

Noticias falsas y aceptación de las vacunas contra el COVID-19 en Lima Metropolitana (2022)

Caroline Nicole Salcedo Vásquez (egresada)

<https://orcid.org/0000-0002-4057-8785>

Cluber Fernando Aliaga Lodtmann (asesor coautor)

<https://orcid.org/0000-0001-9819-3362>

Recibido: 1/09/22

Aceptado: 4/11/22

Resumen

La presente investigación trata sobre las noticias falsas y aceptación de las vacunas contra el Covid-19 en Lima Metropolitana. Su objetivo fue determinar el impacto de las noticias falsas difundidas por distintos medios, pero de manera especial por la red social Facebook, en relación con la aceptación o rechazo de los ciudadanos a las vacunas contra el Covid-19. La investigación siguió el diseño no experimental, debido a que no se manipularon las variables; fue transversal porque se recogieron los datos en un momento dado mediante la aplicación de una encuesta *on line* con el uso de la plataforma Google Forms, que alcanzó a 128 personas mayores de edad de Lima Metropolitana, la mayoría de los cuales tienen estudios profesionales de nivel superior. Los resultados de la encuesta se han cruzado con las estadísticas oficiales del Repositorio Único Nacional de Información en Salud (REUNIS) del Ministerio de Salud publicadas en su página oficial REUNIS - MINSA, que evidencian que hay un porcentaje considerable de la población que ha sido influenciada por las noticias falsas, lo que se refleja en los resultados de la encuesta y en la falta de vacunación en las dosis completa por parte de la población de Lima Metropolitana, a pesar de ser gratuita.

Palabras clave:

Noticias falsas, medios de comunicación

Abstract

The present investigation "Fake News and acceptance of vaccines against Covid-19 in Metropolitan Lima (2022)", aimed to determine the impact of false news spread by different media, but especially by the social network Facebook in relation to with the acceptance or rejection of citizens to vaccines against Covid-19.

The research followed the non-experimental design, because the variables were not manipulated, it was transversal because the data was collected at a given time through the application of an On Line Survey with the use of the Google Forms platform, which reached 128 people. of legal age from Metropolitan Lima, most of whom have higher-level professional studies. In this sense, the study is exploratory and seeks an approach to the issue raised.

The results of the survey have been crossed with the official statistics of the Ministry of Health through its official page REUNIS - MINSA, which show that there is a significant percentage of the population that has been influenced by false news, which is reflected in the results of the survey and in the lack of vaccination in full doses by the population of Metropolitan Lima, despite being free.

Keywords:

Fake News, media

Introducción

Los medios de comunicación social son los canales que permiten a la población estar adecuadamente informados sobre distintos temas, como en el caso específico de las vacunas contra el Covid-19, que es materia del presente estudio, para lo cual estos tienen la obligación moral y legal de informar con la verdad noticias del acontecer mundial, nacional y local, sobre temas de interés para las personas.

Sin embargo, debemos admitir que siempre se han difundido noticias falsas, en pro de intereses personales o grupales. “Chismes, rumores, murmuraciones, son algunos sustantivos con los que, en siglos pasados, se denominaba a los antecedentes de la posverdad; hoy día, además, conviven con otros términos, como “noticias falsas” (*fake news*), “hechos alternativos” (Morales, 2018, p. 8). Estas noticias falsas ahora son más evidentes por las facilidades que para su difusión ofrecen el Internet y las redes sociales como el Facebook, que permiten compartir información a cualquier persona que tenga acceso a ellas, sin estar obligados a verificar su autenticidad.

El presente estudio tiene como propósito determinar el impacto que han tenido al 2022 (en plena vigencia de la pandemia del Covid-19) las noticias falsas difundidas por la red social Facebook en relación con la aceptación o rechazo de las vacunas contra el Covid-19 y sus variantes, por parte de los ciudadanos de Lima Metropolitana.

Partimos por afirmar que no existe el derecho a mentir, pero sí existe el derecho a conocer la verdad; en ese sentido, informar con la verdad es una obligación de todas las personas y no solo de los medios de comunicación social, los que funcionando como empresas deben adoptar todas las medidas necesarias para asegurar a sus clientes y consumidores que la información que difunden es verdadera o probablemente verdadera.

Debemos tener presente, que se construyen noticias falsas en su mayor parte por fines ilícitos, buscando dañar a una o más personas o manipular a la población para influir en el diseño y ejecución de políticas públicas, o en pro de un beneficio específico en el ámbito económico, militar, político y social, lo que generalmente termina afectando la credibilidad de los medios de comunicación y las redes sociales.

La lógica y el sentido común nos indican que cualquier mentira que produzca perjuicios a una o más personas, constituye una afectación a sus derechos y debe ser sancionado por el Estado; sin embargo, es difícil hacer un seguimiento a todas las noticias falsas que circulan por las redes sociales, el Internet y los medios de comunicación social tradicionales y verificar si cumplen con la exigencia de verdad o verosimilitud.

Debemos tener presente también que la verdad objetiva suele presentarse en grados de certeza que van desde el 100 % (comprobados y verificados objetivamente), a las verdades que son probabilísticas, y que no pueden ser confirmados al 100%, motivo por el que se les acepta como verdades probables con la posibilidad de que tengan algún margen de error.

El “empleo de noticias falsas tiene consecuencias” para quienes las emiten, las reciben, las utilizan, las replican y propagan; en fin, para todos los involucrados en el ciclo de la información (Morales, 2018, p. 89).

Las noticias falsas responden usualmente “al propósito de engañar, difamar, distorsionar hechos y situaciones, diseminando desinformación en determinadas audiencias”.. (Arribas, Islas y Gutiérrez, 2018, p. 5); en este entorno, el rol del periodista profesional consiste no solo en presentar los diferentes ángulos de la noticia, sino en fungir como gatekeeper de la información, verificando hechos y fuentes para contribuir al conocimiento de las audiencias y evitar así la propagación de noticias falsas y los efectos negativos de éstas (Arribas, Islas y Gutiérrez, 2018, p. 19).

