

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



CARACTERIZACIÓN DE LOS PARTICIPANTES DE GRUPOS DE CONSPIRACIÓN EN TELEGRAM

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Comunicación

Mathias Panizo Arana
Código 20181392

Asesor

Peter Busse Cardenas

Lima – Perú
Marzo de 2025





**CHARACTERIZATION OF TELEGRAM
CONSPIRACY GROUP PARTICIPANTS**



TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	6
ABSTRACT	6
INTRODUCCIÓN	7
Las cámaras de eco amplifican creencias y segregan opiniones contrarias	11
La <i>News Finds Me Perception</i> propone a los pares como nuevos gatekeepers.....	12
Los usuarios creen que los otros son los desinformados	13
Grupos extremistas en Telegram	15
El sesgo de confirmación como cimiento de cada grupo de conspiración	16
El altruismo y la motivación detrás de cada grupo conspirativo	17
La sensación de autoeficacia y la <i>third person perception</i>	18
METODOLOGÍA	21
RESULTADOS	24
La perspectiva de los usuarios sobre el alcance de su conocimiento de la realidad y su consumo de información	24
Las percepciones de los usuarios acerca de los conocimientos de la población que no utiliza Telegram.....	28
Los modelos de distribución de la información compartida en el grupo hacia los demás	30
DISCUSIÓN	32
REFERENCIAS	38
ANEXO 1	43
ANEXO 2	44
ANEXO 3	46

RESUMEN

Telegram se ha convertido en un espacio propicio para usuarios que buscan reforzar sus ideas mediante teorías conspirativas. Esta investigación pretende caracterizar a los usuarios de Telegram a unirse a grupos conspirativos. Se empleó una metodología cualitativa, realizando entrevistas a profundidad con trece usuarios de tales grupos en Telegram. Los resultados indican que estos usuarios se consideran superiores, evitan consumir información contraria a sus ideas y utilizan Telegram como fuente principal de información. La investigación concluye que la alienación social fortalece sus cámaras de eco.

Palabras clave: Posverdad; Telegram; Conspiración; Desinformación; Redes Sociales

ABSTRACT

Telegram has become a favorable space for users seeking to reinforce their ideas through conspiracy theories. This research project aims to characterize the Telegram users to join conspiracy groups. A qualitative methodology was employed, conducting in-depth interviews with thirteen users of such groups on Telegram. The results indicate that these users perceive themselves as superior, avoid consuming information contrary to their ideas, and use Telegram as a primary source of information. The study concludes that social alienation strengthens their echo chambers.

Keywords: Post-Truth; Telegram; Conspiracy; Misinformation; Social Media

INTRODUCCIÓN

Las redes sociales han cambiado la forma como la sociedad consume información. Debido a sus estructuras y los algoritmos que utilizan, las redes sociales han habilitado un consumo masivo de desinformación (Dow et al., 2021). Pese a que estos cambios se han dado con el mismo avance que la proliferación del suministro de medios digitales de noticias en la web, los usuarios no suelen buscar noticias en la web y le atribuyen poco tiempo a su consumo (Dow et al., 2021).

La posverdad es un fenómeno global definido como la desvaloración hacia los hechos y la lógica al momento de informarse, mientras se busca alimentar las creencias y valorar más las emociones antes del razonamiento (Estrada-Cuzcano et al., 2020). Cabe precisar que el término de la posverdad engloba la mentira, la manipulación de información, la desinformación y otros procesos donde, de forma consciente o inconsciente, se reinterpretan los hechos para reforzar creencias preestablecidas (Estrada-Cuzcano et al., 2020; Zarzalejos, 2017).

Ante el poco compromiso de los usuarios con los medios digitales con buscar activamente la información, las redes sociales actúan como medios de información, haciendo que la figura del gatekeeper sea asumida por el algoritmo, aunque sea de forma defectuosa (Yang & Tian, 2021). De hecho, esta ambigüedad de la información promueve debates e intervenciones en redes sociales, que son positivas para estas plataformas (Velichety & Shrivastava, 2022).

