables en estudio.

Para Chagoya (2008, citado en Preciado, 2020) menciona que, el instrumento para el estudio viene hacer el cuestionario, por medio de este se obtendrá la recolección de datos de la muestra poblacional, la misma que respaldará su efectividad mediante el procedimiento de preguntas que permiten la evaluación del problema y de esta manera encontrar una solución.

El instrumento que se utilizará para el recojo de información será el cuestionario, mismo que sustentará la efectividad y confiabilidad del procedimiento. Está constituido por una serie de preguntas que permitirá la evaluación del problema de estudio. (Ver anexo N° 02).

El cuestionario del estudio estará constituido por 41 ítems, en la escala de Likert ordinal, dado que establece un orden u secuencia en los niveles de medición, mismas que expresan actitudes sobre las variables del estudio.

3.1.7 Confiabilidad y validación del instrumento

Para que los resultados obtenidos sean confiables y válidos, el instrumento fue evaluado y examinado mediante el “juicio de expertos”, mismo, que está conformado por tres profesionales especializados en las diversas áreas para la obtención de la información requerida, entre los cuales resaltan especialistas el área metodológica, área lingüística y el experto en ciencias de la comunicación; otorgando la calificación de “Muy adecuado” dicho instrumento, es por esta razón que está altamente calificado para cumplir con los objetivos planteados de la presente investigación.

Asimismo, se realizó una prueba piloto dirigida a 10 adultos del distrito de Tumbes la cual permitió obtener la confiabilidad del estudio, haciendo uso del software SPSS en versión 22 con el propósito de calcular el Alfa de Cronbach – obteniendo como resultado 0,921 en los 41 ítems aplicados en el cuestionario, arrojando consistencia y coherencia de resultados certeros dentro de la investigación.

3.1.8 Procedimiento de recolección de datos

El procedimiento se llevo a cabo para la obtencion de los resultados válidos, confiables y objetivos este constó en la elaboracion de un cuestionario, donde se especificaron las dimesiones y los indicadores de las variables de estudio de facebook y las fake news sobre la COVID-19 . Por ello, los adultos del distrito de Tumbes participaron del cuestionario a traves de la plataforma digital Google encuestas, dada la emergencia sanitaria de la tercera ola a nivel mundial, asi lo amerita. De tal forma que fue pertinente enviarles la herramienta en la modalidad virtual, lo cual contó con una duración de 30 minutos.

Del mismo modo, el cuestionario brindo la información acerca de los objetivos que rigen en este estudio de investigación como su trasendencia en colectividad; ademas esta ha sido aplicada una sola vez y evaluada de manera anónima.

La información fue decodificada y recogida a través de una matriz de datos y el programa que se utilizó para procesar los datos obtenidos es el programa de Microsoft Excel 2014.

3.1.9 Métodos de análisis de los datos

Obtenida la información mediante el instrumento del cuestionario, el cual estuvo constituido por 41 ítems, se recopiló información de cada uno de ellos, con el propósito de ordenarlos en una base de datos, lo cual estuvo organizado acorde a las dimensiones e indicadores que les corresponde a cada una de las variables de estudio Facebook y las fake news sobre la COVID-19. Además, para ordenar estos datos se utilizó el programa Excel 2014.

Del mismo modo, se utilizó el método estadístico a través del programa SPSS versión 22; asimismo, para contrastar la hipótesis del estudio, se hizo uso de la prueba estadística “*r*” de *Pearson*, teniendo en cuenta el nivel de confiabilidad y validez del instrumento de investigación. Los resultados obtenidos se presentan por medio de tablas y figuras, para su análisis respectivo e interpretación de las variables del estudio.

3.2 MATERIALES

Durante el proceso del proyecto de investigación, se hizo uso del material de oficina como: Hojas bond, lápices, lapiceros, borrador, cuaderno, folders entre otros. De igual forma, se requirió del sistema de internet para la elaboración del cuestionario a través de la plataforma digital “Google Formularios” y del equipo tecnológico como una computadora portátil (laptop).

Del mismo modo, para la contratación de la hipótesis de investigación y medición de las dimensiones e indicadores del instrumento, se utilizó el software SPSS versión 22 y el programa Microsoft Excel 2014, con la finalidad de elaborar un análisis respectivo de datos obtenidos y la interpretación de los mismos.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 RESULTADO

En este apartado se muestran los resultados de forma objetiva, sistemática, ordenada y lógica basado en cuadros y figuras. Por ello el resultado permitirá el enriquecimiento y mejora de las teorías científicas.

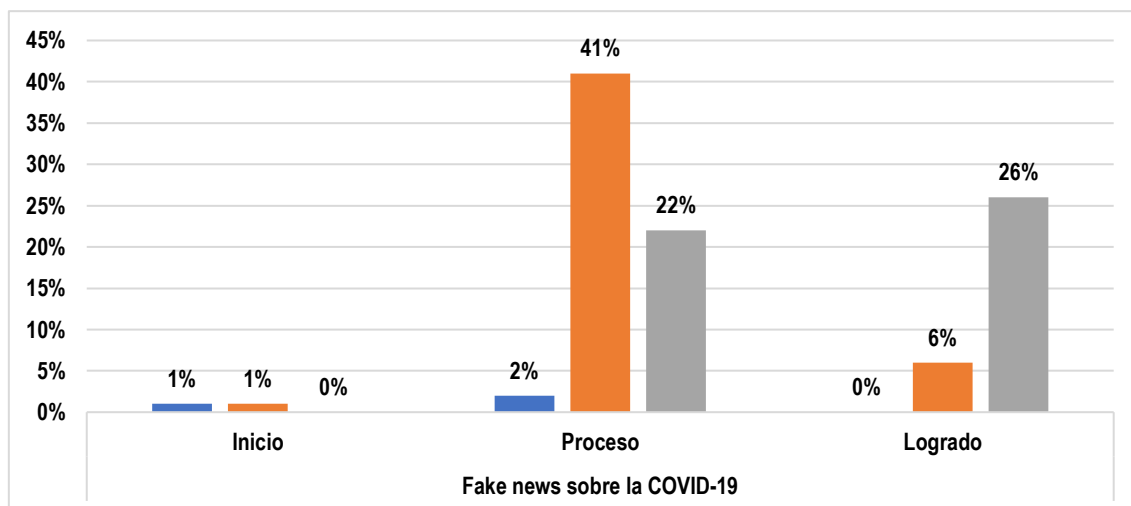
Cuadro 4: Nivel de relación entre Facebook y las fake news sobre la COVID-19 en el adulto del distrito de Tumbes, 2021.

Variables	Fake news sobre la COVID-19					
			Inicio	Proceso	Logrado	Total
	Baja	f	1	2	0	3
Facebook		%	1%	2%	0%	3%
	Regular	f	1	41	6	48
		%	1%	41%	6%	49%
	Buena	f	0	22	26	48
		%	0%	22%	26%	49%
		f	2	65	32	99
Total		%	2%	66%	32%	100%

Fuente: Encuesta realizada a los adultos del distrito de Tumbes.

Cuadro 1, muestra relación de las variables de estudio; donde el 41% de los adultos del distrito de Tumbes perciben un nivel “Regular” en Facebook y un nivel de fake news sobre la COVID-19 en “Proceso”; el 26% se ubica en un nivel “Bueno” en Facebook y con un nivel “Logrado” en fake news sobre la COVID-19; el 22% percibe un nivel “Bueno” en Facebook y en fake news sobre la COVID-19 con un nivel en “Proceso”; evidenciándose un 6% como nivel “Regular” en Facebook y un nivel “Logrado” de fake news sobre la COVID-19.

Figura 1: Distribución porcentual de relación entre las variables Facebook y las fake news sobre la COVID-19 en el adulto del distrito de Tumbes.



Fuente: Cuadro 1

Cuadro 5: Nivel de correlación de “r” de Pearson entre las variables Facebook y las fake news sobre la COVID-19 en el adulto del distrito de Tumbes.

		Facebook	Fake news sobre la COVID-19
Facebook	Correlación de Pearson	1	0,595**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	100	100
Fake news sobre la COVID-19	Correlación de Pearson	0,595**	1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	100	100

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

El cuadro 2, muestra el nivel de correlación entre las variables Facebook y las fake news sobre la COVID-19, siendo la significancia bilateral $p=0.00$, menor al nivel de significatividad de la investigación 0.05; por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación “Si existe relación inversa entre Facebook y las fake news sobre la COVID-19 en el adulto del distrito de Tumbes”, y un nivel de coeficiente de correlación positiva moderada de 0,595.

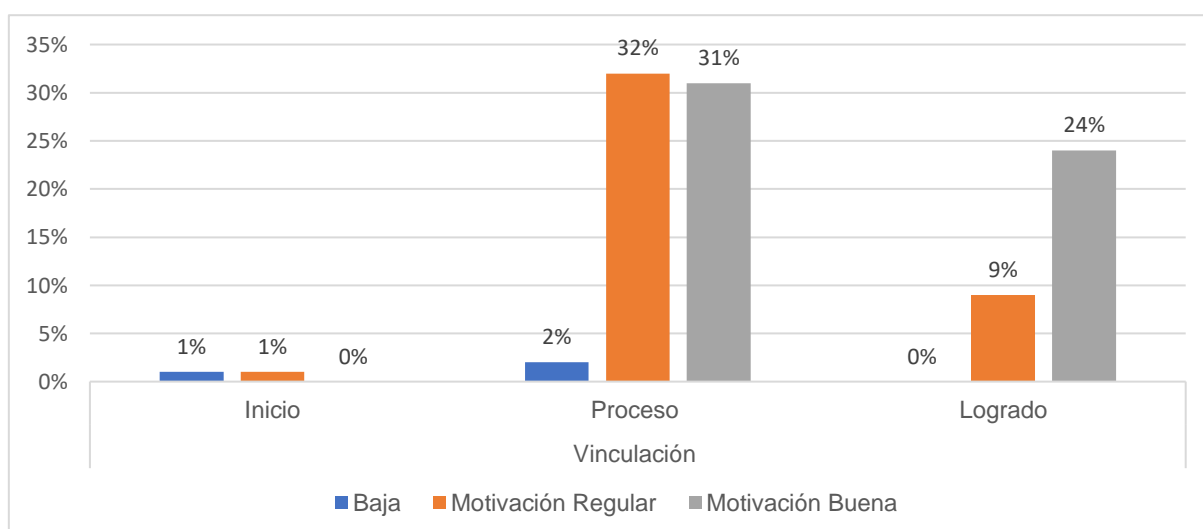
Cuadro 6: Nivel de correlación entre la dimensión vinculación y las fake news sobre la COVID-19 en el adulto del distrito de Tumbes.

		Fake news sobre la COVID-19				
			Inicio	Proceso	Logrado	Total
Vinculación	Baja	f	1	2	0	3
		%	1%	2%	0,0%	3%
	Regular	f	1	32	9	42
		%	1%	32%	9%	42%
	Buena	f	0	31	24	55
		%	0,0%	31%	24%	55%
	f	2	65	33	100	
Total	%	2%	65%	33%	100%	

Fuente. Cuestionario realizado a los adultos del distrito de Tumbes.

El cuadro 3, muestra el 32% de los adultos del distrito de Tumbes perciben un nivel de vinculación “Regular” y las fake news sobre la COVID-19 con un nivel en “Proceso”; el 31% de los adultos del distrito de Tumbes perciben un nivel de vinculación “Bueno” y las fake news sobre la COVID-19 con un nivel en “Proceso”; el 24% de los adultos del distrito de Tumbes perciben un nivel “Bueno” y las fake news sobre la COVID-19 con un nivel “Logrado”; evidenciándose un 9% como nivel “Regular” en la vinculación y “Logrado” en las fake news sobre la COVID-19.

Figura 2. Distribución porcentual de relación entre la dimensión Vinculación y las Fake news sobre la COVID-19.



Fuente: Cuadro 3

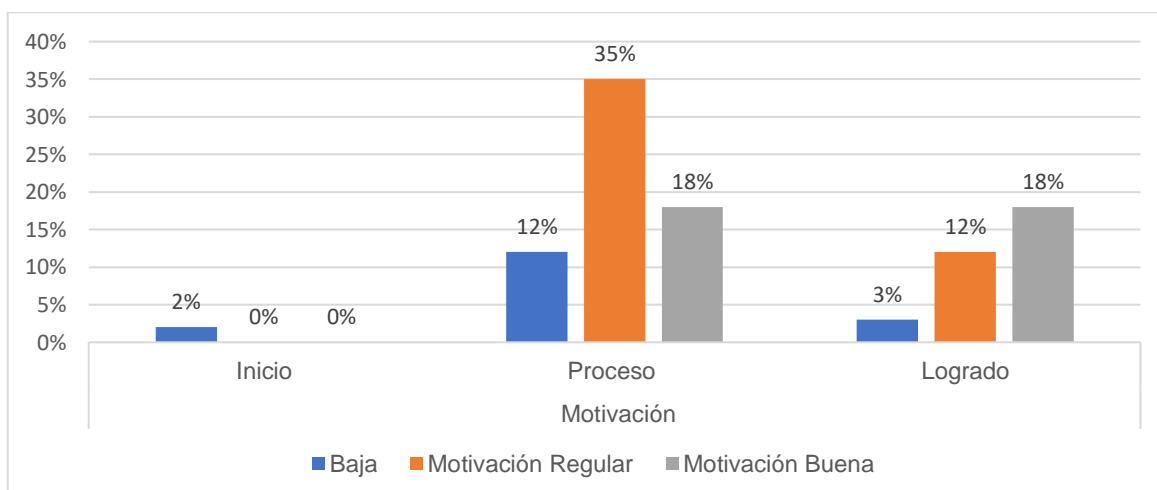
Cuadro 7: Nivel de correlación entre la dimensión motivación y las fake news sobre la COVID-19 en el adulto del distrito de Tumbes.

