



ANEXO 1

FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN
CON EL FINANCIAMIENTO DEL FEDU

1. Título del proyecto

FAKE NEWS Y FUENTES PERIODÍSTICAS EN EL FACEBOOK EN EL PROCESO ELECTORAL 2021 EN LA REGIÓN PUNO.

2. Área de Investigación

Área de investigación	Línea de Investigación	Disciplina OCDE
Ciencias Sociales	Redes sociales	Periodismo

3. Duración del proyecto (meses)

12 meses

4. Tipo de proyecto

<u>Individual (2 docentes)</u>	<input type="radio"/>
<u>Multidisciplinario</u>	<input type="radio"/>
<u>Director de tesis pregrado</u>	<input type="radio"/>

4. Datos de los integrantes del proyecto

Apellidos y Nombres	Montesinos Condo Romel Alfredo y Alemán Cruz Leoncio Efraín.
Escuela Profesional	Ciencias de la Comunicación Social
Celular	942414503 - 950977700
Correo Electrónico	romel_al@hotmail.com leoncioaleman@unap.edu.pe



I. Título

FAKE NEWS Y FUENTES PERIODÍSTICAS EN EL FACEBOOK EN EL PROCESO ELECTORAL 2021 EN LA REGIÓN PUNO.

II. Resumen del Proyecto de Tesis

El proceso electoral en el país, está enmarcado en una serie de acontecimientos vinculados con la corrupción como elemento transversal. Los candidatos presidenciales son los más visibles protagonistas de partidos políticos nuevos y con trayectoria. Los candidatos al Congreso de la República en cada región, también protagonizan directa o indirectamente comentarios y reacciones de parte de los electores, sobre todo de los que manejan información en las redes sociales.

Ahí se encuentran influencers, los denominados opinólogos, periodistas digitales y grupos de página que divulgan información y opinión sobre la situación de los candidatos congresales.

Por consiguiente, los objetivos que se desean alcanzar están relacionadas a la determinación de noticias falsas que se propalan en el Facebook en el proceso electoral 2021 en la región de Puno y luego, identificar las fuentes de fake news y periodísticas en el Facebook.

De esta manera identificar las noticias falsas que se publican en el Facebook por ser la red más visitada en la región de Puno. Asimismo, se aplicará la ficha de observación como instrumento principal y la ficha de análisis documental como aspecto complementario.

Se espera conocer si las páginas identificadas en el Facebook como feke news, han logrado su objetivo de beneficiar o aniquilar políticamente a los candidatos al congreso por la región Puno.

III. Palabras claves (Keywords)

Fake news, fuentes periodísticas, Facebook, proceso electoral

IV. Justificación del proyecto

Se vive un proceso electoral nacional con varios hechos relevantes que la coyuntura marca con insistencia el tema de la corrupción de la clase política del país. El electorado puneño, es uno de los más críticos frente a la corrupción, siendo un electorado antisistema y anticorrupto.



En ese marco se desarrolla la campaña política de los candidatos al Congreso de la República y por ello las redes sociales han puesto interés en evidenciar las denuncias de corrupción que tendrían cada uno de los postulantes.

A la par de estos acontecimientos, aparecieron noticias falsas en algunas páginas de Facebook, que muchas veces son reproducidos por influencer, opinólogos, usuarios falsos, para desacreditar a un determinado personaje político.

Algunos, también descalifican las noticias falsas y publican las cualidades que tienen sus candidatos. Por tal razón se hace necesario identificar a los fake news en el Facebook con el fin de analizar a las páginas que más han divulgado noticias falsas en el proceso electoral 2021.

Es relevante, porque en la región Puno, no se hizo aun trabajos de investigación de esta naturaleza, además de saber que el consumo de redes sociales es cada vez más alto.