Otros autores demuestran que la desinformación es un fenómeno en crecimiento, evidenciando su pico durante la pandemia de la Covid-19 (Balakrishnan et al., 2022). Las temáticas relacionadas a desastres, salud y política son las más vulnerables a

promover la desinformación, con la posibilidad de llevar a generar daños, muertes o efectos irreversibles (Muhammed & Mathew, 2022).

Como elemento esencial de la proliferación de la desinformación está el concepto de la percepción de la tercera persona (TPP, de ahora en adelante). Se trata de una percepción en la cual las personas consideran que son los otros los desinformados y quienes deben informarse (de Zúñiga & Cheng, 2021; Yang & Tian, 2021). Otro concepto es el de las cámaras de eco, definidas como un espacio virtual cerrado donde se fortifican ideologías y se excluye todo contenido que vaya en contra de estas (Arguedas et al., 2022). Adicionalmente, se encuentra la percepción de “las noticias me encuentran a mí” o *News Finds Me Perception* (NFMP, de ahora en adelante). Esta describe cómo los usuarios creen estar informados, pero no buscan activamente la información y confían plenamente en la información prevista por sus pares (de Zúñiga & Cheng, 2021; Diehl & Lee, 2022).

Conforme la NFMP se propague por la sociedad, menor será el consumo de noticias tradicionales y menor será la percepción de buscar la información (de Zúñiga & Cheng, 2021). A su vez, quienes estén influenciados por la NFMP incrementarán la tolerancia hacia las noticias falsas y valorarán el contenido compartido por amigos o conocidos (de Zúñiga & Cheng, 2021). En otras palabras, los gatekeepers o filtros se basarán en confianza, y no en la labor de la verificación de información.

En relación con esta problemática, la revisión de la literatura académica peruana revela que hay pocos estudios sobre grupos de conspiración, mecanismos de la posverdad y la desinformación en Telegram. De hecho, una revisión propia, realizada en diciembre de 2024, de los repositorios académicos de la Universidad de Lima, la Universidad de Piura, la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, la Universidad Peruana de

Ciencias Aplicadas, la Universidad San Martín de Porres y la Pontificia Universidad Católica del Perú demostraron esto. Si bien se identificaron 109 publicaciones referidas a Telegram, solo tres están asociadas a la desinformación o la conspiración (Chigne, 2020; Huamán, 2020; Martínez, 2023).

Chigne (2020) analizó el uso de un canal de Instagram y otro de Telegram como una herramienta de activismo político durante las manifestaciones en el Perú durante el 2020. Al igual que el presente estudio, se investigó el uso de Telegram para la transmisión de información, pero en contextos de activismo político. Martínez (2023) planteó el objetivo de describir las percepciones sobre la credibilidad de las noticias falsas difundidas en redes sobre el Covid-19, concluyendo que menos de la mitad de los participantes en su estudio supo distinguir las noticias falsas de la información verídica referentes a la Covid-19, asemejándose a la propuesta de esta investigación. Por su lado, el estudio de Huamán (2020) se basó en una revisión general de la literatura sobre las *fake news* y la desinformación, por lo que solo comparte con este estudio los aspectos teóricos.

En el caso del concepto ‘Conspiración’, se encontraron 324 tesis y artículos de investigación en la base de datos de las universidades ya citadas, pero solo dos se acercan a los conceptos de este estudio (Céspedes, 2021; Ruiz, 2023). Céspedes (2021) estudió el perfil de los consumidores de *fake news* en el Perú, concluyendo que la desinformación afecta a todos los niveles socioeconómicos. En dicho estudio, el análisis es referente al perfil de los consumidores de narrativas de conspiración y *fake news*, aunque enfocados únicamente en Telegram. Por otro lado, Ruiz (2023) presentó un estudio de psicología en el cual estudió las motivaciones de los jóvenes limeños que participaron en reuniones sociales pese a su prohibición durante la pandemia. La motivación de un grupo de difícil acceso es un aspecto que se comparte con este estudio, principalmente en la metodología

empleada para acceder a los entrevistados. Finalmente, no existe registro de publicación alguna sobre grupos conspirativos en los repositorios de las universidades mencionadas.