		Fake news sobre la COVID-19				
			Inicio	Proceso	Logrado	Total
Motivación	Baja	f	2	12	3	17
		%	2%	12%	3%	17%
	Regular	f	0	35	12	47
		%	0,0%	35%	12%	47%
	Buena	f	0	18	18	36
		%	0,0%	18%	18%	36%
	f	2	65	33	100	
Total	%	2%	65%	33%	100%	

Fuente. Cuestionario realizado a los adultos del distrito de Tumbes.

El cuadro 4, muestra el 35% de los adultos del distrito de Tumbes perciben un nivel de motivación “Regular” y las fake news sobre la COVID-19 con un nivel en “Proceso”; el 18% de los adultos del distrito de Tumbes perciben un nivel de motivación “Bueno” y las fake news sobre la COVID-19 con un nivel en “Proceso”; el 18% de los adultos del distrito de Tumbes perciben un nivel de motivación “Bueno” y las fake news sobre la COVID-19 con un nivel en “Logrado”; evidenciándose un 12% como nivel “Regular” en motivación y ”Logrado” en las Fake news sobre la COVID-19.

Figura 3. Distribución porcentual de relación entre la dimensión Motivación y las Fake news sobre la COVID-19.



Fuente: Tabla 4

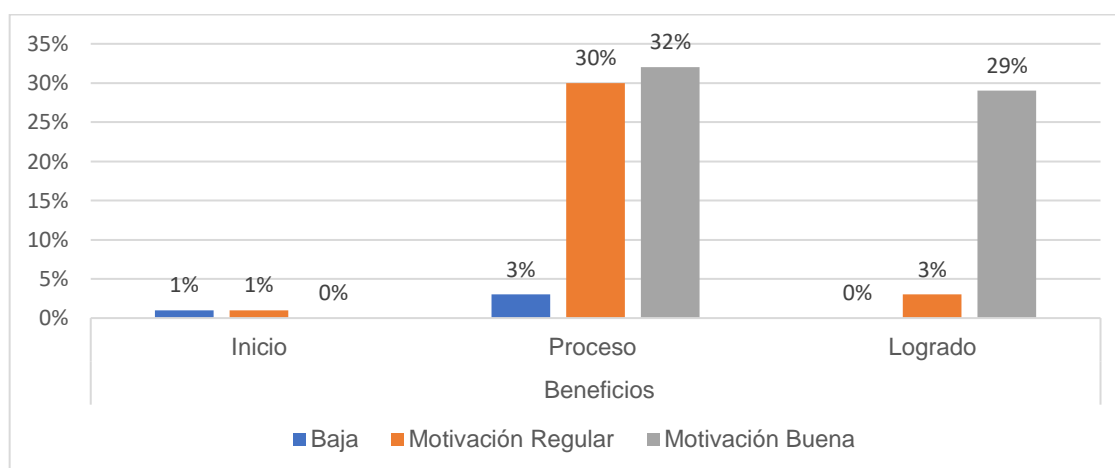
Cuadro 8: Nivel de correlación entre la dimensión beneficios y las fake news sobre la COVID-19 en el adulto del distrito de Tumbes.

		Fake news sobre la COVID-19				
			Inicio	Proceso	Logrado	Total
Beneficios	Baja	f	1	3	0	4
		%	1%	3%	0,0%	4%
	Regular	f	1	30	3	34
		%	1%	30%	3%	34%
	Buena	f	0	32	29	61
		%	0,0%	32%	29%	62%
	f	2	65	32	99	
Total	%	2%	66%	32%	100%	

Fuente. Cuestionario realizado a los adultos del distrito de Tumbes.

El cuadro 4, muestra que el 32% de los adultos del distrito de Tumbes perciben un nivel de beneficios “Bueno” y las fake news sobre la COVID-19 con un nivel en “Proceso”; el 30% de los adultos del distrito de Tumbes perciben un nivel de beneficios “Regular” y las fake news sobre la COVID-19 con un nivel en “Proceso”; el 29% de los adultos del distrito de Tumbes perciben un nivel de beneficios “Bueno” y las fake news sobre la COVID-19 con un nivel en “Logrado”; evidenciándose un 3% como nivel “Regular” en y “Logrado” en las Fake news sobre la COVID-19.

Figura 2. Distribución porcentual de relación entre la dimensión Beneficios y las Fake news sobre la COVID-19.



Fuente: Cuadro 5

4.2 DISCUSIÓN

La sección de discusión muestra la comparación, interpretación y relación de los resultados encontrados en estudios previos, analizando las implicancias y limitaciones de la investigación; además, confronta la perspectiva de autores, con el propósito de hallar diferencias o semejanzas ante los antecedentes de estudio en el marco teórico.

El estudio de investigación tiene como objetivo: “Determinar el nivel de relación Facebook y las fake news sobre la covid – 19 en el adulto del distrito de Tumbes, 2021”. Asimismo, cuenta con una muestra de 100 adultos del distrito de Tumbes, lo cual fueron evaluados con el instrumento de investigación – el cuestionario, con la finalidad de encontrar la relación que existe entre las variables, puesto que la Organización Mundial de la Salud – OMS (2020) señala, que en abril se cargaron 360 millones de videos en las diferentes plataformas digitales tales como WhatsApp, You Tube, Facebook e Instagram entorno a la covid - 19; sin embargo, en el mes de marzo se incrementó 550 millones de tuis denominados con distintos términos como: Coronavirus, covid-19, corona virus, covid-19 y pandemia. Además, han circulado fake news (Noticias falsas) ya sean mensajes, audios, imágenes y videos, mismos que afirman la ausencia del agente patógeno. Esto incentivo que la población ignorara las medidas de seguridad emitidos por el Estado; no obstante, esto contribuyó a que diversos medios de comunicación se vean influenciados por estas noticias falsas que han aumentado y expuesto al adulto incrementando angustia y temor tanto en su salud como en su integridad al compartir información falsa.

Los resultados del cuadro 04, muestra que el 41% de los adultos del distrito de Tumbes perciben un nivel “Regular” en Facebook y un nivel de fake news sobre la COVID-19 en “Proceso”; Asimismo, el 26% se ubica en un nivel “Bueno” en Facebook y con un nivel “Logrado” en fake news sobre la COVID-19; además, el 22% percibe un nivel “Bueno” en Facebook y en fake news sobre la COVID-19 con un nivel en “Proceso”; no se evidencia una concepción “Baja” en ambas variables. Los resultados coinciden con el estudio de Ávila (2021) quien señala que durante el fenómeno de la COVID-19, las fake news y la desinformación se ha mantenido vigente en Facebook, mismas que se han expandido con inmediatez por los mismos usuarios quienes han emitido diversas noticias falsas. Asimismo, citado

teóricamente Rodríguez (2021) menciona que la información que se emite en las plataformas sociales son universales, en ellas se divulgan fake news (noticias falsas) dado que la gente comparte noticias por diversas finalidades. Estas se deben a atajos cognitivos mismo que dependen del contexto.

Los resultados del cuadro 6, muestra la relación entre la dimensión Vinculación y las fake news sobre la COVID-19 en el adulto, señalando que el 32% de los adultos del distrito de Tumbes perciben un nivel de vinculación “Regular” y las fake news sobre la COVID-19 con un nivel en “Proceso”; Asimismo, el 31% de los adultos del distrito de Tumbes perciben un nivel de vinculación “Bueno” y las fake news sobre la COVID-19 con un nivel en “Proceso”; del mismo modo, el 24% de los adultos del distrito de Tumbes perciben un nivel “Bueno” y las fake news sobre la COVID-19 con un nivel “Logrado”; no se evidencia una concepción “Baja” en ambas variables. Los resultados coinciden con el estudio de Paquenco (2020) las fake news sobre la COVID-19 en las redes sociales muestra noticias manipuladas, engañosas, con contexto falso y fabricadas. Razón por la cual el usuario considera que este contenido noticioso de las redes sociales es emitido por personas inexpertas. Asimismo, citado teóricamente Archbold (2015, citado en Quispe, 2017) menciona que la vinculación posibilita a la persona el hacer visible esos conocimientos a diferentes usuarios a nivel mundial, mismo que permite el ampliar conexiones sociales de manera virtual y permite el conocer usuarios que aporten intereses por ambos lados.

Los resultados del cuadro 7, muestra la relación entre la dimensión Motivación y las fake news sobre la COVID-19 en el adulto, mencionando que el 35% de los adultos del distrito de Tumbes perciben un nivel de motivación “Regular” y las fake news sobre la COVID-19 con un nivel en “Proceso”; asimismo, el 18% de los adultos del distrito de Tumbes perciben un nivel de motivación “Bueno” y las fake news sobre la COVID-19 con un nivel en “Proceso”; de igual manera el 18% de los adultos del distrito de Tumbes perciben un nivel de motivación “Bueno” y las fake news sobre la COVID-19 con un nivel en “Logrado”; no se evidencia una concepción “Baja” en ambas variables. Los resultados coinciden con el estudio de Galet (2021) menciona que la información de las redes sociales influye de manera positiva en áreas académicas, laborales y sociales y en forma negativa generan trastornos y adicciones; además, la COVID-19 obligo a la sociedad a reinventarse en el contexto

digital a distintos grupos etarios. Asimismo, citado teóricamente Merodio (2016, citado en Vallejos, 2019) señala que está constituida por factores capaces de conducir la conducta hacia un objetivo; es decir, esta conduce e impulsa a la persona el preferir Facebook para intercambiar información con otros usuarios.

Los resultados del cuadro 8, muestra la relación entre la dimensión Beneficios y las fake news sobre la COVID-19 en el adulto, señalando que el 32% de los adultos del distrito de Tumbes perciben un nivel de beneficios “Bueno” y las fake news sobre la COVID-19 con un nivel en “Proceso”; asimismo, el 30% de los adultos del distrito de Tumbes perciben un nivel de beneficios “Regular” y las fake news sobre la COVID-19 con un nivel en “Proceso”; además, el 29% de los adultos del distrito de Tumbes perciben un nivel de beneficios “Bueno” y las fake news sobre la COVID-19 con un nivel en “Logrado”; no se evidencia una concepción “Baja” en ambas variables. Los resultados coinciden con el estudio de Vallejos (2018) menciona que las plataformas digitales son utilizadas por los educandos del 4to y 5to año mismo que utilizan la plataforma de Facebook de manera diaria esta la señalan como beneficio al permitirles conocer a nuevas personas. Del mismo modo, citado teóricamente Techlandia (2021) esta red social cuenta con millones de usuarios a nivel mundial, esta ofrece beneficios a sus usuarios el brindar la facilidad de comunicarse con personas de otras partes del mundo en tiempo real, asimismo el poder ofertar diversos productos o servicios.

V. CONCLUSIONES

En este capítulo las conclusiones, señalan respuestas sintetizadas y correctas sobre los objetivos planteados en la investigación.

El estudio determinó que el porcentaje alcanzado por los adultos del distrito de Tumbes, alcanzo un nivel "Regular" con un 41%. Asimismo, Facebook y las fake news sobre la Covid-19 se relacionan directamente, lo que implica que ambas variables tienen un coeficiente de correlación positiva moderada de 0,595; y su significancia bilateral es de 0.000, aceptándose la hipótesis de investigación.

En el estudio se logró mostrar que los adultos del distrito de Tumbes en la dimensión vinculación y la variable fake news sobre la Covid-19, alcanzado 32% del grupo etario con un nivel de "Regular" siendo esta directa. Indicando que existe relación entre la dimensión y la variable.

Además, se demostró que los adultos del distrito de Tumbes en la dimensión motivación y la variable fake news sobre la Covid-19, alcanzando un 35% en el grupo etario con un nivel "Regular" y en "Proceso" las fake news sobre la Covid-19, se relacionan directamente.

Los resultados confirman que, los adultos del distrito de Tumbes en la dimensión beneficios y la variable fake news sobre la Covid-19, alcanzando un 32% del grupo etario con un nivel "Bueno" y en "Proceso" las fake news sobre la Covid-19, se relaciona directamente.

VI. RECOMENDACIONES

En las recomendaciones, el autor propone propuestas de solución al problema investigado, de acuerdo a los resultados obtenidos del estudio.