Las noticias falsas, conocidas también como *fake news*, se emplean para realizar ataques políticos, alarmar a la población ante desastres naturales, desacreditar a las personas, empresas, teorías de conspiración, entre otros (Sandoval, J y Miranda, I, 2019).

El 6 de marzo de 2020, se detectó el primer caso de Covid-19 en el Perú, declarado oficialmente pandemia por la Organización Mundial de la Salud (OMS), y que motivó se declare el Estado de Emergencia Sanitaria en todo el territorio nacional, iniciando con un aislamiento social obligatorio (Cuarentena).

La presente investigación definió sus problemas de investigación en los siguientes términos: **¿Cuál es el impacto de las noticias falsas sobre el Covid-19, difundidas por la red social Facebook en la aceptación de las vacunas, por la población de Lima, al 2021?**

Asimismo, se plantearon las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Cuáles fueron las noticias falsas más difundidas en torno al Covid-19?
2. ¿Cuál ha sido la noticia falsa que más ha influido en el rechazo de las vacunas contra el Covid-19?
3. ¿Cuál es el nivel de aceptación de las vacunas contra el Covid-19, por parte de la población de Lima Metropolitana?
4. ¿Cuál es la vacuna que ofrece más seguridad a percepción de los pobladores de Lima Metropolitana?
5. ¿Cuál es el nivel de aceptación de las vacunas contra el Covid-19, por parte de la población de Lima Metropolitana?
6. ¿Cuál es el nivel de aceptación de la vacunación obligatoria por los pobladores de Lima Metropolitana?
7. ¿Cuál es el nivel de cumplimiento con las vacunaciones dispuestas por el gobierno?
8. ¿Cuál es el nivel de aceptación o rechazo a las vacunas contra el Covid-19?

Existen muchas investigaciones sobre el tema. En el ámbito académico, Sandoval & Miranda (2019) dieron a conocer el fenómeno de las noticias falsas y la manera en que estas afectan la credibilidad de los medios periodísticos en el Perú. Utilizaron la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento para recolectar información. En San Juan de Lurigancho se encuestó a 46 jóvenes; en Ate se encuestó a 26 jóvenes y, en San Martín de Porres se encuestó a 25 jóvenes. Resultados: Los jóvenes encuestados declararon usar Facebook entre 2 a 5 horas al día en promedio, y, ante una noticia que genera impacto, dijeron que leen los comentarios, usan las reacciones del Facebook y comparten la publicación, dejando en último término el entrar al enlace o leer, verificar y contrastar la fuente, lo que evidencia que no suelen tener sentido crítico al guiarse de los demás comentarios. La mayoría de los jóvenes declaró no tienen confianza en los medios de comunicación en general.

Honores (2016), en su tesis de licenciatura, buscó identificar, analizar y describir la circulación de informaciones falsas en las redes sociales Twitter y Facebook, así como también explicar las formas de hacer frente al encontrar estos contenidos que, cada día, aparecen masivamente en la red, confundiendo a miles de usuarios con rumores y/o falsas informaciones. El estudio fue de tipo cualitativo, nivel exploratorio descriptivo y se empleó como la entrevista a profundidad, el análisis de casos emblemáticos de información falsa y la encuesta rápida, realizada a 50 usuarios de la web Foros Perú. Algunas de las conclusiones a las que llegó son: 1) No solo se genera tráfico de información debido a la publicación de información falsa, sino también por los comentarios que los usuarios realizan, así como también por el número de compartir y etiquetar efectuados, masificándose rápi-

damente la noticia y volviéndose viral, a tal punto de volverse polémica. 2) La curiosidad del usuario de redes sociales es importante en el proceso de difusión de contenidos virales. Los memes atraen al usuario con sus imágenes/texto/video y lo invitan a interactuar con ellas, en algunos casos cae víctima de un virus disfrazado de contenido viral. 3) Debido a esto, se concluye que el usuario peruano de Internet no posee el suficiente conocimiento informático para evitar ser engañado por las informaciones falsas que pululan en las redes sociales, las formas de redacción de noticias y encabezados cambian constantemente, por lo que siempre seremos sorprendidos por noticias falsas y bromas. 4) A pesar de ello, miles de usuarios de Internet en el Perú prefieren navegar sin leer lo necesario para estar precavidos. 5) Los memes de Internet son la moda actual de la red. Junto con ellas, una avalancha de contenidos virales aparece a diario y a toda hora en las redes sociales, siendo masificadas y enviadas a través de páginas web y portales de información. El tráfico de información falsa y no confirmada es muy alta, las llamadas telefónicas a modo de broma y las falsas alarmas son parte de este día, que complica las labores del periodismo de informar con exactitud.