V. Antecedentes del proyecto

En la Revista de Comunicación vol.18 no.2 Piura jul./dic 2019 se halló un artículo denominado: Consumo de noticias y percepción de fake news entre estudiantes de Comunicación de Brasil, España y Portugal. Una de sus principales conclusiones y que tiene relación con la investigación concluye: “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. Sin embargo, otras posibles causas son percibidas de forma diferente entre unos estudiantes y otros: una gran parte de los portugueses creen que estos contenidos se pueden utilizar para solicitar y/o reclamar dinero, mientras que los españoles y brasileños creen que las fake news sirven para desviar la atención de otros problemas y para alarmar a la población”.

Lo que evidencia que los fake news pueden ser más peligrosos en campañas electorales, sobre todo en el peruano y en la región, en donde se aprecian muchas de estas páginas.

Otra tesis colombiana denominada: La influencia de las noticias falsas en la opinión pública: Un análisis desde Twitter y Vanguardia, admite que los usuarios de redes sociales sin contrastar la fuente, son capaces de reproducir la noticia falsa: “Las noticias falsas tienden a difundirse con mayor rapidez por los usuarios de las redes sociales, en especial de Twitter, lo que hace que tengan una gran interacción. Estas, tienden a ser llamativas bien sea por hechos insólitos o por estar ilustradas con imágenes o videos. Así mismo, en la mayoría de los casos, no tienen ortografía”.

Por consiguiente, los fakes news están presentes en las redes sociales, con nombres de páginas y con usuarios falsos, lo que puede influir en los electores que visitan el Facebook, pues no se encuentran en capacidad de verificar las fuentes de la noticia.



Finalmente, la consulta hecha al artículo de investigación: El impacto de las fake news en la investigación en Ciencias Sociales. concluye con lo siguiente:”Por otro lado, los resultados obtenidos permiten identificar las noticias falsas como un ámbito temático de gran impacto entre la comunidad científica de Ciencias Sociales, tanto a nivel iberoamericano como en el escenario anglosajón. En este sentido, tanto la Web of Science como Scopus muestran una estrecha coincidencia respecto al conjunto de artículos resultantes. Con relación a ello, se observa que la denominación de “fake news” suele vincularse con otros conceptos o descriptores, tales como “misinformation”, “disinformation”, “news verification”, “false news” y “fact checking”. Este aspecto refuerza los planteamientos de autores como Wardle y Derakhshan (2017) que han señalado la importancia de desarrollar estudios que enmarcan de forma más elocuente el alcance del término y la globalidad de la problemática que le rodea”.

Con todos los antecedentes indicados, se coadyuvará a mejorar el método de investigación.

VI. Hipótesis del trabajo

Los fake news en el Facebook se hicieron visibles en distintas páginas y usuarios, utilizando mayormente el aplicativo de compartir, lo que evidencia un grado mayor de desinformación sobre los candidatos que participaron de las elecciones congresales en la región Puno, más aún sabiendo que las fuentes de información no se verificaron para su reproducción.

VII. Objetivo general

Identificar los Fake news y fuentes periodísticas en el facebook en el proceso electoral 2021 en la región Puno.

VIII. Objetivos específicos

-
- Determinar noticias falsas que se propalan en el Facebook en el proceso electoral 2021 en la región de Puno.
-
- Identificar las fuentes de fake news y periodísticas en el Facebook en el proceso electoral 2021 en la región Puno.
-



IX. Metodología de investigación

Tipo de investigación: Cuantitativo

Nivel de investigación: Descriptivo

Técnicas: Observación y análisis documental

Instrumentos: Ficha de observación y ficha de análisis documental

Población: Publicaciones del Facebook del primer semestre del 2021

Muestra: Publicaciones del Facebook de marzo y abril 2021

X. Referencias

BORRAT, HECTOR, (1989): El periódico, actor político. Barcelona: Gustavo Gili.

CAMINOS, JOSÉ, (1997). Periodismo de Investigación: teoría y práctica. Síntesis, Madrid,

CONCHA FAGOAGA (1982.) "Periodismo interpretativo, el análisis de la noticia" Barcelona-España Editorial Mitre-Copérnico2.

DADER, JOSÉ, (2002) Periodismo de precisión: vía socioinformativa de descubrir noticias. Síntesis, Madrid.