Se recomienda a los adultos del distrito de Tumbes, optar por buscar información verídica la cual este respaldada por páginas verificadas por los medios tradicionales, para evitar caer en fake news (noticias falsas) sobre la Covid-19 en la red social Facebook y ser difusores de la información.

Asimismo, que tras fenómeno de la COVID-19, los diversos grupos etarios, especialmente el grupo de 50 a 60 años, deben tomar las medidas correspondientes, al tener como antecedente la pandemia en la que las red social de Facebook se convirtió en un escenario de propagación de fake news sobre la COVID-19, cuya veracidad de la información es emitida a nivel mundial la cual afecta al estado socioemocional del adultos del distrito de Tumbes.

Por otro lado, se recomienda a los jóvenes el instruir de manera adecuada a los padres de familia, para generar un uso responsable de esta herramienta global para la difusión de información verídica para de esta forma evitar la propagación de fake news (noticias falsas) en la red social de Facebook sobre la Covid-19.

De la misma manera se busca recomendar a los próximos investigadores de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación, estudiar e investigar la red social de Facebook y las fake news sobre la Covid-19, al demostrarse que este grupo etario comparten, generan y propagan noticias falsas, dado que no comprueban la veracidad e importancia de generar este contenido verídico.

Igualmente, se recomienda tantos entes educativos, entidades públicas y privadas, hacer una difusión o talleres informativos de los riesgos a los que se expone a al adultos y los diversos grupos etarios al propagar información falsa sobre la Covid-19.

Para dar por concluido, se recomienda el generar un uso responsable de la diversa información de la Covid-19 para que de esta manera se logre concientizar a los diversos grupos etarios de este riesgo que se genera muchas veces en la red social Facebook como lo son las fake news (noticias falsas) de la Covid-19.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ¿Cuáles son los beneficios de Facebook? | Techlandia. (2021). Recuperado de https://techlandia.com/cuales-son-beneficios-facebook-info_402345/
- ¿Qué significa el término fake news en español? (2019). Recuperado de https://compromiso.atresmedia.com/levanta-la-cabeza/actualidad/que-significa-termino-fake-news-espanol_201903295c9e03b80cf2fb2ce3661bdf.html
- Acosta, J., y Iglesias, S. (2020). COVID-19: Desinformación en redes sociales. *Revista Del Cuerpo Médico Hospital Nacional Almanzor Aguinaga Asenjo*, 13(2), 217-218. Recuperado de <https://doi.org/10.35434/rcmhnaaa.2020.132.678>
- Arias, F. G. (2006). *El Proyecto de Investigación*. Caracas, Venezuela: Episteme.
- Ávila, L. (2021). *Influencia de las noticias falsas en redes sociales en el contexto de la Covid-19*. [Tesis de pregrado]. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/16326/1/T-UCSG-POS-MPGC-15.pdf>
- Casas Anguita, J., Repullo Labrador, J., & Donado Campos, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. *Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I)*. *Atención Primaria*, 31(8), 527-538. Retrieved from <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-la-encuesta-como-tecnica-investigacion--13047738>
- Cipagauta, C. (2018). *La importancia de las Redes Sociales en la sociedad actual - UMBVirtual*. Recuperado de <https://umbvirtual.edu.co/la-importancia-de-las-redes-sociales-en-la-sociedad-actual/>
- Corbin, J.A. (2017). *Los 10 tipos de Redes Sociales y sus características*. Recuperado de <https://psicologiaymente.com/social/tipos-de-redes-sociales>
- Coreas, G., Mejía, W. y Ventura, J. (2019). *Las noticias falsas (fake news) y su incidencia en la credibilidad del periodismo salvadoreño*. [Tesis de pregrado]. Universidad Técnica de El Salvador. Recuperado de <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/tesis/941001209.pdf>
- Díaz, R (2018). *Impacto de las redes sociales en la vida de los habitantes de la comunidad El Jícaro, del Municipio de Estelí de Agosto a diciembre de 2017*. [Tesis de pregrado]. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua. recuperado de <https://repositorio.unan.edu.ni/8709/7/18668.pdf>
- Digital Guide. (2020). *¿Qué son las fake news? Definición, tipos y métodos para identificarlas*. Recuperado de <https://www.ionos.es/digitalguide/online-marketing/redes-sociales/que-son-las-fake-news/>

- Esneca. (2020). Fake news: 10 noticias falsas sobre el coronavirus. recuperado de [from https://www.esneca.com/blog/fake-news-coronavirus/](https://www.esneca.com/blog/fake-news-coronavirus/)
- Facebook. (26 de junio de 2021). en Wikipedia. Recuperado de <https://es.wikipedia.org/wiki/Facebook>
- Fake news (noticias falsas) | Economipedia. (2021). Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/fake-news-noticias-falsas.html>
- Fake news y sus riesgos en tiempos de covid 19 | welivesecurity. (2020). Recuperado de <https://www.welivesecurity.com/la-es/2020/07/02/fake-news-riesgos-covid-19/>
- Fake news. (26 de junio de 2021). en Wikipedia. Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Fake_news
- Fernández, J. (2021). Tipos de redes sociales y sus características. Recuperado de <https://www.inboundemotion.com/blog/tipos-de-redes-sociales-y-sus-caracter%C3%ADsticas>
- Galeth, A. (2021). *El impacto de las redes sociales en la interacción familiar en adultos jóvenes durante la pandemia del COVID-19 en la Ciudad de Quito. [Tesis de pregrado]. Universidad Internacional Sek.* Recuperado de <https://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/4083/1/Amalia%20Grisel%20Galeth%20Moreira.pdf>
- Gestión, R. (2021). Tumbes: gobernador descarta caso de nueva variante del COVID-19 | VIDEO. Recuperado de <https://gestion.pe/peru/tumbes-gobernador-descarta-caso-de-nueva-variante-del-covid-19-video-npp-noticia/>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. México: S.A. DE C.V. Recuperado de https://campusvirtual.untumbes.edu.pe/pluginfile.php/74142/mod_resource/content/1/METODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION_SAMPIERI-20206TA-20EDICION.pdf
- Hurtado, I., Toro, J. (2005). Paradigmas y métodos de investigación en tiempos de cambio. Venezuela: Printed in Venezuela. Recuperado de <https://epinvestsite.files.wordpress.com/2017/09/paradigmas-libro.pdf>
- Importancia de las Redes Sociales en el Entorno Digital - Alfabetización Digital. (2017). Recuperado de <https://www.alfabetizaciondigital.redem.org/importancia-de-las-redes-sociales-en-el-entorno-digital/>
- Larrea, J. (2017). *Influencia del uso de las redes sociales en las relaciones interpersonales de los alumnos de 1° y 5° año de secundaria de la i.e José Gálvez Egúsqüiza, Cajabamba, Cajamarca.* [tesis de pregrado]. Recuperado de

https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/3646/1/RE_COMU_JOSELYN.LARREA_USO.DE.REDES.SOCIALES_DATOS.PDF

Las personas mayores de 65 caen más en la trampa de las 'fake news'. (2020). recuperado de https://compromiso.atresmedia.com/levanta-la-cabeza/actualidad/personas-mayores-caen-mas-trampa-fake-news_202006085eddf14c65c5ab0001f2c7c2.html

Las redes sociales favorecen la proliferación de noticias falsas. (2021). Recuperado de https://www.nationalgeographic.com.es/ciencia/redes-sociales-favorecen-proliferacion-noticias-falsas_16641

Los mayores de 50 (y no los jóvenes) son quienes más noticias falsas comparten. (2020). Recuperado de <https://theconversation.com/los-mayores-de-50-y-no-los-jovenes-son-quienes-mas-noticias-falsas-comparten-141649>

Mejía, A., Moran, E. (2017). Metodología de la investigación “Guía Didáctica”, Chiclayo, Perú: Gráfica Vidal.

Mejía, V (2015). *Análisis de la influencia de las redes sociales en la formación de los jóvenes de los colegios de Canton Yaguachi*. [Tesis de pregrado]. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7468/1/TESIS%20%20COMPLETA.pdf>

Miranda, I. y Sandoval, J. (2019). *Fake news y credibilidad de los medios de comunicación digitales en Lima Perú. Caso: suicidio de Alan García*. [Tesis de pregrado]. Universidad Tecnológica del Perú. Recuperado de https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2720/John%20Sandoval_Irving%20Miranda_Trabajo%20de%20Suficiencia%20Profesional_Titulo%20Profesional_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Molina, G y Toledo, R (2014) “Las Redes Sociales y su Influencia en el comportamiento de los adolescentes, estudio a realizarse en cuatro colegios de la Ciudad De Cuenca con los alumnos de primer año de bachillerato”. Recuperado de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/3659/1/10335.PDF>

Morduchowicz, R. Marcon, A. Sylvestre, V. Ballestrini, F. (2010). Los Adolescentes y las redes sociales. Ministerio de Educación de la Nación, Escuela y Medios. Recuperado de: <http://www.protectora.org.ar/wp-content/2010/marzo%202010/los%20adolescentes%20y%20las%20redes%20sociales.pdf>

Navarro, X (2020). *El Uso de la Aplicación Zoom y La Comunicación Interna en los Estudiantes De La Escuela Profesional Ciencias De La Comunicación, Untumbes, 2020*. [Tesis de pregrado]. Universidad Nacional de Tumbes recuperado de

<http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/2340/TE SIS%20-%20NAVARRO%20LEON.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Noticias falsas en tiempos de pandemia | Universidad de Lima. (2021). Recuperado de <https://www.ulima.edu.pe/entrevista/julio-cesar-mateus-08-05-2020>

Ortiz, E. (2012). Los Niveles Teóricos y Metodológicos en la Investigación Educativa. *Cinta De Moebio*, (43), 14-23. doi: 10.4067/s0717-554x2012000100002 Recuperado de <https://www.moebio.uchile.cl/43/ortiz.html>

Pacheco, O. (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 pregrado]. Universidad Nacional De San Agustín De Arequipa. Recuperado de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12773/11648/CCcuarl.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Paco, F (2017). *La red social Facebook y su incidencia con la trata y tráfico*. [Tesis de pregrado]. Universidad Mayor de San Andrés. Recuperado de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/11741/TG-3936.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Pardo, A. (2021). Por qué son importantes las redes sociales para ti. Recuperado de <https://blog.g4marketingonline.com/por-que-son-importantes-las-redes-sociales-para-ti>

Pérez, C. (2020). *Desarrollo y ejecución de la comunicación audiovisual en redes sociales para la comunidad de Vencedores*. [tesis de pregrado]. Recuperado de <http://200.31.31.137:8080/bitstream/ucasagrande/2523/1/Tesis2747PERd.pdf>

Perú, E., & Perú, R. (2021). Essalud señala como falsa la programación de vacunación de personas menores de 60 años que circula en redes sociales. Recuperado de <https://elcomercio.pe/lima/sucesos/essalud-senala-como-falsa-la-programacion-de-vacunacion-de-personas-menores-de-60-anos-que-circula-en-redes-sociales-pandemia-del-covid-19-coronavirus-nndc-noticia/>

Preciado, M (2020). *Intoxicación digital en tiempo de covid-19 en el distrito de Tumbes, 2020*. [Tesis de pregrado]. Universidad Nacional de Tumbes recuperado de <http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/2335/TE SIS%20-%20PRECIADO%20HAVEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Quispe, M. (2017). *Facebook y su influencia en el aprendizaje del idioma inglés en los estudiantes del centro de idiomas de la Escuela de Posgrado de la*

universidad Nacional Enrique Guzmán y valle. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle alma máter del magisterio nacional. [Tesis de posgrado] Recuperado de <https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/1499/TM%20CE-Du%203199%20%20R1%20-%20Ramirez%20Quispe.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rodríguez, A., Pérez, A. (2017) Métodos científicos de indagación y construcción del conocimiento (Enero-Junio). EAN. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n82/0120-8160-ean-82-00179.pdf>

Rodríguez, Daniela. (8 de mayo de 2020). 14 ventajas y Desventajas de Facebook. Liferder. Recuperado de <https://www.liferder.com/ventajas-desventajas-facebook/>.

Roldan, C. (2021). La Circulación de noticias falsas en las redes sociales. Recuperado de <https://justicialarioja.gob.ar/index.php/typography/noticias-e-informacion-general/555-la-circulacion-de-noticias-falsas-en-las-redes-sociales>

Romero, H. y Torres, D. (2020). *Estrategias para identificar fake news en Facebook y competencias digitales en usuarios machaleños para evitar desinformación en noticias sobre covid-19.* [Tesis de pregrado] Universidad Técnica de Machala. Recuperado de http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/16413/1/T-3969_ROMERO%20ROMERO%20HEIDY%20JAZMIN.pdf

Romo, A (2018). 23 ventajas y Desventajas de las Redes Sociales en 2021. Recuperado de <https://neoattack.com/ventajas-y-desventajas-de-las-redes-sociales/>

Salguero, A. (2012). *Análisis del impacto de la publicidad digital en los adolescentes a través de las redes sociales Facebook y Twitter durante el periodo 2008-2011* [Tesis de pregrado], Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito. Recuperado de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3774/1/UPS-QT03315.pdf>

Silup, J. (2020) *Facebook y decisión de compra de los clientes de la empresa Fiberworks en San Juan de Lurigancho, 2020.* [Tesis de pregrado]. recuperado de file:///C:/Users/USER/Downloads/Silupe_HMJL-SD.pdf

Tamayo y Tomayo, M. (2000) *El Proceso de la Investigación científica.* Editorial Limusa S.A. México.1997.