Catalina, Sousa y Cristina (2019) señalan como objetivo de su investigación, establecer coincidencias y diferencias de los futuros periodistas y comunicadores brasileños, españoles y portugueses sobre las fake news, así como las rutinas que desarrollan para discernir entre estas y las noticias reales. Los resultados muestran más similitudes que diferencias en su capacidad de detectar noticias falsas y de percibir dónde se originan y por dónde circulan. Entre los hábitos de consumo, hay un abandono de los medios tradicionales en sus soportes de origen, pero se observa una alta adhesión a las versiones digitales de periódicos, radios y emisoras de televisión, y una especial preferencia por la información que llega a través de redes sociales. Los estudiantes no tienen el hábito de leer / escuchar / ver todo el contenido de una noticia y la mayoría se concentra en la lectura de los titulares y entradillas. Los jóvenes estudiantes de Brasil, España y Portugal, sin diferenciación de su nacionalidad, utilizan, casi sin excepción, los medios digitales y las redes sociales –especialmente Instagram, Twitter, YouTube y Facebook, por este orden– para informarse, y prefieren contenidos con registros audiovisuales, cuya presencia consideran que aporta más veracidad a la información, idea particularmente relevante entre los ibéricos. Sin diferenciación por nacionalidad, los jóvenes tienden a contrastar por varios medios las noticias que reciben, aunque solo una minoría lo hace siempre, siendo los brasileños quienes más lo hacen. Sin embargo, los jóvenes españoles contrastan más noticias de varias fuentes cuando el contenido genera alarma social, mientras que los brasileños y portugueses tienden a hacerlo cuando el contenido es interesante. Igualmente, sin diferencias por nacionalidad, consideran que es más probable encontrarse noticias falsas en los contenidos relacionados con la prensa rosa, política y sociedad que en los referidos a ciencia y tecnología, categoría que, según creen, es más raro encontrar contenidos carentes de veracidad. Desprestigiar a individuos influyentes en la esfera pública es mayoritariamente el motivo que todos los estudiantes consideran que está detrás de la mayoría de las noticias falsas. Los estudiantes no tienen el hábito de leer / escuchar / ver todo el contenido de una noticia y la mayoría se concentra en la lectura de los titulares y entradillas. Puede ser sorprendente, ya que son estudiantes universitarios de comunicación, pero su comportamiento probablemente mimetiza el comportamiento de la mayoría de los consumidores de noticias, facilitando la circulación de Fake News (cuando se lee poco de una pieza periodística se tiene menos capacidad para detectar las mentiras).

Mendiguren, Pérez, y Meso (2020) se pusieron como objetivo conocer la actitud de los estudiantes universitarios de la Universidad del País Vasco ante las fake news. Es un estudio cuantitativo y cualitativo. A través de un cuestionario, se han registrado los datos relacionados con el perfil del encuestado (edad, género, curso, área de conocimiento) y trece preguntas en torno al grado de conocimiento del alumnado sobre el fenómeno de las fake news, la percepción y actitud de los propios estudiantes ante las mismas, las áreas temáticas donde creen que destacan las noticias

falsas, las vías a través de las cuales consideran que se difunden, la consideración ética de los medios convencionales en torno a la información que publican, para tratar de combatir la proliferación de noticias falsas. Tras analizar las respuestas del cuestionario, la investigación derivó en una segunda fase: comparar estos resultados con los que se obtendrían en una segunda vuelta de encuestas a estudiantes de otras áreas de conocimiento. Con ese fin se pasaron las mismas encuestas a 200 alumnos y alumnas del Grado de Ciencias Políticas, Económicas, Física, Medicina y Bellas Artes. Los resultados del presente estudio señalan un alto índice de alerta por parte de los estudiantes de periodismo, ante las fake news. Gracias a su capacidad casi innata para manejar las nuevas tecnologías, no consideran que en el futuro vayan a encontrar muchas dificultades para gestionar grandes cantidades de información y para seleccionar aquellos datos que les resulten más verídicos. Esta capacidad de lidiar con bulos o noticias de dudosa credibilidad también la tienen asumida, aunque en menor medida (o así lo consideran) los estudiantes de otras áreas de conocimiento.

Noticias falsas: definición, características, clases o tipos

Amoros (2018) refiere que son “informaciones falsas diseñadas para hacerse pasar por noticias con el objetivo de difundir un engaño o una desinformación deliberada para obtener un beneficio político o financiero.” (p. 25).

Cortés e Isaza (2017) indican que “se trata de contenidos deliberadamente falsos que se publican en sitios web cuya apariencia intenta ser formal y auténtica. A veces el diseño del sitio y su URL suplantan un portal de noticias reconocido. El propósito claro es engañar al usuario. Generalmente estos contenidos se mueven en las redes sociales a través de las cuentas propias de esos portales, ya sea de manera orgánica –mediante likes, retweets y compartidos de los usuarios– o con acciones promocionadas, es decir, pagando para que estos contenidos sean publicitados por las plataformas.” (p. 5).

Muñoz (2017), dice que: “Desde siempre han existido las informaciones fabricadas, pero nunca como en este último tiempo. La posverdad es un fenómeno que coincide con la irrupción de otra era: Las noticias falsas. En 2016 se inscribieron 43 sitios web, los que publicaron más de 750 Fake News solo en Estados Unidos que tuvieron un amplio compromiso –compartir, likes, comentarios– en redes sociales, particularmente en la plataforma Facebook. Asimismo, existe una relación entre la posverdad y las noticias falsas: Por una parte, por apelar a las emociones y valores –marcos– las noticias falsas tienen la característica de parecer verdaderas, es decir son posverdades; por otra parte, la política de la posverdad, usa como herramienta de campaña las noticias falsas para extender sus falsedades y a la vez desacreditar a sus detractores, impulsando la difusión de las Fake News.” (p. 36).

Campos (2008) rescata que: “Los avances de las tecnologías de la información y de la comunicación han incorporado nuevas herramientas y formas de intermediación e interactividad que están reconfigurando el espacio mediático. Esas relaciones y redes sociales o profesionales establecidas y desarrolladas a través de Internet nos sitúan ante una nueva fase, que algunos califican como posmediática, con una sociedad de servicios aún mucho más acelerada y en la que la atención aparece más segmentada, personalizada, instantánea, diluida, convergente, transparente, flexible, liviana, conversacional, interconectada y abocada a la colaboración, participación y trivialización. Las relaciones de los públicos con los medios están cambiando: crece la fragmentación y se diluye la mediación.” (p. 2).

Las noticias falsas son informaciones carentes de verdad y que aparentan ser verdaderas, en la mayoría de casos se filtran a través de las redes sociales que por tener millones de usuarios facilita su difusión.