Del Carpio Flores, César Material Didáctico. Periodismo Interpretativo, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, UNA-PUNO 1995.

Huanca Chipana, S. (2015). Uso de las fuentes de información de los reporteros de la ciudad de Juliaca 2015. Puno: Universidad Nacional del Altiplano de la Facultad de Ciencias de Sociales.

Laura Janeth Benítez Gaitán Jose Mario Conde Angarita Jorge Ismel Gamboa Roza José Luis Reyes Torres Johan Alexander Sanabria Restrepo

Martinez de Sousa, J. (1994). Diccionario de información, comunicación y Periodismo. Madrid - España: editorial Paraninfo.

Martinez, A. J. (1999). El periodismo en el siglo XXI: Más allá del rumor y por encima del caos. Estudios sobre el Mensaje Periodístico.



Martini, S. (2000). Periodismo, noticia y noticiabilidad. Argentina, Buenos Aires: Editorial Norma. Obtenido de <https://www.u-cursos.cl/icei/2009/2/PER22/3/material.../492632> [Consultado el 15 de enero de 2013]

Mayoral Sanchez, J. (2005). Fuentes de información y credibilidad periodística. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Núñez, L. (1991). Las Filtraciones.

<http://www.borriones.net/investigacion/fuentespi.pdf>

<http://recursos.cnice.mec.es/media/prensa/bloque3/pag4.html>

<http://definicion.mx/periodismo/#ixzz3KbQKAwIu>

<http://definicion.de/noticia/#ixzz3LGMI9Uhd>

http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1684-09332019000200005&script=sci_arttext

<https://www.researchgate.net/publication/339292278> El impacto de las fake news en la investigación en Ciencias Sociales Revisión bibliográfica sistemática

XI. Uso de los resultados y contribuciones del proyecto

Los resultados serán publicados en un medio de prensa a nivel regional, con el objeto de dar a conocer las noticias falsas que mayormente han sido propaladas en las redes sociales. Asimismo, se espera que sirva para mejorar la calidad de publicaciones en el Facebook.

XII. Impactos esperados

i. Impactos en Ciencia y Tecnología

Puede crear cierto impacto en mejorar la calidad de publicaciones en el Facebook y evitar en el futuro los fake news.

ii. Impactos económicos

No hay directamente un impacto económico.



iii. Impactos sociales

La ciudadanía podrá percibir qué páginas o usuarios falsos han divulgado fake news en todo el proceso de la campaña política de los candidatos al Congreso de la República, lo que, sin duda, puede impactar positivamente en los líderes de opinión y en los responsables de campaña de cada agrupación política.

iv. Impactos ambientales

Directamente no hay un impacto ambiental significativo.

XIII. Recursos necesarios (Infraestructura, equipos y principales tecnologías en uso relacionadas con la temática del proyecto, señale medios y recursos para realizar el proyecto)

Se necesitará contar con celulares, computadores, cámara fotográfica y paquetes estadísticos para la recopilación de datos y sistematización de resultados.
Se solicitará apoyo a los que hacen uso permanente del Facebook, para que reporten las noticias falsas.
Los recursos económicos son necesarios para sostener la presente investigación.

XIV. Localización del proyecto (indicar donde se llevará a cabo el proyecto)

En la ciudad de Puno, observando las redes sociales, en este caso el Facebook.

XV. Cronograma de actividades

Actividad	Trimestres												
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
Presentación del proyecto	X	X											
Elaboración de los instrumentos			X										
Aplicación de los instrumentos			X	X									
Consulta del marco teórico y bibliografía					X	X							
Sistematización de datos							X	X	X				
Redacción del artículo de investigación										X	X		
Presentación del artículo													X
Informe final a FEDU													X



XVI. Presupuesto

Descripción	Unidad de medida	Costo Unitario (S/.)	Cantidad	Costo total (S/.)
Computadora	01	2,000	01	2,000
Celular	01	1,000	01	1,000
Personal apoyo	02	800	02	1,600
Otros gastos	01	500	01	500

Puno, marzo del 2021