Tapia, R. (2020). *Las fake news: impacto social y nuevos desafíos para los servicios de información.* [Tesis de pregrado]. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Recuperado de <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/15620>

Teoría de los dos factores (25 de junio de 2021). en Wikipedia. Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa_de_los_dos_factores

Vacunación de adultos mayores: EsSalud desmiente cadena de WhatsApp. (2021). Retrieved 10 June 2021, from <https://canaln.pe/actualidad/vacunacion-adultos-mayores-essalud-desmiente-cadena-whatsapp-n432670>

Vallejos, Y. (2019). *La red social Facebook en la interacción virtual de los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del colegio particular "Universia"*. [Tesis de pregrado]. Universidad Señor de Sipán. Recuperado de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6198/Vallejos%20Armijos%20Yesenia%20Anali.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

ANEXO 1. Matriz de consistencia del estudio de investigación

FACEBOOK Y LAS FAKE NEWS SOBRE LA COVID-19 EN EL ADULTO DEL DISTRITO DE TUMBES, 2021

PROBLEMA PRINCIPAL	OBJETIVOS GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	METODOLOGÍA				
			Variable 1: Facebook				
			DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	ITEMS	ÍNDICE
¿Cuál es el nivel de relación de Facebook y las fake news sobre la covid – 19 en el adulto del distrito de Tumbes, 2021?	Determinar el nivel de relación de Facebook y las fake news sobre la Covid – 19 en el adulto del distrito de Tumbes.	H1: Si existe relación entre Facebook y las fake news sobre la covid – 19 en el adulto del distrito de Tumbes. H0: No existe relación entre Facebook y las fake news sobre la covid – 19 en el adulto del distrito de Tumbes.	Vinculación	- Muro o inicio. - Chat o mensaje. - Video y Fotos.	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario Aplicada al adulto del distrito de Tumbes	1,2,3 ,4,5,6 ,7,8,9	Likert Ordinal
P. ESPECÍFICOS			Motivación	- Factores. extrínsecos. - Factores. intrínsecos.		,10,11 ,12,13	
a) ¿Cuál es el nivel de relación de la dimensión vinculación y las fake news sobre la covid – 19 en el adulto del distrito de Tumbes?	O. ESPECÍFICOS a) Establecer el nivel de relación de la dimensión vinculación y las fake news sobre la covid – 19 en el adulto.	H. ESPECÍFICAS H1: Si existe el nivel de relación de la dimensión vinculación y las fake news sobre la covid – 19 en el adulto. H0: No existe el nivel de relación de la dimensión vinculación y las fake news sobre la covid – 19 en el adulto.	Beneficios	- Amigos. - Grupos. - Entretenimiento. - Producto.		14,15 ,16,17 ,18,19 ,20,21	
			Variable 2: Fake news sobre la COVID-19				
			DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	ITEMS	ÍNDICE
b) ¿Cuál es el nivel de relación de la dimensión motivación y las fake news sobre la covid – 19 en el adulto del distrito de Tumbes?	b) Establecer el nivel de relación de la dimensión motivación y las fake news sobre la covid – 19 en el adulto.	H1: Si existe el nivel de relación de la dimensión motivación y las fake news sobre la covid – 19 en el adulto. H0: No existe el nivel de relación de la dimensión motivación y las fake news sobre la covid – 19 en el adulto.	Tipos de desinformación de las fake news	- Noticias parodia - Noticias engañosas - Noticias impostoras - Noticias fabricadas - Noticias falsamente conectadas - Noticias con contexto falso - Noticias manipuladas	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario Aplicada al adulto del distrito de Tumbes	1,2 ,3,4 ,5, 6 ,7,8 ,9,10 ,11,12 ,13,14	Likert Ordinal
c) ¿Cuál es el nivel de relación de la dimensión beneficios y las fake news sobre la covid – 19 en el adulto del distrito de Tumbes?	c) Medir el nivel de relación de la dimensión beneficios y las fake news sobre la covid – 19 en el adulto.	H1: Si existe el nivel de relación de la dimensión beneficios y las fake news sobre la covid – 19 en el adulto. H0: No existe el nivel de relación de la dimensión beneficios y las fake news sobre la covid – 19 en el adulto.		Componentes de las Fake news		- Titular impactante - Una relación que afirma o indigna - Una apariencia legítima y confiable.	

MÉTODO Y DISEÑO	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	ESTADÍSTICA																		
<p>TIPO DE ESTUDIO:</p> <p>El estudio tiene un enfoque CUANTITATIVO, tipo de investigación Correlacional.</p> <p>DISEÑO DE ESTUDIO: El diseño de la investigación es No experimental, tiene como propósito medir la relación que existe entre la variable 1 y variable 2. Estudio, de corte transversal, prospectivo y micro sociológico.</p> <p>GRÁFICA</p> <div style="text-align: center;"> </div> <p>Donde:</p> <p>M = Muestra constituida por los adultos del distrito de Tumbes.</p> <p>O₁ = Observación de Facebook en los adultos del distrito de Tumbes.</p> <p>O₂ = observación de las fake news sobre la COVID-19 en los adultos del distrito de Tumbes.</p> <p>r = relación entre las variables O₁ o O₂</p>	<p>POBLACIÓN:</p> <p>Para la elaboración del estudio de investigación, se ha considerado a los adultos del distrito de Tumbes del grupo etario de 50 a 60 años.</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>Grupo etario</th> <th>Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>50 – 52</td> <td>3,366</td> </tr> <tr> <td>53 – 55</td> <td>3,093</td> </tr> <tr> <td>56 – 58</td> <td>2,824</td> </tr> <tr> <td>59 – 60</td> <td>1,667</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>10,950</td> </tr> </tbody> </table> <p>MUESTRA:</p> <p>La muestra se determinó aplicando el muestreo aleatorio simple para los adultos del distrito de Tumbes, se empleó la fórmula estadística para calcular el tamaño de la muestra, quedando conformada la muestra cómo se indica en el siguiente cuadro:</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>Grupo etario</th> <th>Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>50 – 60 años</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>10,950</td> </tr> </tbody> </table>	Grupo etario	Total	50 – 52	3,366	53 – 55	3,093	56 – 58	2,824	59 – 60	1,667	Total	10,950	Grupo etario	Total	50 – 60 años	100	Total	10,950	<p>Para esta investigación se plantea como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario.</p> <p>CUESTIONARIO: Aplicado a los adultos del distrito de Tumbes.</p> <p>Administración: Se aplicará el cuestionario de forma aleatoria a los adultos del distrito de Tumbes.</p> <p>Duración: Es variable, aproximadamente 30 minutos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ámbito de aplicación: A los adultos del distrito de Tumbes. - Finalidad: Determinar el nivel de relación Facebook y las fake news sobre la covid - 19 en el adulto del distrito de Tumbes. - Características: El instrumento consta de 41 ítems, el mismo que cada uno se seleccionará para cada uno de los adultos de acuerdo a su naturaleza de las variables de estudio, donde los participantes marcarán con una aspa en el casillero que crea conveniente tomando en cuenta la escala de tipo de Likert. - Confiabilidad: El cuestionario ha sido elaborado teniendo en cuenta los estándares de calidad de IPEBA y EFQM. Asimismo, se ha parafraseado a un lenguaje más sencillo para su comprensión. - Validez confiabilidad: El instrumento será validada por un “juicio de expertos” especializado en la materia y para la confiabilidad <p>MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS:</p> <p>Para el método de análisis de datos, la información de los resultados obtenidos del instrumento de investigación (Cuestionario), se trabaja en una tabla de matriz de datos en el programa Microsoft Excel 2013, teniendo en cuenta la sistematización de las variables de estudio, dimensiones e indicadores. Mediante el procesamiento de la información se elaborarán tablas y figuras estadísticas para una mejor interpretación y comprensión de los resultados obtenidos, de acuerdo a los objetivos del estudio de la investigación. Además, para la comprobación de hipótesis se aplicará la prueba estadística “r” de Pearson, el aplicativo SPSS versión 22 determinará si se acepta o se rechaza la hipótesis de investigación o la nula. En tal sentido, al análisis de los resultados se elaborarán las conclusiones que darán respuesta a los objetivos y preguntas de la investigación.</p>	<p>Luego de aplicadas las pruebas se procederá a crear una base de datos para pasar las respuestas y finalmente, se codificarán los resultados a través del método estadístico del Coeficiente de Pearson en el programa SPSS (versión 22 para Windows) y el programa Microsoft Excel (versión 2014).</p>
Grupo etario	Total																				
50 – 52	3,366																				
53 – 55	3,093																				
56 – 58	2,824																				
59 – 60	1,667																				
Total	10,950																				
Grupo etario	Total																				
50 – 60 años	100																				
Total	10,950																				

ANEXO 2

Instrumento de investigación aplicado a los adultos del distrito de Tumbes para la recopilación de datos

CUESTIONARIO

FACEBOOK Y LAS FAKE NEWS SOBRE LA COVID-19 EN EL ADULTO DEL DISTRITO DE TUMBES, 2021

I. DATOS GENERALES:

Grupo etario al que pertenece:

() 20-40

() 50-60

() 70-80

OBJETIVO:

Determinar el nivel de relación de Facebook y las fake news sobre la COVID-19 en el adulto del distrito de Tumbes.

INDICACIONES: Este cuestionario está constituido por 41 ítems, y en él se considerado trabajar con la siguiente escala de Likert.

5= Totalmente de acuerdo 4= De acuerdo 3= Ni en acuerdo ni en desacuerdo
2= En desacuerdo 1= Totalmente en desacuerdo

Marque las alternativas de la manera más sincera posible, con un aspa solo una de las valoraciones de la escala (5; 4; 3; 2; 1) que usted considere prudente. El cuestionario es anónimo y tiene una duración de 30 minutos.

Gracias por su consideración.

**FACEBOOK Y FAKE NEWS SOBRE LA COVID-19 EN EL
ADULTO DEL DISTRITO DE TUMBES, 2021**

VARIABLE 1: FACEBOOK

DIMENSIÓN: VINCULACIÓN

Escala valorativa: 5= Totalmente de acuerdo
3= Ni en acuerdo ni en desacuerdo
1= Totalmente en desacuerdo

4= De acuerdo
2= En desacuerdo

INDICADOR / ÍTEMS		Escala valorativa				
		5	4	3	2	1
INDICADOR: MURO O INICIO						
1	La información que presenta la página de inicio de Facebook es de su interés personal.					
2	¿Encuentra información relevante en las publicaciones del inicio de Facebook?					
3	¿La página de inicio Facebook le brinda información actualizada acorde a su necesidad?					
INDICADOR: CHAT						
4	¿La información que se brinda en el chat de Facebook es relevante para usted?					
5	¿La información del chat de Facebook refuerza sus relaciones interpersonales?					
6	¿La información sobre la COVID-19 del chat es confiable y comparte con sus pares?					
INDICADOR: VIDEOS Y FOTOS						
7	¿La información que se visualiza a través de los videos en Facebook son de su interés personal?					
8	¿Considera que la fotografía que acompaña a la publicación le da credibilidad a la información difundida en Facebook?					
9	¿Considera que los videos y las fotos publicados en la red social Facebook son relevantes por su función informativa?					

DIMENSIONES: MOTIVACIÓN

INDICADOR / ÍTEMS		Escala valorativa				
		5	4	3	2	1
INDICADOR: FACTORES EXTRÍNSECOS						
10	¿La información brindada en Facebook desarrolla su crecimiento en el aspecto social?					
11	¿Cree usted que la información que muestra Facebook está influenciando en su sociabilización de su entorno?					
INDICADOR: FACTORES INTRÍNSECOS						
12	¿Facebook ejerce en usted el sentido de responsabilidad?					
13	¿Usted se siente autorrealizado por su interacción en la red social Facebook?					

DIMENSIÓN: BENEFICIOS

INDICADOR / ÍTEMS		Escala valorativa				
		5	4	3	2	1
INDICADOR: AMIGOS						
14	¿La red social Facebook facilita a usted la comunicación entre sus amigos?					
15	¿La aplicación de Facebook le ha permitido reforzar los vínculos amicales?					
INDICADOR: GRUPO						
16	¿La red social Facebook le ha permitido integrarse a grupos de su interés?					
17	¿Considera que su proceso de interacción con los usuarios se ha fortalecido por integrarse a grupos existentes en Facebook?					
INDICADOR: ENTRETENIMIENTO						
18	¿Considera que Facebook se ha convertido en una de las redes sociales de mayor entretenimiento durante la pandemia de la Covid-19?					
19	¿Facebook para usted cumple con la función de entretenimiento en su uso diario?					
INDICADOR: PRODUCTO						
20	¿Considera que Facebook ha sido el medio principal de ofertar productos de bioseguridad durante la pandemia?					
21	¿Considera que la red social Facebook le garantiza la compra de productos?					