Características: Según Blázquez (2018), “las noticias falsas se caracterizan por presentar: 1) Alteración de los hechos en distintos grados; 2) Discurso superfluo de las noticias; 3) Discurso emocional primario; 4) Vocabulario y recursos lingüísticos propensos a mensajes embaucadores, exageración, hipérbolos y circunloquios; 5) Titulares cortos e impactantes; 6) Escasez de texto que desarrolle la noticia; 7) Incumplimiento de las cinco W del periodismo (¿qué?, ¿quién?, ¿cuándo?, ¿dónde? y ¿por qué?); 8) Ausencia de fuentes y reseñas; 9) Falta de pruebas documentales; 10) Inmediatez de la información; 11) Información no contrastada con otras fuentes y noticias enlazadas; 12) Alto nivel de difusión en redes sociales; 13) Alto porcentaje de comentarios prefabricados o valoraciones positivas en las redes sociales; 14) Mensajes orientados a influir en la opinión y decisión del destinatario; 15) Mensajes con doble moral, enfocados a asuntos de alta sensibilidad para el destinatario; 16) Mensajes que presentan el problema y la solución velada y dirigida.” (p. 14).

Clases o tipos: Wardle (2017), clasifica 7 tipos de noticias falsas: Sátira o Parodia: “No pretende causar daño, pero posiblemente engañe”

- a. Conexión Falsa: “Cuando los titulares, imágenes o leyendas no confirman el contenido”
- b. Contenido Engañoso: “Uso engañoso de información para incriminar a alguien o algo”
- c. Contexto Falso: “Cuando el contenido genuino se difunde con información de contexto falsa”
- d. Contenido Impostor: “Cuando se suplanta fuentes genuinas”
- e. Contenido Manipulado: “Cuando información o imágenes genuinas se manipulan para engañar”
- f. Contenido Fabricado: “Contenido nuevo que es predominantemente falso, que es diseñado para engañar o perjudicar”

Causas: Morales (2018), señala que las causas de las noticias falsas son:

- a. Pereza, al no tomar con seriedad su trabajo, copiar un texto y reproducirlo como real, probado y de creación propia.
- b. Por las facilidades que ofrecen las TIC y el candor de muchos usuarios que por el solo hecho de verlo por escrito, le dan el valor de certeza.
- c. Por la casi adicción de difundir notas apoyadas en la posverdad, noticias parciales; “o de manera premeditada, algunos grupos construyen noticias falsas para un fin no lícito y que tiene como objetivo manipular a conjuntos sociales a fin de influir en el diseño de políticas sobre un tema, o para obtener un beneficio específico en diferentes ámbitos de interés, como el económico, el político y el social.” (p. 89).

Consecuencias: Morales (2018), señala: “La consecuencia de la aparición y uso de la posverdad y sus derivados o conceptos afines en el terreno de las ciencias –las duras, las humanidades y las sociales– son muy graves porque el científico y el académico en general tienen un compromiso con su disciplina y desarrollo profesional íntegro; tienen la obligación de una actuación ética comprometida con su grupo académico y con la sociedad donde se privilegia la verdad, el bien común y el respeto al otro.” (p. 90).

Crear y difundir noticias falsas trae consecuencias, entre ellas la falta de credibilidad de la plataforma que difunde este tipo de contenido, generan también pánico en la población, así como penales. En el Perú, actualmente hay una condena de 2 a 4 años por crear o difundir una noticia falsa con el objetivo de obtener provecho o generar perjuicio a terceros y una pena privativa de la libertad de 3 a 6 años por crear o difundir una información falsa que genera pánico o afecta la tranquilidad de la población, según los artículos 438° y 315°A respectivamente del Código Penal.

Factores, condiciones o procedimientos: Morales (2018) indica: “Las TIC han permitido tanto canalizar la inteligencia colectiva como difundir noticias falsas; han cambiado la forma de consumir y asimilar la información. Hoy, uno de los indicadores del desarrollo de un país es la medición del uso de Internet. Sin embargo, la conectividad sin un uso reflexionado de la información conlleva a una mayor desinformación. En la globalización actual, las redes sociales son el medio idóneo para difundir información sin apego a la verdad, sometiendo la información a las emociones y no al raciocinio. Se magnifica la inmediatez antes que ponderar la verificación de los hechos, de los datos, de la información, (...). La aceptación sobre lo que corre en redes sociales dificulta reconocer lo falso de lo verdadero. (...) Una noticia tarda escasos segundos en transmitirse en las redes sociales y viajar por todo el mundo acompañada de fotos, videos o sonidos; todo llega en un flujo incesante a YouTube, Instagram, Facebook, Twitter, entre otras redes sociales.” (p. 49).

El procedimiento para difundir una noticia falsa es muy fácil y rápido si se emplean las redes sociales, en especial Facebook. Respecto a esta red social, Aliaga, C y Condori, E (2020), citando a (Marreros, 2018), refieren que en el Perú, en el 2022 es la más popular con 23'500,000 de cuentas creadas, siendo la más utilizada para informarse (El Peruano, 16 de marzo de 2020).

Las redes sociales han revolucionado las formas en las que las personas se comunican a nivel mundial, donde el espacio y el tiempo parecen han perdido su poder, ya que la información puede estar presente en todas partes al mismo tiempo. Faverón (2018), señala que “Los usuarios de una red social pueden escribir, poner páginas de sus contactos, subir fotos y etiquetar personas en esas fotos, además de incluir videos y canciones. También, se puede tener el número de contactos que se quiera, los cuales pueden provenir de diferentes contextos, colegios, amigos, familiares, personas de otros países” (p. 2).

Guzmán (2015) nos dice que las redes sociales son herramientas que permiten la interacción social mediante el intercambio y la creación de contenidos informativos en diversos formatos por cualquier persona con acceso a las mismas.