Por lo tanto, el motivo de este estudio es conocer las motivaciones de usuarios que participan en grupos de conspiración de Telegram, para entender a mayor detalle cómo se construyen los grupos conspirativos en esta red social y la forma como los mecanismos posverdad influyen en el consumo de desinformación. Esta es una plataforma de mensajería utilizada por grupos conspirativos extremistas (Jost & Dogruel, 2023; Zehring & Domahidi, 2023; Hoseini et al., 2023), donde los chats conforman como cámaras de eco (Soler Roca Tutora & Navalón Mira, 2022). Buehling y Heft (2023) señalan que estos chats se utilizan en gran medida como canales de información alternos, mientras que las revisiones de Jost y Dogruel (2023) y Zehring y Domahidi (2023) sostienen que muchos usuarios conspirativos llegaron a Telegram tras ser censurados o eliminados de otras redes sociales con mayores filtros. Dogruel et al. (2023) señalan que Telegram es una plataforma importante para la distribución de teorías conspirativas, debido a las características antisistema y de protesta de los usuarios que participan en estos grupos.

Conocer las motivaciones de usuarios que participan en grupos de conspiración de Telegram en el Perú permitirá dar luz sobre cómo se consolidan sus cámaras de eco y cómo se distribuye la desinformación. De esta manera, se pueden proponer cambios a la plataforma, así como dar luces sobre la distribución de noticias falsas. Identificar los mecanismos de posverdad que incitan esta motivación permite evaluar posibles soluciones, como impulsar modificaciones en la plataforma de Telegram. Cabe indicar que entre marzo del 2020 y marzo del 2021 se evidenció un crecimiento en los comentarios anti-élite, activistas y de violencia dentro de los grupos de extrema derecha donde se compartían teorías conspirativas (Schulze et al., 2022).

Las cámaras de eco amplifican creencias y segregan opiniones contrarias

En primer lugar, es importante distinguir las cámaras de eco de los filtros burbuja. Arguedas et al. (2022) caracterizan a los filtros burbuja como un tipo de cámara de eco creada sin la decisión activa del usuario. Un ejemplo son los algoritmos de las propias redes sociales, que filtran el contenido según el usuario, brindando un flujo de información que se adapte al consumo del usuario. En una cámara de eco, los usuarios se involucran de manera consciente. Esto sucede en Telegram, por medio de chats y grupos.

Uno de los aspectos más importantes de las cámaras de eco es la retención de los usuarios en estos espacios, amplificando creencias y segregando a quienes no opinen igual (Dow et al., 2021; Muhammed & Mathew, 2022). Los mismos autores identificaron que dentro de los grupos en redes sociales, que funcionan como cámaras de eco, son los usuarios más extremistas los que dominan la interacción.

Para que un usuario se consolide dentro de la cámara de eco, debe existir un sesgo de confirmación (Muhammed & Matthew, 2022), el cual refiere que la búsqueda de información se basa en encontrar respuestas que sean coherentes con las creencias preexistentes (Segado-Boj et al., 2020). Segado-Boj et al. (2020) detectaron que las estructuras de las plataformas y sus algoritmos son piezas esenciales para la propagación de desinformación. Si bien mucho se ha estudiado sobre esto en redes sociales como Twitter (Velichety & Shrivastava, 2022; Balakrishnan et al., 2022) existe un vacío importante en el caso de Telegram. La literatura demuestra que más allá de la plataforma, los usuarios también tienen un rol esencial en la creación y distribución de desinformación. Pero ¿cómo se reconstruye este concepto de las cámaras de eco en Telegram?