VARIABLE 2: FAKE NEWS SOBRE LA COVID-19

DIMENSIÓN: TIPOS DE DESINFORMACIÓN DE LAS FAKE NEWS

INDICADOR / ÍTEMS		Escala valorativa				
		5	4	3	2	1
INDICADOR: NOTICIAS PARODIA						
1	¿Considera usted que las noticias humorísticas ayudan a la desinformación de la Covid-19?					
2	¿Comparte usted noticias humorísticas en su red social de Facebook sobre el Covid-19?					
INDICADOR: NOTICIAS ENGAÑOSAS						
3	¿Encuentra usted noticias engañosas sobre la Covid-19 en la red social Facebook en su interacción diaria?					
4	¿Usted ha compartido noticias engañosas durante la pandemia de la Covid-19 en su red social de Facebook?					
INDICADOR: NOTICIAS IMPOSTORAS						
5	¿Considera usted que se han emitido noticias falsas sobre la covid-19 en la red social de Facebook?					
6	¿Cree que en la red social Facebook se muestran noticias falsas sobre la Covid-19?					
INDICADOR: NOTICIAS FABRICADAS						
7	¿Considera usted que a través de Facebook se emiten noticias inventadas sobre la Covid-19?					
8	¿Usted considera que las noticias fabricadas del Covid-19 que aparecen en Facebook afectan a su estado socioemocional?					

INDICADOR: NOTICIAS FALSAMENTE CONECTADAS					
9	¿Considera usted que en la red social Facebook publican noticias con expectativas falsas sobre la Covid-19?				
10	¿Considera usted que las noticias con fines falsos son expuestas en la red social Facebook de manera intencional?				
INDICADOR: NOTICIAS CON CONTEXTO FALSO					
11	¿Ha recibido usted contenido noticioso con contexto falso de la Covid-19 a través de la red social Facebook?				
12	¿Usted ha compartido en Facebook noticias con contexto falso sobre la Covid-19 durante el estado de emergencia?				
INDICADOR: NOTICIAS MANIPULADAS					
13	¿Considera usted que a través de la red social Facebook se difunden noticias manipuladas sobre la Covid-19 en las publicaciones diarias?				
14	¿Considera que en la red social Facebook se visualizan noticias manipuladas de la Covid-19?				

DIMENSIÓN: COMPONENTES DE LAS FAKE NEWS

INDICADOR / ÍTEMS		Escala valorativa				
		5	4	3	2	1
INDICADOR: TITULAR IMPACTANTE						
15	¿Usted comparte una noticia del Facebook sobre la Covid-19 por contener un titular impactante durante el estado de emergencia?					
16	¿Considera usted que las noticias que se visualizan en la red social Facebook atraen su atención por tener un titular impactante sobre la Covid-19?					
INDICADOR: UNA REVELACIÓN QUE AFIRMA O INDIGNA						
17	¿En red social Facebook se han publicado o compartido revelaciones que afirman el contexto de la Covid-19?					
18	¿Considera usted que Facebook muestra consecuentemente revelaciones que le indignan de sobre la Covid-19?					
INDICADOR: UNA APARIENCIA LEGITIMA Y CONFIABLE						
19	¿Comparte usted en la red social de Facebook noticias con apariencias legitima sobre la Covid-19?					
20	¿Considera que Facebook muestra noticias confiables durante el periodo de la Covid-19?					

Gracias por su participación

ANEXO 3

Informe de similitud mediante el software Turnitin

Facebook y las fake news sobre la covid-19 en el adulto del distrito de Tumbes, 2021

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	renati.sunedu.gob.pe Fuente de Internet	4%
2	Submitted to Universidad Nacional de Tumbes Trabajo del estudiante	4%
3	www.dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	4%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 15 words

Excluir bibliografía

Activo

ANEXO 4

Escala de confiabilidad – Alfa de Cronbach – Índice de consistencia interna

➔ **Fiabilidad**

[Conjunto_de_datos0]

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Casos Válido	10	100,0
Excluido ^a	0	,0
Total	10	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,921	41

ANEXO 5

Constancia de validación del instrumento de investigación por el “Juicio de expertos”

Experto 01: Lingüística.

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, SAMUEL DAVID ANCAJIMA MENA, identificado con Documento Nacional de Identidad N° 40721106, de profesión Licenciado en Educación, con grado académico de Magister, labor que ejerzo actualmente como Docente de esta Casa Superior de Estudios.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado, “Encuesta para medir la relación entre Facebook y las fake news sobre la COVID-19 en el adulto del Distrito de Tumbes,2021” cuyo propósito es medir la relación entre Facebook y las fake news sobre la COVID-19 en el adulto del Distrito de Tumbes


Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.		X			
Amplitud del contenido a evaluar.		X			
Congruencia con los indicadores.	X				
Coherencia con las dimensiones.		X			

Apreciación total:

Muy adecuado () Bastante adecuado () A= Adecuado () PA= Poco adecuado () No adecuado () No aporta: ()

Tumbes, a los 31 días del mes de diciembre del 2021

Apellidos y nombres: Ancajima Mena, Samuel David **DNI:** 40721106 **Firma:** 

Experto 02: Metodólogo

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, ANIBAL MEJÍA BENAVIDES, identificado con Documento Nacional de Identidad N° 16442222, de profesión Licenciado en Educación con grado académico de DOCTOR, labor que ejerzo actualmente como Docente de esta Casa Superior de Estudios.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado, “Encuesta para medir la relación entre Facebook y las fake news sobre la COVID-19 en el adulto del Distrito de Tumbes,2021” cuyo propósito es medir la relación entre Facebook y las fake news sobre la COVID-19 en el adulto del Distrito de Tumbes

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.	X				
Amplitud del contenido a evaluar.	X				
Congruencia con los indicadores.	X				
Coherencia con las dimensiones.	X				

Apreciación total:

MA= Muy adecuado () BA= Bastante adecuado () A= Adecuado () PA= Poco adecuado () No adecuado () No aporta: ()

Tumbes, a los 18 días del mes de noviembre de 2021



MEJÍA BENAVIDES, ANIBAL
DNI: 16442222

Experto 03: Licenciado en ciencias de la comunicación.

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Mario Fernando Arbulú Castañeda, identificado con Documento Nacional de Identidad N° 41650620, de profesión Licenciado en Ciencias de la Comunicación, con grado académico de Magister, labor que ejerzo actualmente como Docente de esta Casa Superior de Estudios.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado, “Encuesta para medir la relación entre Facebook y las fake news sobre la COVID-19 en el adulto del Distrito de Tumbes,2021” cuyo propósito es medir la relación entre Facebook y las fake news sobre la COVID-19 en el adulto del Distrito de Tumbes

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

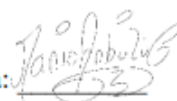
Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.	X				
Amplitud del contenido a evaluar.	X				
Congruencia con los indicadores.	X				
Coherencia con las dimensiones.	X				

Apreciación total:

Muy adecuado () Bastante adecuado () A= Adecuado () PA= Poco adecuado () No adecuado () No aporta: ()

Tumbes, a los 31 días del mes de diciembre del 2021

Apellidos y nombres: Mario Fernando Arbulú Castañeda **DNI:** 41650620 Firma:



ANEXO 6

Aplicación del cuestionario a la muestra de estudio.

FACEBOOK Y LAS FAKE NEWS SOBRE LA COVID-19 EN EL ADULTO DEL DISTRITO DE TUMBES, 2021

Marque las alternativas de la manera más sincera posible, con una aspa solo una de las valoraciones de la escala (5; 4; 3; 2; 1) que usted considere prudente. El cuestionario es anónimo y tiene una duración de 30 minutos.

* Required

Grupo etario al que pertenece *

- 20 - 40
- 50 - 60
- 70 - 80

FACEBOOK Y LAS FAKE NEWS SOBRE LA COVID-19 EN EL ADULTO DEL DISTRITO DE TUMBES, 2021

Se registro tu respuesta, gracias por el tiempo brindado

[Enviar otra respuesta](#)

Google no creó ni aprobó este contenido.
[Denunciar abuso](#) - [Condiciones del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

ANEXO 7

Calificación del cuestionario de las variables y dimensiones del estudio.

Variable 1: Facebook.

Reactivo	Facebook														
	Vinculación														
	Muro o inicio			VTI	VTV	Chat			VTI	VTV	Videos y Fotos			VTI	VTV
	P1	P2	P3			P4	P5	P6			P7	P8	P9		
1	5	4	4	13	17	4	4	4	12	17	4	4	4	12	16
2	3	3	4	10	13	2	4	3	9	13	3	3	3	9	12
3	3	4	4	11	15	4	4	3	11	16	3	4	3	10	13
4	4	4	4	12	16	3	4	3	10	14	4	4	4	12	16
5	4	4	4	12	16	3	4	4	11	16	4	4	3	11	15
6	4	5	4	13	17	5	4	3	12	17	4	5	4	13	17
7	4	4	4	12	16	4	4	4	12	17	3	4	3	10	13
8	4	4	4	12	16	4	4	4	12	17	4	4	4	12	16
8	4	3	3	10	13	4	5	5	14	20	4	4	5	13	17
10	4	3	3	10	13	4	5	5	14	20	4	4	5	13	17
11	4	4	4	12	16	5	4	5	14	20	3	2	4	9	12
12	3	3	3	9	12	2	4	2	8	11	3	2	3	8	11
13	4	4	4	12	16	4	4	4	12	17	4	4	4	12	16
14	3	3	3	9	12	3	3	3	9	13	3	3	3	9	12
15	3	3	3	9	12	3	3	3	9	13	3	3	3	9	12
16	3	3	3	9	12	3	3	4	10	14	3	2	3	8	11
17	3	3	3	9	12	3	3	3	9	13	3	3	3	9	12
18	4	4	4	12	16	4	4	4	12	17	4	4	3	11	15
19	1	4	3	8	11	2	5	2	9	13	5	2	4	11	15
20	4	4	4	12	16	4	2	4	10	14	4	2	4	10	13
21	1	1	1	3	4	1	1	1	3	4	1	1	1	3	4
22	4	4	4	12	16	4	4	4	12	17	4	4	4	12	16
23	4	4	4	12	16	4	4	4	12	17	4	4	4	12	16
24	3	4	2	9	12	3	2	4	9	13	4	3	4	11	15
25	4	3	5	12	16	3	3	2	8	11	3	2	3	8	11

26	4	5	4	13	17	4	4	5	13	19	4	5	4	13	17
27	4	4	4	12	16	4	4	4	12	17	4	4	4	12	16
28	5	4	4	13	17	4	4	4	12	17	4	4	4	12	16
29	4	4	4	12	16	4	4	4	12	17	4	4	4	12	16
30	4	4	4	12	16	4	4	4	12	17	4	4	4	12	16
31	5	5	5	15	20	5	5	5	15	21	5	5	5	15	20
32	5	4	4	13	17	4	4	3	11	16	4	3	4	11	15
33	4	4	4	12	16	4	4	4	12	17	4	4	4	12	16
34	5	5	5	15	20	4	4	5	13	19	4	4	3	11	15
35	3	3	3	9	12	3	4	3	10	14	4	3	2	9	12
36	5	5	5	15	20	5	3	3	11	16	5	5	4	14	19
37	4	4	4	12	16	4	3	4	11	16	4	4	4	12	16
38	5	5	5	15	20	5	5	5	15	21	5	4	4	13	17
39	4	4	4	12	16	4	3	3	10	14	2	3	4	9	12
40	5	5	5	15	20	5	5	5	15	21	5	5	5	15	20
41	5	4	4	13	17	5	4	4	13	19	4	5	4	13	17
42	4	4	4	12	16	4	4	4	12	17	4	5	5	14	19
43	5	4	4	13	17	4	4	4	12	17	4	4	4	12	16
44	4	2	3	9	12	3	3	2	8	11	3	4	2	9	12
45	4	4	4	12	16	4	4	5	13	19	4	4	5	13	17
46	4	4	4	12	16	1	4	4	9	13	4	3	3	10	13
47	3	3	3	9	12	3	3	3	9	13	3	3	3	9	12
48	4	4	4	12	16	4	4	4	12	17	4	4	4	12	16
49	3	2	3	8	11	4	2	3	9	13	4	3	4	11	15
50	4	4	4	12	16	4	4	4	12	17	4	4	4	12	16
51	4	4	4	12	16	4	4	4	12	17	3	4	4	11	15
52	4	4	4	12	16	5	4	3	12	17	4	3	3	10	13
53	3	4	2	9	12	2	4	4	10	14	4	3	2	9	12
54	4	4	5	13	17	4	4	4	12	17	3	5	4	12	16
55	4	2	2	8	11	2	3	3	8	11	2	4	2	8	11
56	4	3	2	9	12	4	1	1	6	9	1	1	1	3	4
57	1	4	4	9	12	4	3	4	11	16	3	4	4	11	15
58	4	4	3	11	15	1	2	3	6	9	4	3	5	12	16