Noticias falsas sobre el Covid-19

En la página oficial web única del Estado Peruano (Gob.pe), en la sección salud, aparece la siguiente lista de las principales noticias falsas difundidas en el Perú, en relación con las vacunas contra el Covid-19 (Gob.pe, 2022)

1. Si te vacunas puedes quedar estéril, además te implantarán un chip.
2. Las vacunas son experimentales, se han hecho sin pasar por todos los requisitos de una investigación seria. No sean un conejillo de indias.
3. Las vacunas van a modificar tu ADN. Se notará en los próximos años.
4. Las vacunas se crearon en secreto y no publican los datos obtenidos ni se sabe qué sustancias contienen.
5. La Covid-19 no existe. Es un invento para vender vacunas, inventada por intereses políticos ¡Todo es una farsa!
6. ¿Para qué vamos a vacunarnos si no protege de la infección y podemos seguir contagiando?
7. Vacunarnos provoca Covid-19 y así se crean nuevas olas de la pandemia.

Desde enero del 2020 y hasta la culminación de la presente investigación (mayo, 2022), el mundo se viene enfrentando a la pandemia del Covid-19, un virus proveniente de la familia corona-

virus (CoV), que causaba diversas afecciones, desde un resfriado hasta infecciones respiratorias que podrían llevar a la muerte. Este virus surgió en la ciudad de Wuhan, China, y millones de personas se contagiaron y miles de ellas lamentablemente perdieron la vida.

Desde que apareció la Pandemia y luego se desarrollaron las vacunas para combatirla, surgieron y se difundieron muchas noticias falsas por las redes sociales, noticias sobre la escasez de productos de primera necesidad, remedios caseros para curar este virus, muerte de presidentes y muchas más, las cuales generaron pánico en la población. Lo sorprendente fue que las noticias falsas no solo circularon por redes sociales, sino también aparecieron como noticias en algunos medios de comunicación social tradicionales del Perú, que las comentaron como si fueran verdaderas, luego, al desmentirse, tuvieron que rectificarse con la pérdida de credibilidad que ello acarrea.

Vacunación contra el Covid-19

La página oficial del MINSA, a través de su Repositorio **Único** Nacional de Información en Salud (REUNIS), pública, al 11 de mayo de 2022, los siguientes datos sobre el programa de vacunación contra el Covid-19, y sus avances:

Informa que las vacunas son preparaciones que buscan la inmunidad frente a una determinada enfermedad. Inoculan el virus o bacteria debilitado o muerto al organismo humano, el cual advierte su presencia y genera anticuerpos para luchar contra este virus o bacteria. Luego de haber enfrentado a este virus o bacteria, el cuerpo humano es capaz de recordarlo y combatirlo.

Vacunación en todo el Perú

	Primera dosis	Segunda dosis	Tercera dosis	Cuarta dosis
Meta:	32,781,250	32,781,250	32,781,250	32,781,250
Dosis:	29,219,047	27,057,724	16,562,166	334,692
Cobertura:	89.1%	82.5%	58.0%	1.02%

Vacunación en Lima Metropolitana

	Primera dosis	Segunda dosis	Tercera dosis
Meta:	9,732,876	9,732,876	9,732,876
Dosis:	9,185,918	8,661,841	8,616.236
Cobertura:	94.4 %	89%	69%

Material y métodos

Esta es una investigación de enfoque cuantitativo. Para la recolección de datos utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario. El diseño de la investigación fue no experimental, ex post facto, no habiéndose manipulado las variables de estudio; asimismo, fue transversal, debido a que se recolectaron los datos en un solo momento, con el propósito de describir las variables y analizar su incidencia e interrelación. (Rodríguez y Vargas, 2013).

La población del estudio comprendió a la población mayor de edad de Lima Metropolitana, en especial a personas con nivel de estudios superiores, que por conveniencia llegó a 128 personas, que fueron encuestadas por la plataforma Google Forms.

La encuesta fue aplicada en la modalidad online, a 128 personas mayores de edad, 70 varones y 58 damas, en su mayor parte egresados de diferentes carreras profesionales. El rango de edad de los encuestados es el siguiente: De 18-25: 56 encuestados; de 26-33: 26; de 34-41: 16; de 42-49: 18 y de 50-60: 12. El nivel de instrucción de los encuestados es el siguiente: Egresados de Periodismo 7, Comunicación 13, Administración 10, Contabilidad 3, Psicología 1, Ingeniería 9; Derecho 2, Economía 1, Publicidad 2, Fisioterapia 5, Enfermería 2, Nutrición 1, Obstetricia 1, Mecánica automotriz 1, Marketing 2, Docencia 2, estudiante 3, sin estudios superiores 6, No contesta 57. Total 128. Tenemos que la mayoría de los encuestados son egresados universitarios y jóvenes entre 18 y 33 años.

Es importante destacar que para la encuesta se ha tomado como base las estadísticas oficiales del Repositorio Único Nacional de Información en Salud (REUNIS) del Ministerio de Salud publicadas en su página oficial REUNIS - MINSA, que evidencian que hay un porcentaje considerable de la población que ha sido influenciada por las noticias falsas.

Resultados:

Gráfico 1

Noticia falsa más difundida por Facebook

¿Cuáles fueron las noticias falsas más difundidas en torno al Covid-19?

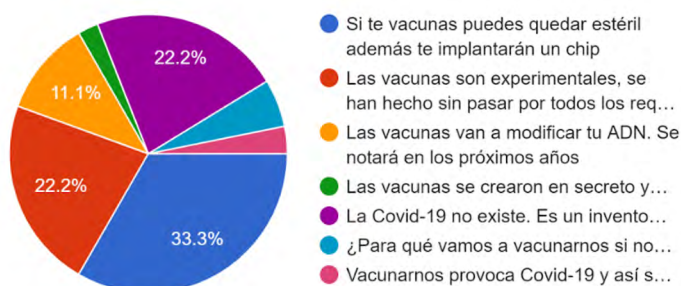


Gráfico 2

Noticia falsa más influyente

¿Cuál ha sido la noticia falsa que más ha influido en el rechazo de las vacunas contra el Covid-19?