Un descubrimiento interesante es que las cámaras de eco son parte de los sesgos de transmisión de información, una contemplación más grande donde se incluyen a todas las alteraciones posibles de la transmisión de información (Díaz-Díaz et al., 2022). Desde esta perspectiva, se debe evaluar tanto la emisión como la recepción de la información. Sin embargo, los estudios no han centrado estos aspectos en redes con estructuras similares a las de Telegram, donde no hay un algoritmo y son los usuarios quienes deciden si participar o no en un chat.

***La News Finds Me Perception* propone a los pares como nuevos gatekeepers**

Los estudios referentes a la NFMP (de Zúñiga & Chen, 2021; Diehl & Lee, 2022; González-González et al., 2022; Segado-Boj et al., 2020) son aún amplios y se centran en tendencias políticas. Adicionalmente, González-González et al. concluyeron que las poblaciones más vulnerables al NFMP no son homogéneas a nivel mundial: cada sociedad estudiada demostró resultados únicos (González-González et al., 2022). Asimismo, se concluyó que los usuarios más vulnerables tienden a una forma pasiva de informarse (González-González et al., 2022). Es decir, buscan informarse con el menor esfuerzo. Por otro lado, Segado-Boj et al. concluyeron que las personas con mayor necesidad de informarse emplean un mejor criterio para evaluar la veracidad de las noticias. Otro aspecto que resaltar es que la NFMP está ligada a la confianza que tienen los usuarios a los algoritmos, siendo estos los nuevos gatekeepers (de Zúñiga & Cheng, 2021). Esto establece una pregunta de futuro planteamiento: ¿Qué implicaciones tiene que la sociedad crea que no necesita informarse porque la información le llega automáticamente? ¿La búsqueda activa por la información es fundamental para el crecimiento de la sociedad?

Pero lo anterior queda en incertidumbre cuando se entiende que en Telegram, el algoritmo no existe, por lo que la NFMP no tendría validez en este escenario. Sin embargo, esta percepción también se define por la confianza en los pares y las conexiones sociales (de Zúñiga & Cheng, 2021) como gatekeepers. Esto refuerza la hipótesis planteada, de que el efecto de la cámara de eco permite consolidar la confianza entre los miembros del grupo, facilitando que la NFMP se fortalezca sin la necesidad del algoritmo. La pregunta es, ¿quién juega el rol del gatekeeper?

Lo que sí responde la literatura es que conforme uno confíe más en las redes sociales para informarse, mayor será la aceptación de noticias falsas (Diehl & Lee, 2022). Diehl y Lee (2022) también concluyen que el uso de las redes sociales en el consumo de desinformación será mayor en aquellos más susceptibles al NFMP. Adicionalmente, Balakrishnan et al. (2021) revelan que el altruismo, la ignorancia y el entretenimiento son las razones predominantes por las cuales los usuarios comparten noticias, incluidas noticias falsas, en redes sociales. Su estudio concluye que la calidad de la noticia no es el factor principal de su difusión.

Los usuarios creen que los otros son los desinformados

Respecto a la TPP se han realizado diversos estudios, pero principalmente sobre sus aspectos generales, no aplicados a una red social específica. De hecho, esta percepción no se refiere únicamente a las redes sociales, pero estas aportan a la consolidación de esta percepción (Yang & Tian, 2021). Yang y Tian (2021) descubrieron que las ideas de autoeficacia y de conocimiento percibido son piezas clave para formar TPP.