59	3	3	3	9	12	3	3	3	9	13	3	4	4	11	15
60	3	2	1	6	8	3	1	1	5	7	1	3	2	6	8
61	4	4	4	12	16	3	4	4	11	16	4	3	4	11	15
62	4	4	4	12	16	4	5	5	14	20	4	4	4	12	16
63	3	2	2	7	9	2	4	2	8	11	2	4	4	10	13
64	4	4	4	12	16	3	4	4	11	16	3	4	3	10	13
65	4	4	4	12	16	4	4	4	12	17	4	4	4	12	16
66	4	5	4	13	17	5	5	4	14	20	1	5	4	10	13
67	5	4	4	13	17	4	4	4	12	17	4	4	4	12	16
68	4	4	4	12	16	4	4	4	12	17	4	4	4	12	16
69	4	5	4	13	17	5	4	4	13	19	4	4	4	12	16
70	3	4	3	10	13	3	3	3	9	13	3	3	3	9	12
71	4	4	4	12	16	4	4	3	11	16	4	1	1	6	8
72	3	3	3	9	12	3	3	3	9	13	3	3	3	9	12
73	4	3	3	10	13	3	2	3	8	11	3	3	3	9	12
74	4	4	4	12	16	4	4	4	12	17	4	4	4	12	16
75	4	4	4	12	16	4	5	1	10	14	4	2	4	10	13
76	5	4	4	13	17	4	4	4	12	17	2	2	2	6	8
77	2	2	3	7	9	4	4	4	12	17	2	4	4	10	13
78	4	3	4	11	15	4	4	3	11	16	3	3	4	10	13
79	3	3	3	9	12	2	3	3	8	11	3	3	3	9	12
80	4	4	4	12	16	4	4	3	11	16	3	4	3	10	13
81	4	4	4	12	16	4	4	1	9	13	4	4	4	12	16
82	3	3	3	9	12	3	4	2	9	13	3	3	3	9	12
83	4	3	4	11	15	2	4	4	10	14	4	4	2	10	13
84	2	4	4	10	13	4	4	4	12	17	4	4	4	12	16
85	3	4	3	10	13	4	4	5	13	19	3	5	4	12	16
86	5	4	3	12	16	3	4	5	12	17	3	5	5	13	17
87	4	3	3	10	13	3	3	3	9	13	2	3	4	9	12
88	2	2	3	7	9	4	4	5	13	19	4	4	3	11	15
89	4	4	4	12	16	4	4	3	11	16	2	4	1	7	9
90	3	3	3	9	12	3	3	2	8	11	3	3	3	9	12
91	1	4	1	6	8	1	1	4	6	9	4	5	4	13	17

92	4	4	5	13	17	4	4	5	13	19	4	4	3	11	15
93	4	2	3	9	12	4	4	2	10	14	4	5	4	13	17
94	2	4	5	11	15	3	5	5	13	19	5	5	4	14	19
95	4	4	4	12	16	4	4	3	11	16	4	3	3	10	13
96	4	4	4	12	16	4	5	4	13	19	4	4	4	12	16
97	4	4	4	12	16	4	4	4	12	17	4	4	4	12	16
98	2	4	3	9	12	4	2	4	10	14	4	4	4	12	16
99	4	4	4	12	16	4	4	4	12	17	4	5	5	14	19
100	1	2	2	5	7	3	3	2	8	11	4	5	5	14	19

Reactivo	Facebook							
	Motivación							
	Factores Extrínsecos		VTI	VTV	Factores Intrínsecos		VTI	VTV
	P10	P11			P12	P13		
1	4	4	8	16	4	4	8	16
2	3	3	6	12	3	3	6	12
3	4	4	8	16	3	4	7	14
4	3	3	6	12	3	3	6	12
5	4	4	8	16	2	2	4	8
6	3	4	7	14	2	4	6	12
7	4	4	8	16	3	2	5	10
8	4	4	8	16	4	4	8	16
8	4	5	9	18	4	4	8	16
10	4	5	9	18	4	4	8	16
11	4	4	8	16	2	4	6	12
12	2	4	6	12	1	3	4	8
13	4	4	8	16	3	3	6	12
14	3	3	6	12	2	2	4	8
15	3	3	6	12	3	3	6	12
16	3	2	5	10	2	3	5	10
17	3	3	6	12	3	3	6	12
18	4	5	9	18	4	4	8	16
19	5	4	9	18	1	1	2	4
20	3	2	5	10	2	2	4	8
21	1	1	2	4	1	1	2	4
22	4	4	8	16	4	4	8	16
23	4	4	8	16	4	4	8	16
24	3	2	5	10	3	2	5	10
25	4	3	7	14	2	2	4	8
26	4	4	8	16	4	4	8	16
27	4	4	8	16	4	4	8	16
28	4	4	8	16	4	4	8	16

29	4	4	8	16	4	3	7	14
30	4	4	8	16	4	4	8	16
31	5	3	8	16	3	3	6	12
32	3	3	6	12	4	4	8	16
33	3	4	7	14	3	3	6	12
34	3	4	7	14	3	3	6	12
35	3	4	7	14	2	1	3	6
36	1	1	2	4	5	5	10	20
37	4	4	8	16	3	4	7	14
38	4	5	9	18	4	4	8	16
39	4	3	7	14	3	3	6	12
40	5	5	10	20	5	3	8	16
41	5	4	9	18	4	5	9	18
42	5	5	10	20	5	5	10	20
43	4	4	8	16	4	4	8	16
44	2	1	3	6	2	2	4	8
45	4	4	8	16	5	4	9	18
46	3	3	6	12	2	4	6	12
47	3	3	6	12	3	3	6	12
48	3	3	6	12	4	3	7	14
49	4	3	7	14	2	4	6	12
50	4	3	7	14	4	4	8	16
51	3	3	6	12	4	3	7	14
52	4	3	7	14	3	2	5	10
53	4	4	8	16	3	1	4	8
54	3	4	7	14	2	4	6	12
55	4	4	8	16	4	2	6	12
56	1	1	2	4	1	1	2	4
57	4	3	7	14	3	3	6	12
58	3	4	7	14	5	3	8	16
59	4	4	8	16	3	3	6	12
60	1	1	2	4	3	1	4	8
61	4	4	8	16	2	2	4	8

62	4	4	8	16	4	2	6	12
63	2	2	4	8	1	1	2	4
64	4	3	7	14	3	3	6	12
65	5	3	8	16	2	1	3	6
66	4	5	9	18	4	4	8	16
67	4	4	8	16	4	4	8	16
68	4	4	8	16	4	4	8	16
69	4	5	9	18	4	4	8	16
70	3	2	5	10	3	1	4	8
71	4	4	8	16	4	4	8	16
72	3	3	6	12	3	3	6	12
73	3	3	6	12	2	2	4	8
74	4	4	8	16	4	4	8	16
75	3	4	7	14	4	4	8	16
76	2	2	4	8	2	2	4	8
77	4	4	8	16	4	2	6	12
78	3	4	7	14	3	5	8	16
79	3	3	6	12	3	3	6	12
80	4	2	6	12	2	2	4	8
81	4	1	5	10	4	4	8	16
82	3	2	5	10	3	3	6	12
83	4	4	8	16	2	2	4	8
84	4	4	8	16	2	2	4	8
85	3	4	7	14	4	4	8	16
86	4	3	7	14	5	4	9	18
87	4	3	7	14	3	5	8	16
88	3	4	7	14	2	2	4	8
89	4	4	8	16	2	2	4	8
90	3	3	6	12	3	3	6	12
91	5	2	7	14	2	4	6	12
92	4	3	7	14	3	3	6	12
93	4	4	8	16	1	1	2	4
94	4	4	8	16	4	4	8	16

95	4	4	8	16	4	4	8	16
96	4	4	8	16	2	2	4	8
97	4	4	8	16	4	4	8	16
98	4	4	8	16	2	4	6	12
99	5	2	7	14	1	5	6	12
100	4	1	5	10	1	4	5	10

Reactivo	Facebook															
	BENEFICIOS															
	Amigos		VTI	VTV	Grupo		VTI	VTV	Entretenimiento		VTI	VTV	Producto		VTI	VTV
	P14	P15			P16	P17			P18	P19			P20	P21		
1	5	4	9	18	4	4	8	16	5	4	9	20	4	4	8	18
2	4	4	8	16	4	3	7	14	4	3	7	16	3	2	5	11
3	4	4	8	16	4	4	8	16	4	4	8	18	4	3	7	16
4	4	2	6	12	4	2	6	12	4	2	6	13	4	4	8	18
5	4	4	8	16	4	4	8	16	4	3	7	16	2	3	5	11
6	4	4	8	16	4	4	8	16	5	5	10	22	4	2	6	13
7	4	3	7	14	4	3	7	14	4	3	7	16	4	3	7	16
8	4	4	8	16	4	4	8	16	4	4	8	18	4	4	8	18
8	3	4	7	14	4	3	7	14	4	5	9	20	5	5	10	22
10	3	4	7	14	4	3	7	14	4	5	9	20	5	5	10	22
11	4	4	8	16	5	4	9	18	5	5	10	22	5	3	8	18
12	3	4	7	14	4	3	7	14	4	2	6	13	3	3	6	13
13	4	4	8	16	4	4	8	16	4	4	8	18	4	3	7	16
14	4	4	8	16	3	3	6	12	4	3	7	16	3	2	5	11
15	3	3	6	12	3	3	6	12	3	3	6	13	3	3	6	13
16	4	4	8	16	4	4	8	16	4	3	7	16	3	2	5	11
17	3	3	6	12	3	3	6	12	3	3	6	13	3	3	6	13
18	4	4	8	16	4	4	8	16	4	4	8	18	4	2	6	13
19	5	5	10	20	5	2	7	14	5	5	10	22	5	5	10	22
20	4	4	8	16	4	4	8	16	3	4	7	16	3	2	5	11
21	1	1	2	4	1	1	2	4	1	1	2	4	1	1	2	4
22	4	4	8	16	4	4	8	16	4	4	8	18	4	4	8	18
23	4	4	8	16	4	4	8	16	4	4	8	18	4	4	8	18
24	4	4	8	16	5	4	9	18	4	3	7	16	2	2	4	9
25	4	4	8	16	4	3	7	14	3	2	5	11	4	3	7	16
26	4	4	8	16	4	4	8	16	4	4	8	18	4	4	8	18
27	4	4	8	16	4	4	8	16	4	4	8	18	4	2	6	13
28	4	4	8	16	4	4	8	16	4	4	8	18	4	4	8	18
29	5	5	10	20	5	4	9	18	5	4	9	20	4	3	7	16

30	4	4	8	16	4	2	6	12	4	4	8	18	4	4	8	18
31	3	3	6	12	3	3	6	12	3	4	7	16	5	2	7	16
32	4	4	8	16	4	3	7	14	4	3	7	16	4	3	7	16
33	4	4	8	16	4	3	7	14	4	3	7	16	4	3	7	16
34	4	4	8	16	5	5	10	20	4	3	7	16	5	5	10	22
35	4	4	8	16	4	4	8	16	3	4	7	16	4	2	6	13
36	5	5	10	20	5	5	10	20	5	5	10	22	5	5	10	22
37	4	3	7	14	3	4	7	14	4	4	8	18	4	4	8	18
38	5	5	10	20	4	4	8	16	5	5	10	22	5	4	9	20
39	4	4	8	16	4	4	8	16	5	4	9	20	4	3	7	16
40	3	3	6	12	3	3	6	12	3	4	7	16	4	4	8	18
41	5	4	9	18	4	5	9	18	5	5	10	22	4	4	8	18
42	5	4	9	18	4	4	8	16	4	4	8	18	4	4	8	18
43	5	5	10	20	5	5	10	20	5	5	10	22	5	3	8	18
44	4	4	8	16	2	4	6	12	2	2	4	9	4	4	8	18
45	4	5	9	18	4	4	8	16	4	4	8	18	4	4	8	18
46	5	4	9	18	4	4	8	16	5	4	9	20	4	2	6	13
47	3	3	6	12	3	3	6	12	3	3	6	13	3	3	6	13
48	3	4	7	14	4	4	8	16	3	4	7	16	3	4	7	16
49	4	3	7	14	3	4	7	14	3	2	5	11	3	3	6	13
50	4	4	8	16	4	4	8	16	3	4	7	16	4	4	8	18
51	4	4	8	16	4	3	7	14	4	4	8	18	3	2	5	11
52	4	4	8	16	3	2	5	10	4	3	7	16	3	3	6	13
53	4	4	8	16	4	3	7	14	4	4	8	18	5	4	9	20
54	5	5	10	20	4	4	8	16	5	5	10	22	4	2	6	13
55	4	4	8	16	4	4	8	16	4	4	8	18	2	3	5	11
56	1	1	2	4	1	1	2	4	1	1	2	4	1	1	2	4
57	4	4	8	16	4	4	8	16	4	4	8	18	4	4	8	18
58	5	4	9	18	4	5	9	18	5	5	10	22	5	5	10	22
59	4	3	7	14	3	3	6	12	4	3	7	16	3	3	6	13
60	1	1	2	4	1	3	4	8	4	1	5	11	3	3	6	13
61	4	4	8	16	4	4	8	16	4	3	7	16	2	2	4	9
62	4	5	9	18	4	4	8	16	4	4	8	18	3	2	5	11