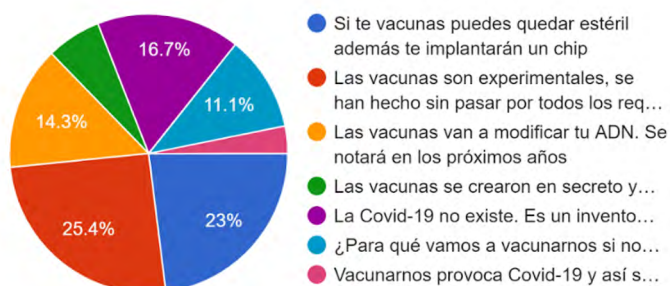


Gráfico 3

Nivel de aceptación de las vacunas contra el Covid-19

¿Cuál es el nivel de aceptación de las vacunas contra el Covid-19, por parte de la población de Lima Metropolitana?

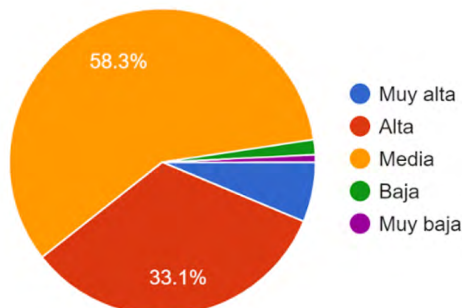


Gráfico 4

Vacuna contra el Covid-19 más aceptada

¿Cuál es la vacuna que ofrece más seguridad a percepción de los pobladores de Lima Metropolitana?

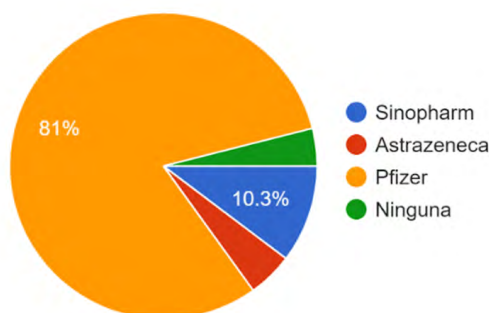


Gráfico 5

Nivel de aceptación de las vacunas contra el Covid-19

¿Cuál es el nivel de aceptación de las vacunas contra el Covid-19, por parte de la población de Lima Metropolitana?

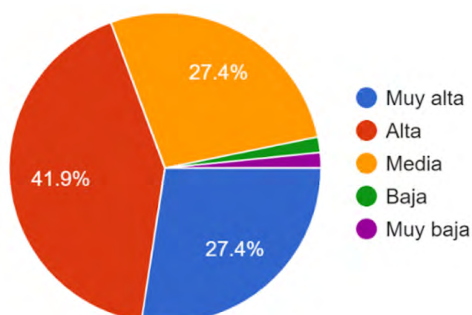


Gráfico 6

Nivel de aceptación de la vacunación obligatoria

¿Cuál es el nivel de aceptación de la vacunación obligatoria por los pobladores de Lima Metropolitana?

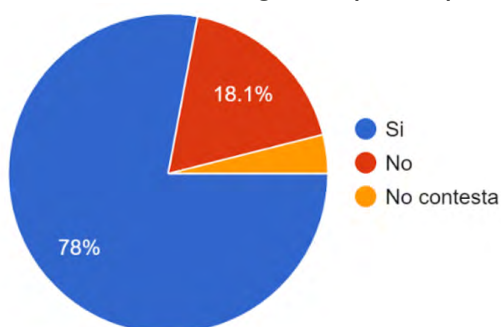


Gráfico 7

Nivel de cumplimiento con la vacunación dispuesta por el gobierno

¿Cuál es el nivel de cumplimiento con las vacunaciones dispuestas por el gobierno?

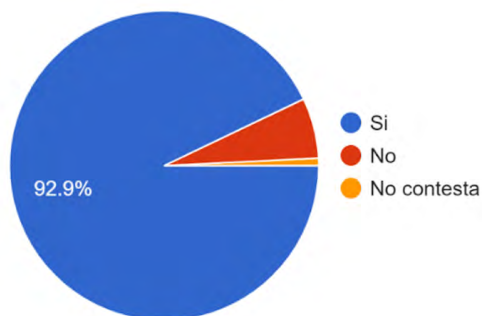
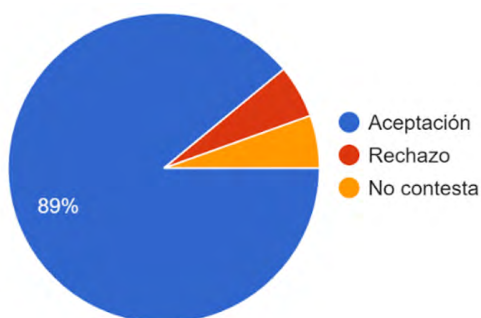


Gráfico 8

Nivel de aceptación o rechazo de las vacunas contra el Covid-19

¿Cuál es el nivel de aceptación o rechazo a las vacunas contra el Covid-19?



Discusión:

La noticia falsa más difundida a través de Facebook, según la percepción de los encuestados, fue “si te vacunas puedes quedar estéril, además te implantarán un chip” (33.3%), seguida de “las vacunas son experimentales, se han hecho sin pasar todos los requisitos” (22.2%), y “La Covid-19 no existe. Es un invento” (22.2%).