Si bien los diferentes elementos ya descritos no han sido estudiados en plataformas como Telegram, esta aplicación sí ha sido estudiada para comprender la conformación de grupos extremistas y conspirativos. Cabe recalcar que hubo un

incremento en los niveles de radicalización ideológica en Telegram entre 2020 y 2021 (Schulze et al., 2022). Según Schulze et al. (2022), que estudiaron la radicalización de los grupos de extrema derecha en Telegram, un quinto de las publicaciones estudiadas contenía una narrativa de conspiración. Dicho esto, Telegram es una plataforma con mayor participación de extremistas de derecha y que demuestra un grave problema por los altos niveles de desinformación promovidos desde sus grupos (Gursky et al., 2022; Schulze et al., 2022; Walther & McCoy, 2021; Zihiri et al., 2022).

Los estudios demuestran que los grupos de Telegram se forman por comunidades de confianza, donde los miembros se comunican (Gursky et al., 2022). Esta confianza puede llevar a que la desinformación sea aceptada y distribuida por el grupo (Gursky et al., 2022). De tal forma, el presente estudio buscará identificar la importancia de la confianza en la divulgación de desinformación dentro de los grupos de conspiración de Telegram, los cuales no parecen tener una función de reclutamiento (Schulze et al., 2022). Es decir, se conforman por usuarios con ideologías preexistentes.

De acuerdo con Cichocka et al. (2022), las personas narcisistas tienen mayor posibilidad de aceptar teorías de conspiración debido a que tienen mayor percepción de autoconfianza, habilidades, criterio e inteligencia; pero consideran que los demás son inferiores. Aquí cabe la duda, ¿las redes alimentan conductas narcisistas en sus usuarios? Esto resalta cuando se concluye que las teorías de conspiración implican la percepción del poder sobre otros (Nera et al., 2022) y que un pilar de las teorías de conspiración es la búsqueda por culpar al otro, por ir en contra de la moral del usuario que acepta la conspiración (Gkinopoulos et al., 2022).

Grupos extremistas en Telegram

Sobre la conformación de los grupos extremistas en Telegram, la literatura también presenta vacíos. Se ha investigado la presencia de QAnon, por ejemplo, donde se registró que los enlaces hacia otros grupos de Telegram formaban gran parte del contenido en los chats (Zihiri et al., 2022). Esto sugiere que los grupos pueden funcionar como sub-cámaras de eco, donde el usuario puede consolidar más su burbuja pasándose a otros grupos extremistas sugerido por su comunidad.

Gruzd et al. (2022) demuestran la capacidad de multiplicar los mensajes de desinformación a través de efectos cascada, facilitados por las propias plataformas. Esto fue evidenciado en Facebook, donde se demostró la eficacia de los grupos conspirativos y extremistas para propagar desinformación (Gruzd et al., 2022). Para Hutchinson et al. (2022), las redes sociales se convirtieron en grandes plataformas para extender ideologías extremistas, facilitar el reclutamiento y movilizar acciones en nombre de la ideología.

Se debe considerar que el consumo de teorías de conspiración y la participación en grupos extremistas o de conspiración delatan problemas de personalidad en sus usuarios (Robertson et al., 2022). Estos problemas de personalidad permite generar conciencia sobre las motivaciones detrás de estas actitudes. El sesgo de confirmación, sensaciones de altruismo y de autoeficiencia, que refuerzan una visión de superioridad, son esenciales para comprender estos mecanismos de desinformación (Alsaad et al., 2018; Cichocka et al., 2022; Del Vicario et al., 2017; Dibbets & Meesters, 2022; Jenson et al., 2011; Kartali & Kelemen-Erdos, 2020; Michel & Peters, 2021; Peng, 2022; Peters, 2022; Tus, 2020).

En conclusión, si bien se ha estudiado cómo las redes sociales han afectado los métodos de consumo informativo de manera global, los estudios sobre Telegram al

respecto son casi inexistentes. Los estudios (de Zúñiga & Chen, 2021; Segado-Boj et al., 2020; Diehl & Lee, 2022; Gonzáles-Gonzáles et al., 2022; Yang & Tian 2021) se han concentrado en plataformas con *feed*, sin trasladar esto a grupos de chat donde no hay participación de los algoritmos. Por su parte, los estudios sobre el uso de Telegram como herramienta de comunicación para grupos extremistas (Zihiri et al., 2022; Gruzd et al., 2022) se centran en los Estados Unidos.