63	4	4	8	16	3	2	5	10	4	4	8	18	2	2	4	9
64	4	4	8	16	4	4	8	16	4	4	8	18	4	4	8	18
65	2	4	6	12	4	4	8	16	2	1	3	7	4	3	7	16
66	5	4	9	18	4	4	8	16	4	4	8	18	5	3	8	18
67	4	4	8	16	4	3	7	14	4	4	8	18	4	4	8	18
68	4	4	8	16	4	4	8	16	4	4	8	18	4	4	8	18
69	5	4	9	18	4	5	9	18	4	4	8	18	5	3	8	18
70	1	4	5	10	4	2	6	12	2	2	4	9	4	4	8	18
71	4	5	9	18	4	4	8	16	1	4	5	11	1	4	5	11
72	3	3	6	12	3	3	6	12	4	3	7	16	3	3	6	13
73	3	4	7	14	4	3	7	14	3	3	6	13	2	2	4	9
74	4	4	8	16	4	4	8	16	4	4	8	18	4	4	8	18
75	5	5	10	20	4	4	8	16	4	2	6	13	3	3	6	13
76	4	4	8	16	2	3	5	10	4	4	8	18	4	4	8	18
77	4	4	8	16	4	4	8	16	4	4	8	18	4	4	8	18
78	4	4	8	16	3	4	7	14	4	3	7	16	4	3	7	16
79	3	3	6	12	3	3	6	12	3	3	6	13	3	3	6	13
80	4	4	8	16	4	4	8	16	4	4	8	18	4	2	6	13
81	1	1	2	4	4	4	8	16	1	4	5	11	1	1	2	4
82	3	4	7	14	4	4	8	16	4	3	7	16	4	3	7	16
83	5	5	10	20	5	3	8	16	5	3	8	18	5	2	7	16
84	4	4	8	16	4	4	8	16	4	4	8	18	4	4	8	18
85	4	4	8	16	4	4	8	16	3	3	6	13	4	4	8	18
86	4	3	7	14	3	4	7	14	5	4	9	20	4	5	9	20
87	5	3	8	16	3	5	8	16	5	4	9	20	3	4	7	16
88	4	4	8	16	4	2	6	12	4	4	8	18	4	1	5	11
89	4	4	8	16	4	2	6	12	2	2	4	9	2	2	4	9
90	3	3	6	12	3	3	6	12	3	4	7	16	3	3	6	13
91	1	1	2	4	5	5	10	20	4	4	8	18	4	2	6	13
92	4	4	8	16	3	3	6	12	4	3	7	16	4	4	8	18
93	4	4	8	16	4	4	8	16	4	4	8	18	5	5	10	22
94	4	4	8	16	3	3	6	12	3	3	6	13	3	3	6	13
95	4	4	8	16	4	4	8	16	4	33	37	82	4	3	7	16

96	4	4	8	16	4	2	6	12	4	4	8	18	2	2	4	9
97	4	4	8	16	4	4	8	16	4	4	8	18	4	4	8	18
98	4	4	8	16	4	4	8	16	5	5	10	22	5	4	9	20
99	4	4	8	16	4	4	8	16	4	4	8	18	4	4	8	18
100	4	4	8	16	4	4	8	16	4	4	8	18	5	1	6	13

Variable 2: Fake news sobre la COVID-19.

Reactivo	Variable 2: Fake News sobre la COVID-19															
	Tipos de desinformación de las fake news															
	Noticias Parodia		VTI	VTV	Noticias Engañosas		VTI	VTV	Noticias Impostoras		VTI	VTV	Noticias Fabricadas		VTI	VTV
	P1	P2			P3	P4			P5	P6			P7	P8		
1	4	2	6	15	4	1	5	13	4	4	8	18	4	2	6	12
2	4	3	7	18	4	3	7	18	4	4	8	18	4	2	6	12
3	3	2	5	13	5	3	8	20	4	4	8	18	4	5	9	18
4	3	1	4	10	4	1	5	13	3	3	6	13	3	3	6	12
5	3	2	5	13	3	1	4	10	3	3	6	13	3	3	6	12
6	4	4	8	20	5	5	10	25	4	5	9	20	5	4	9	18
7	3	3	6	15	3	3	6	15	4	4	8	18	4	4	8	16
8	4	4	8	20	4	4	8	20	4	4	8	18	4	4	8	16
8	4	3	7	18	5	5	10	25	5	5	10	22	4	4	8	16
10	4	3	7	18	5	5	10	25	5	5	10	22	4	4	8	16
11	4	4	8	20	5	4	9	23	5	4	9	20	4	4	8	16
12	3	4	7	18	4	3	7	18	5	3	8	18	4	3	7	14
13	3	4	7	18	4	2	6	15	5	5	10	22	5	4	9	18
14	2	1	3	8	4	1	5	13	4	4	8	18	4	3	7	14
15	3	3	6	15	3	3	6	15	3	3	6	13	3	3	6	12
16	2	2	4	10	4	1	5	13	1	4	5	11	4	4	8	16
17	3	3	6	15	3	3	6	15	3	3	6	13	3	3	6	12
18	4	4	8	20	4	4	8	20	4	4	8	18	4	4	8	16
19	4	1	5	13	5	1	6	15	5	5	10	22	5	5	10	20
20	4	2	6	15	4	2	6	15	4	4	8	18	4	4	8	16
21	1	1	2	5	1	1	2	5	1	1	2	4	1	1	2	4
22	2	4	6	15	2	4	6	15	4	4	8	18	4	4	8	16
23	4	4	8	20	4	4	8	20	4	4	8	18	4	4	8	16
24	4	3	7	18	4	2	6	15	4	4	8	18	3	5	8	16
25	4	4	8	20	4	4	8	20	4	4	8	18	4	4	8	16
26	4	4	8	20	4	4	8	20	4	4	8	18	4	4	8	16
27	2	4	6	15	2	2	4	10	2	4	6	13	2	2	4	8

28	2	4	6	15	4	2	6	15	4	4	8	18	4	4	8	16
29	4	2	6	15	4	1	5	13	4	4	8	18	4	4	8	16
30	2	4	6	15	4	4	8	20	4	4	8	18	4	4	8	16
31	3	4	7	18	4	4	8	20	4	4	8	18	3	3	6	12
32	3	2	5	13	4	2	6	15	4	4	8	18	4	4	8	16
33	3	2	5	13	4	2	6	15	4	4	8	18	4	4	8	16
34	3	1	4	10	3	2	5	13	4	3	7	16	4	3	7	14
35	2	3	5	13	5	1	6	15	1	5	6	13	5	4	9	18
36	5	5	10	25	5	5	10	25	3	5	8	18	3	5	8	16
37	3	1	4	10	1	1	2	5	4	5	9	20	5	3	8	16
38	5	4	9	23	5	5	10	25	4	3	7	16	3	4	7	14
39	3	2	5	13	3	2	5	13	3	3	6	13	2	4	6	12
40	4	4	8	20	4	4	8	20	4	3	7	16	3	3	6	12
41	4	5	9	23	5	4	9	23	4	4	8	18	4	4	8	16
42	4	4	8	20	4	4	8	20	4	4	8	18	4	4	8	16
43	4	2	6	15	4	1	5	13	4	4	8	18	4	2	6	12
44	4	2	6	15	4	2	6	15	4	4	8	18	4	4	8	16
45	4	4	8	20	4	4	8	20	5	5	10	22	5	4	9	18
46	1	3	4	10	4	1	5	13	5	5	10	22	4	2	6	12
47	3	3	6	15	3	3	6	15	3	3	6	13	3	3	6	12
48	4	3	7	18	4	3	7	18	4	3	7	16	4	3	7	14
49	2	2	4	10	5	2	7	18	3	3	6	13	3	2	5	10
50	4	4	8	20	4	4	8	20	4	4	8	18	4	4	8	16
51	4	2	6	15	4	2	6	15	4	4	8	18	4	4	8	16
52	3	3	6	15	4	1	5	13	4	4	8	18	4	1	5	10
53	1	1	2	5	5	1	6	15	4	4	8	18	5	3	8	16
54	3	2	5	13	4	1	5	13	4	4	8	18	5	4	9	18
55	2	2	4	10	3	2	5	13	4	4	8	18	4	2	6	12
56	1	1	2	5	1	5	6	15	4	4	8	18	4	4	8	16
57	4	2	6	15	4	2	6	15	4	4	8	18	5	4	9	18
58	5	2	7	18	5	2	7	18	3	1	4	9	3	5	8	16
59	3	3	6	15	3	3	6	15	3	3	6	13	2	4	6	12
60	4	2	6	15	4	1	5	13	4	4	8	18	4	1	5	10

61	2	2	4	10	3	2	5	13	4	4	8	18	4	4	8	16
62	5	4	9	23	5	4	9	23	5	5	10	22	4	4	8	16
63	4	1	5	13	4	2	6	15	5	4	9	20	5	3	8	16
64	3	2	5	13	3	1	4	10	1	3	4	9	3	3	6	12
65	1	1	2	5	5	1	6	15	5	5	10	22	5	4	9	18
66	1	4	5	13	4	2	6	15	4	2	6	13	3	4	7	14
67	3	4	7	18	3	3	6	15	4	4	8	18	3	4	7	14
68	4	4	8	20	4	4	8	20	4	4	8	18	4	4	8	16
69	3	2	5	13	4	2	6	15	4	4	8	18	4	4	8	16
70	4	1	5	13	1	1	2	5	3	4	7	16	4	3	7	14
71	3	2	5	13	2	2	4	10	3	4	7	16	3	4	7	14
72	4	1	5	13	3	2	5	13	3	3	6	13	3	3	6	12
73	2	2	4	10	2	2	4	10	2	2	4	9	2	4	6	12
74	4	4	8	20	4	2	6	15	4	4	8	18	4	4	8	16
75	2	4	6	15	4	4	8	20	4	4	8	18	4	3	7	14
76	2	2	4	10	4	3	7	18	4	4	8	18	4	4	8	16
77	2	4	6	15	4	2	6	15	4	4	8	18	2	2	4	8
78	3	2	5	13	4	4	8	20	3	3	6	13	3	3	6	12
79	3	3	6	15	3	3	6	15	3	3	6	13	3	3	6	12
80	4	2	6	15	2	2	4	10	4	4	8	18	4	4	8	16
81	5	4	9	23	2	2	4	10	4	4	8	18	4	4	8	16
82	3	3	6	15	4	2	6	15	4	2	6	13	2	4	6	12
83	4	2	6	15	5	2	7	18	5	5	10	22	5	5	10	20
84	2	4	6	15	4	4	8	20	2	4	6	13	2	4	6	12
85	4	4	8	20	4	4	8	20	4	4	8	18	4	4	8	16
86	5	2	7	18	3	4	7	18	4	3	7	16	4	4	8	16
87	3	4	7	18	3	2	5	13	2	5	7	16	5	3	8	16
88	4	2	6	15	4	4	8	20	3	4	7	16	5	5	10	20
89	2	2	4	10	4	2	6	15	4	4	8	18	2	4	6	12
90	4	2	6	15	4	3	7	18	4	4	8	18	4	3	7	14
91	4	2	6	15	3	2	5	13	2	2	4	9	3	1	4	8
92	3	2	5	13	4	1	5	13	4	3	7	16	3	4	7	14
93	4	5	9	23	4	4	8	20	4	4	8	18	4	4	8	16

94	5	5	10	25	5	3	8	20	4	4	8	18	3	3	6	12
95	4	2	6	15	4	4	8	20	4	4	8	18	3	5	8	16
96	2	2	4	10	4	2	6	15	4	4	8	18	4	2	6	12
97	4	4	8	20	4	4	8	20	4	4	8	18	4	4	8	16
98	3	3	6	15	4	5	9	23	4	5	9	20	5	4	9	18
99	4	4	8	20	4	3	7	18	3	3	6	13	4	4	8	16
100	3	3	6	15	5	4	9	23	4	4	8	18	3	5	8	16