La noticia falsa que más ha influido en el rechazo a las vacunas contra el Covid-19, ha sido “las vacunas son experimentales, se han hecho sin pasar por todos los requisitos” (25.4%), seguida de “Si te vacunas puedes quedar estéril, además te implantarán un chip” (23%), y “La Covid-19 no existe. Es un invento” (16.7%).

El nivel de aceptación de las vacunas contra el Covid-19, la mayoría de encuestados señala que es media (53%), alta (33.1%).

La vacuna más aceptada por la población ha sido la vacuna Pfizer (81%), seguido de la Sinopharm (10%) y luego las demás en menor porcentaje.

El nivel de aceptación personal de los encuestados por las vacunas contra el Covid-19, muestra que el 41.9%, lo considera alta, (27.4%) muy alta y el (27.4%) media. Lo que se explicaría en parte por el nivel de educación de la mayoría de los encuestados.

El nivel de aceptación de la obligatoriedad de las vacunas contra el Covid-19, los encuestados se muestran favorables a su obligatoriedad en un 78%, y en contra en un 18.1%.

El nivel de cumplimiento de las vacunas por parte de los encuestados, en un 92.9% señalan haber cumplido con todas las dosis. Lo que también tendría su explicación en el nivel de educación de los encuestados.

Respecto del nivel de aceptación o rechazo a las vacunas contra el Covid-19 por parte de los encuestados, tenemos que la mayoría las acepta (89%), que se explicaría por el nivel de educación de la mayoría de encuestados.

Sin embargo, cuando observamos las estadísticas oficiales del Ministerio de Salud, sobre el porcentaje de personas que han cumplido con sus vacunas, tenemos que el 94.4% de la población objetivo de Lima Metropolitana, al mes de mayo de 2022, recibió la primera dosis, el 89% la segunda dosis y un 69% la tercera dosis. Cifras que revelan que la mayor parte de la población viene cumpliendo con recibir sus dosis de vacuna y que hay un 6.6% de la población de Lima Metropolitana que es renuente a las vacunas.

Conclusiones:

Los resultados de la investigación arrojan que las noticias falsas en torno al Covid-19 y sus vacunas, difundidas mayormente por las redes sociales, entre ellas Facebook en Lima Metropolitana, fueron en orden de prelación: 1) Si te vacunas puedes quedar estéril, además te implantarán un chip (33.3%), 2) Las vacunas son experimentales, se han hecho sin pasar por todos los requisitos de una investigación seria. No sean un conejillo de indias. (22.2%), 3) La Covid-19 no existe. Es un invento para vender vacunas, inventada por intereses políticos ¡Todo es una farsa! (22.2%), 4) Las vacunas van a modificar tu ADN. Se notará en los próximos años (11.1%), 5) ¿Para qué vamos a vacunarnos si no protege de la infección y podemos seguir contagiando?, 6) Vacunarnos provoca Covid-19 y así se crean nuevas olas de la pandemia, 7) Las vacunas se crearon en secreto y no publican los datos obtenidos ni se sabe qué sustancias contienen.

Según la percepción de los encuestados, la noticia falsa que más impacto tuvo en el rechazo a las vacunas contra el Covid-19, fue la que decía: “las vacunas son experimentales, se han hecho sin

pasar por todos los requisitos” (25.4%), seguida de “Si te vacunas puedes quedar estéril, además te implantarán un chip” (23%), y “La Covid-19 no existe. Es un invento” (16.7%).

Sobre el nivel de aceptación de las vacunas por parte de los encuestados, la mayoría de ellos señala que es media (53%), y alta (33.1%), lo que evidencia que existe una aceptación mayoritaria; siendo la vacuna que goza de mayor aceptación por parte de la población de Lima Metropolitana la Pfizer (81%), seguido por la Sinopharm (10%) y las demás en porcentaje menor.

Los encuestados señalan que su aceptación personal de las vacunas contra el Covid-9, es alta 41.9%, muy alta 27.4% y media 27.4%. Lo que evidencia una aceptación mayoritaria de la población; asimismo el 78% de los encuestados aprueba la obligatoriedad de las vacunas, frente a un 18.1% que rechaza esa condición. Respecto del cumplimiento con tener todas las dosis dispuestas por el gobierno, el 92.9 % de los encuestados indica haberlas cumplido.

Se puede señalar que las noticias falsas han registrado porcentualmente un leve impacto en relación con la aceptación de las vacunas por parte de la población de Lima Metropolitana, que como capital de la república tiene a la población mejor informada, registrándose que solo el 6.6% del total de la población objetivo no ha recibido vacuna alguna al mes de mayo de 2022. Asimismo, el nivel de aceptación de las vacunas contra el Covid-19, a pesar de las noticias falsas en Lima Metropolitana, llegó al 94% de la población vacunada con la primera dosis y al 89% con la segunda dosis, lo que ratifica nuestras conclusiones.

Referencias:

- Abreu, J. L. (2014) El método de la investigación. Daena: International Journal of Good Conscience. 9(3)195-204.
- Aliaga, C y Condori, E (2020). Lucha política en el ciberespacio (Twitter) en tiempos del Covid-19 (Perú: marzo-mayo-agosto 2020). <https://revistas.unife.edu.pe/index.php/comunife/article/view/2492/2750>
- Arribas, Islas y Gutiérrez, (2018) El difícil e indispensable ejercicio del periodismo en América Latina <http://dspace.uhemisferios.edu.ec:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/995/CAP%c3%bdTULO%20El%20dif%c3%adcil%20e%20indispensable%20ejercicio%20del%20periodismo%20en%20Am%c3%a9rica%20Latina.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Blázquez, M. (2018) El problema de las noticias falsas: detección y contramedidas. Departamento de Biblioteconomía y Documentación Universidad Complutense de Madrid, 1.
- Campos, F. (2008) Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. Revista Latina de Comunicación Social, 11(63)2.
- Catalina, B., Sousa, J., y Cristina, L. (2019). Consumo de noticias y percepción de Fake News entre estudiantes de Comunicación de Brasil, España y Portugal. Revista De Comunicación, 18(2), 93-115.
- Cortés, C., e Isaza, L. (2017). Noticias falsas en Internet: la estrategia para combatir la desinformación. <https://www.palermo.edu/cele/pdf/FakeNews.pdf>
- Código Penal Peruano actualizado (2022). Diario Oficial El Peruano. D. Leg. 635 promulgado el 3 de abril de 1991. <https://lpderecho.pe/codigo-penal-peruano-actualizado/>
- Faverón, N. (2018) Autoestima y habilidades sociales en usuarios de Facebook que estudian en una universidad privada de Lima. (Tesis de licenciatura, Universidad peruana de ciencias aplicadas, Lima, Perú) Recuperada de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625179/Faver%c3%b3n_VN.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Facebook es la red social más popular en el Perú. (16 de marzo de 2020). El Peruano, p. 1. <https://elperuano.pe/noticia/93094-facebook-es-la-red-social-mas-popular-en-el-peru>

- Gob.pe (2022). Mitos sobre las vacunas contra el Covid-19. Plataforma digital única del Estado Peruano. <https://www.gob.pe/12362>
- Guzmán, Z. (2015) Redes sociales y participación ciudadana. (Tesis de licenciatura, Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú) Recuperada de http://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/5240/yma%c3%b1a_lkm.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Honores, I. (2016) Libertad de expresión en Internet: Informaciones falsas que generan polémica en las redes sociales. (Tesis de licenciatura), Universidad Jaime Bausate y Meza, Lima, Perú) Recuperada de http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/handle/bausate/23/Ivan_Honores_Tesis_ba-chiller_2016.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Mendiguren, T., Pérez, J. y Meso, K. (2020) Actitud ante las Fake News: Estudio del caso de los estudiantes de la Universidad del País Vasco. *Revista de Comunicación*, 19(1), 171-184.
- Mejía, c. (2020) Estadísticas de redes sociales 2020: usuarios de Facebook, Instagram, Youtube, LinkedIn, Twitter, Tiktok y otros. Recuperado de <https://www.juanmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/>
- Sandoval, J. y Miranda, I. (2019). Fake News y credibilidad de los medios de comunicación digitales en Lima Perú. Caso: Suicidio de Alan García. (Tesis para título profesional, Universidad Tecnológica del Perú, Lima, Perú) Recuperada de http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/2720/1/John%20Sandoval_Irving%20Miranda_Trabajo%20de%20Suficiencia%20Profesional_Titulo%20Profesional_2019.pdf
- Ministerio de Salud. (2022). Repositorio Único Nacional de Información en Salud REUNIS. Mayo de 2022 (p.1). Perú: Ministerio de Salud. <https://www.minsa.gob.pe/reunis/> https://www.minsa.gob.pe/reunis/data/resumen_covid19.asp
- Ministerio de Salud. (2020). Repositorio Único Nacional de Información en Salud REUNIS. Mayo de 2020 (p.1). Perú: Ministerio de Salud. <https://www.minsa.gob.pe/reunis/data/vacunas-covid19.asp>
- Montesinos, R. A. (2011). Medios de comunicación y ciudadanía. *Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 2(1), 18.
- Morales, E. M. (2018). La posverdad y las noticias falsas: El uso ético de la información. **México: Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información.**
- Muñoz, P. (2017) Medios de comunicación y posverdad: Análisis de las noticias falsas en elecciones presidenciales de EE. UU. de 2016. (Trabajo Fin de Máster en Medios, Comunicación y Cultura, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona-España) Recuperada de <https://recercat.cat/bitstream/handle/2072/293813/TFM%20Priscilla%20Mu%c3%b1oz.pdf?sequence=1>
- Pauner C. (2018) Noticias falsas y libertad de expresión e información. El control de los contenidos informativos en la red. *Teoría y Realidad Constitucional*. 41 297 – 318.
- Peña, T y Pirela, J. (2007) La complejidad del análisis documental. *Información, cultura y sociedad: revista del Instituto de Investigaciones*, (16), 55-81.
- Rendón, H. (2007) El periodista digital mexicano: Hacia su definición. (Tesis de licenciatura, Universidad nacional autónoma de México, ciudad de México, México) Recuperada de <https://books.google.com.pe/books?id=Ze6Ua6CRoLIC&pg=PA175&dq=definicion+url&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi-Lw7mwjeLpAhXhHrkGHZzeBhUQ6AEIjAA#v=onepage&q=definicion%20url&f=false>
- Rodríguez, C. (2019) No diga Fake News, di desinformación: una revisión por el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones: *Comunicación* (40) 65-74.
- Rodríguez, R. y Vargas, E. (2013). Diseño de Investigación No Experimental Transeccional. Universidad Yacambú. Vicerrectorado de Investigación y Postgrado. Instituto de Investigación y Postgrado.
- Salaverria, R., García, J. y Masip, P. (2010) Concepto de convergencia periodística. Recuperado de https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/23730/1/cap3_concepto_de_convergencia_periodistas_pp41-64.pdf

- Sandoval, J & Miranda, I. (2019). "Fake News y credibilidad de los medios de comunicación digitales en lima Perú. Caso: suicidio de Alan García". Tesis para optar la Licenciatura en CCCCSS. UTP. 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
- Torres, M., Paz, K. y Salazar, F. (s.f) Métodos de recolección de datos para una investigación. Recuperado de http://fgsalazar.net/LANDIVAR/ING-PRIMERO/boletino3/URL_03_BAS01.pdf
- Wardle, C. (2017) Noticias Falsas. Es complicado. First draft. Recuperado de <https://es.firstdraftnews.org/2017/03/14/noticias-falsas-es-complicad>