Reactivo	Variable 2: Fake News sobre la COVID-19											
	Componentes de las fake news											
	Noticias Falsamente Conectadas		VTI	VTV	Noticias con Contexto Falso		VTI	VTV	Noticias Manipuladas		VTI	VTV
	P9	P10			P11	P12			P13	P14		
1	4	4	8	20	4	1	5	11	4	4	8	16
2	4	4	8	20	4	2	6	13	4	4	8	16
3	4	4	8	20	4	2	6	13	5	5	10	20
4	3	3	6	15	3	3	6	13	4	4	8	16
5	3	4	7	18	2	1	3	7	3	3	6	12
6	5	5	10	25	5	4	9	20	4	5	9	18
7	4	4	8	20	4	2	6	13	4	4	8	16
8	4	4	8	20	4	4	8	18	4	4	8	16
8	5	4	9	23	4	4	8	18	4	5	9	18
10	5	4	9	23	4	4	8	18	4	5	9	18
11	4	5	9	23	4	4	8	18	4	4	8	16
12	4	4	8	20	4	4	8	18	4	4	8	16
13	4	4	8	20	4	3	7	16	4	4	8	16
14	4	3	7	18	4	2	6	13	4	4	8	16
15	3	3	6	15	3	3	6	13	3	3	6	12
16	4	4	8	20	4	4	8	18	4	4	8	16
17	3	3	6	15	3	3	6	13	3	3	6	12
18	4	4	8	20	4	1	5	11	4	3	7	14
19	5	5	10	25	1	1	2	4	5	5	10	20
20	4	4	8	20	4	2	6	13	4	4	8	16
21	1	1	2	5	1	1	2	4	1	1	2	4
22	4	4	8	20	4	4	8	18	4	4	8	16
23	4	4	8	20	4	4	8	18	4	4	8	16
24	3	4	7	18	4	2	6	13	4	4	8	16
25	3	3	6	15	3	3	6	13	4	4	8	16
26	4	4	8	20	4	3	7	16	4	4	8	16
27	4	2	6	15	2	2	4	9	4	4	8	16

28	4	4	8	20	4	2	6	13	4	4	8	16
29	4	4	8	20	4	2	6	13	4	4	8	16
30	4	4	8	20	4	4	8	18	4	4	8	16
31	4	4	8	20	4	4	8	18	4	4	8	16
32	4	4	8	20	4	2	6	13	4	4	8	16
33	4	4	8	20	4	2	6	13	4	4	8	16
34	3	2	5	13	2	2	4	9	3	3	6	12
35	4	5	9	23	5	1	6	13	5	5	10	20
36	4	5	9	23	5	5	10	22	2	2	4	8
37	5	5	10	25	4	1	5	11	4	4	8	16
38	3	3	6	15	3	2	5	11	3	3	6	12
39	3	3	6	15	3	2	5	11	3	3	6	12
40	3	3	6	15	3	3	6	13	4	4	8	16
41	5	5	10	25	5	5	10	22	5	4	9	18
42	4	4	8	20	4	4	8	18	4	4	8	16
43	4	4	8	20	3	1	4	9	4	4	8	16
44	4	4	8	20	4	4	8	18	4	4	8	16
45	2	2	4	10	2	1	3	7	3	3	6	12
46	5	1	6	15	2	4	6	13	4	4	8	16
47	3	3	6	15	3	3	6	13	3	3	6	12
48	4	3	7	18	4	3	7	16	3	3	6	12
49	4	3	7	18	4	2	6	13	3	3	6	12
50	4	4	8	20	4	4	8	18	4	4	8	16
51	4	4	8	20	4	2	6	13	4	4	8	16
52	4	4	8	20	3	2	5	11	4	4	8	16
53	5	4	9	23	4	1	5	11	5	5	10	20
54	4	2	6	15	3	1	4	9	4	4	8	16
55	4	4	8	20	2	2	4	9	4	4	8	16
56	4	2	6	15	2	1	3	7	3	3	6	12
57	4	4	8	20	2	2	4	9	3	3	6	12
58	3	1	4	10	3	1	4	9	1	3	4	8
59	3	3	6	15	3	3	6	13	3	3	6	12
60	4	4	8	20	3	2	5	11	5	5	10	20

61	4	4	8	20	4	2	6	13	4	4	8	16
62	4	4	8	20	4	1	5	11	4	4	8	16
63	4	4	8	20	4	2	6	13	5	5	10	20
64	2	4	6	15	4	1	5	11	4	4	8	16
65	5	3	8	20	1	1	2	4	3	4	7	14
66	2	2	4	10	2	2	4	9	2	4	6	12
67	3	3	6	15	3	2	5	11	3	3	6	12
68	4	4	8	20	4	4	8	18	4	4	8	16
69	4	2	6	15	2	2	4	9	2	2	4	8
70	2	5	7	18	1	1	2	4	3	3	6	12
71	4	2	6	15	2	2	4	9	4	4	8	16
72	3	3	6	15	3	3	6	13	3	3	6	12
73	4	3	7	18	2	2	4	9	2	2	4	8
74	4	4	8	20	4	4	8	18	4	4	8	16
75	4	4	8	20	4	4	8	18	4	4	8	16
76	4	4	8	20	2	2	4	9	4	4	8	16
77	2	2	4	10	2	2	4	9	2	2	4	8
78	5	3	8	20	3	2	5	11	3	3	6	12
79	3	3	6	15	3	3	6	13	3	3	6	12
80	4	4	8	20	4	2	6	13	4	4	8	16
81	4	4	8	20	1	1	2	4	4	1	5	10
82	1	4	5	13	4	2	6	13	4	4	8	16
83	5	5	10	25	2	2	4	9	5	5	10	20
84	4	2	6	15	4	2	6	13	4	4	8	16
85	3	4	7	18	4	4	8	18	4	4	8	16
86	5	4	9	23	4	4	8	18	4	5	9	18
87	3	4	7	18	3	3	6	13	4	4	8	16
88	4	4	8	20	5	3	8	18	5	4	9	18
89	4	4	8	20	2	2	4	9	4	4	8	16
90	3	3	6	15	3	3	6	13	3	4	7	14
91	1	4	5	13	1	1	2	4	4	4	8	16
92	3	4	7	18	3	3	6	13	3	3	6	12
93	4	4	8	20	4	4	8	18	4	4	8	16

94	3	5	8	20	5	5	10	22	3	3	6	12
95	5	2	7	18	4	4	8	18	4	4	8	16
96	4	2	6	15	4	2	6	13	4	4	8	16
97	4	4	8	20	4	4	8	18	4	4	8	16
98	4	4	8	20	3	5	8	18	3	3	6	12
99	4	4	8	20	4	4	8	18	4	4	8	16
100	5	5	10	25	5	5	10	22	5	5	10	20

Reactivo	Variable 2: Fake News sobre la COVID-19											
	Componentes de las fake news											
	Titular impactante		VTI	VTV	Una revelación que afirma o indigna		VTI	VTV	Una apariencia legítima y confiable		VTI	VTV
	P15	P16			P17	P18			P19	P20		
1	1	3	4	8	4	1	5	13	3	4	7	18
2	2	4	6	12	3	3	6	15	4	3	7	18
3	3	4	7	14	4	4	8	20	2	3	5	13
4	4	4	8	16	4	4	8	20	1	3	4	10
5	2	3	5	10	4	3	7	18	4	3	7	18
6	5	5	10	20	5	4	9	23	4	4	8	20
7	4	3	7	14	3	3	6	15	3	3	6	15
8	4	4	8	16	4	4	8	20	4	4	8	20
8	4	4	8	16	4	5	9	23	5	5	10	25
10	4	4	8	16	4	5	9	23	5	5	10	25
11	4	4	8	16	4	4	8	20	4	5	9	23
12	4	5	9	18	3	3	6	15	3	4	7	18
13	4	3	7	14	4	4	8	20	4	4	8	20
14	2	3	5	10	3	3	6	15	3	3	6	15
15	3	3	6	12	3	3	6	15	3	3	6	15
16	3	5	8	16	4	4	8	20	4	4	8	20
17	3	3	6	12	3	3	6	15	3	3	6	15
18	1	4	5	10	4	4	8	20	4	4	8	20
19	1	5	6	12	5	5	10	25	1	3	4	10
20	2	4	6	12	4	4	8	20	2	4	6	15
21	1	1	2	4	1	1	2	5	1	1	2	5

22	4	4	8	16	4	4	8	20	4	4	8	20
23	4	4	8	16	4	4	8	20	4	4	8	20
24	3	3	6	12	3	4	7	18	4	3	7	18
25	4	3	7	14	3	3	6	15	3	3	6	15
26	2	4	6	12	4	4	8	20	4	2	6	15
27	2	4	6	12	4	2	6	15	4	4	8	20
28	2	4	6	12	4	2	6	15	4	4	8	20
29	4	4	8	16	4	4	8	20	4	3	7	18
30	4	4	8	16	4	4	8	20	4	4	8	20
31	4	4	8	16	4	4	8	20	4	4	8	20
32	4	4	8	16	4	4	8	20	4	4	8	20
33	3	4	7	14	4	4	8	20	2	3	5	13
34	4	5	9	18	5	3	8	20	3	5	8	20
35	1	2	3	6	4	4	8	20	1	3	4	10
36	5	4	9	18	5	5	10	25	5	5	10	25
37	1	3	4	8	4	5	9	23	1	4	5	13
38	4	3	7	14	4	3	7	18	4	3	7	18
39	5	4	9	18	3	2	5	13	3	4	7	18
40	5	5	10	20	3	3	6	15	3	3	6	15
41	4	4	8	16	4	4	8	20	5	4	9	23
42	4	4	8	16	4	4	8	20	4	4	8	20
43	3	3	6	12	4	3	7	18	5	4	9	23
44	2	2	4	8	4	4	8	20	2	2	4	10
45	4	4	8	16	4	4	8	20	4	4	8	20
46	4	4	8	16	4	4	8	20	4	4	8	20
47	3	3	6	12	3	3	6	15	3	3	6	15
48	3	4	7	14	4	4	8	20	4	4	8	20

49	4	2	6	12	3	2	5	13	4	2	6	15
50	4	4	8	16	2	4	6	15	4	4	8	20
51	2	4	6	12	4	4	8	20	2	4	6	15
52	3	3	6	12	4	3	7	18	3	3	6	15
53	2	5	7	14	4	5	9	23	4	4	8	20
54	3	4	7	14	4	4	8	20	3	3	6	15
55	2	2	4	8	4	2	6	15	2	3	5	13
56	3	3	6	12	3	3	6	15	3	2	5	13
57	3	4	7	14	4	4	8	20	4	3	7	18
58	3	5	8	16	5	4	9	23	3	5	8	20
59	3	3	6	12	3	3	6	15	3	3	6	15
60	2	2	4	8	3	4	7	18	2	2	4	10
61	2	4	6	12	3	3	6	15	2	2	4	10
62	4	3	7	14	4	4	8	20	4	4	8	20
63	2	1	3	6	4	4	8	20	4	2	6	15
64	1	3	4	8	4	4	8	20	4	3	7	18
65	1	3	4	8	1	5	6	15	3	5	8	20
66	2	2	4	8	4	4	8	20	4	4	8	20
67	3	4	7	14	3	3	6	15	3	4	7	18
68	4	4	8	16	4	4	8	20	4	4	8	20
69	2	4	6	12	4	4	8	20	4	4	8	20
70	2	4	6	12	3	3	6	15	3	5	8	20
71	2	2	4	8	4	2	6	15	3	2	5	13
72	3	3	6	12	3	3	6	15	3	3	6	15
73	2	2	4	8	3	3	6	15	2	2	4	10
74	2	2	4	8	4	2	6	15	2	4	6	15
75	3	3	6	12	4	4	8	20	3	3	6	15

76	4	4	8	16	4	4	8	20	4	3	7	18
77	4	4	8	16	2	4	6	15	4	4	8	20
78	3	2	5	10	2	2	4	10	2	2	4	10
79	3	3	6	12	3	3	6	15	3	3	6	15
80	2	2	4	8	2	4	6	15	2	4	6	15
81	4	4	8	16	4	4	8	20	2	4	6	15
82	3	4	7	14	3	3	6	15	2	3	5	13
83	4	4	8	16	4	4	8	20	5	2	7	18
84	4	4	8	16	4	4	8	20	4	4	8	20
85	4	4	8	16	4	4	8	20	4	4	8	20
86	4	4	8	16	3	4	7	18	2	4	6	15
87	3	4	7	14	4	3	7	18	3	3	6	15
88	4	4	8	16	4	4	8	20	5	4	9	23
89	2	2	4	8	2	4	6	15	2	2	4	10
90	3	3	6	12	3	3	6	15	4	3	7	18
91	1	4	5	10	4	5	9	23	1	4	5	13
92	3	3	6	12	3	3	6	15	3	3	6	15
93	4	4	8	16	4	4	8	20	4	4	8	20
94	3	2	5	10	2	2	4	10	3	3	6	15
95	4	4	8	16	4	4	8	20	4	3	7	18
96	2	2	4	8	4	2	6	15	2	4	6	15
97	4	4	8	16	4	4	8	20	4	4	8	20
98	4	4	8	16	4	4	8	20	4	4	8	20
99	4	4	8	16	4	4	8	20	4	4	8	20
100	5	5	10	20	4	4	8	20	4	4	8	20