El sesgo de confirmación como cimiento de cada grupo de conspiración

El sesgo de confirmación es recurrido por amplias áreas de investigación, incluyendo primordialmente la rama de la medicina. Para este estudio, se utilizará este concepto como el acto en que las personas prefieren principalmente la información que confirma sus decisiones anteriores, incluso cuando la información contradictoria es de igual calidad, y degradan los argumentos contrarios (Beauvais, 2022; Michel & Peters, 2021; Muhammed T & Mathew, 2022; Paulus et al., 2022).

Esto no queda en la preferencia de información, también impacta en la búsqueda de información. El sesgo de confirmación induce a las personas a buscar o interpretar evidencia de forma que sus creencias o expectativas se vean alimentadas (Beauvais, 2022). Incluso se plantea una propensión inconsciente en el ser humano que lo empuja a manipular toda acción de informarse, de tal forma que se refuercen sus puntos de vista (Alsaad et al., 2018). Alsaad et al. (2018) también detallan que este concepto puede conducir a la polarización de ideas, ya que incitan a las personas a examinar ideas de manera unilateral y sesgada.

Para los límites de esta investigación, el sesgo de confirmación no quedará como un mecanismo de protección ideológica, sino que profundizará en la protección de información errada. Dibbets y Meesters (2022) indican que cuando el sesgo motiva la

protección de información errada, incrementa el temor de los usuarios hacia sus contextos sociopolíticos, principalmente porque la información puede afectar las posturas ideológicas. De hecho, el sesgo de confirmación es una de las principales causas de desinformación política (Beauvais, 2022; Muhammed & Mathew, 2022b).

Una consecuencia del sesgo de confirmación es el impedimento de establecer creencias basadas en información con respaldo científico, resultando en que la persona no pueda cambiar puntos de vista fundamentados en mentiras y fortaleciendo la sobreconfianza (Peters, 2022). Peters (2022) menciona que el sesgo de confirmación impide anticipar la ideología de los demás, afectando las interacciones sociales.

El altruismo y la motivación detrás de cada grupo conspirativo

El altruismo es el principio de buscar la felicidad y el bienestar del otro (Yuniawan et al., 2018), dentro del concepto de la asistencia, la cual tiene raíces en los primeros principios religiosos y sociales (Kartali & Kelemen-Erdos, 2020). Sin embargo, es el ‘altruismo extremo’ el cual será utilizado para este estudio. Este implica que el otro puede ser más importante que uno mismo. Este modelo altruista está ligado a reacciones compulsivas (Kartali & Kelemen-Erdos, 2020). Según lo explicado previamente, existe una relación entre el extremismo y las reacciones compulsivas con la desinformación. Esto se ve en el uso de vocabulario agresivo e imágenes violentas en los grupos de Telegram (Walther & Mccoy, 2021).

Pero el altruismo también es un cimiento de gran importancia para la estructuración de contratos sociales y la creación de alianzas entre personas y grupos sociales (Denic & Agarwal, 2022). Denic y Agarwal (2022) explican que la conformación de grupos, de cierta forma, incentiva las prácticas altruistas, ya que el altruismo puede equipararse con la cooperación (Denic & Agarwal, 2022). Para Peng (2022), el altruismo

puede verse por el individuo como una protección emocional hacia los integrantes de un grupo. El altruismo ayuda a entender por qué las personas reenvían información falsa o desinformativa a través de Telegram, al verse como una manera de apoyar a los no informados, y ser una forma de fortalecimiento social dentro del chat.

La sensación de autoeficacia y la *third person perception*

La sensación de autoeficacia refiere a la confianza de los individuos para resolver de forma adecuada estímulos y estresores de la vida (Jenson et al., 2011; Rueda Ana Pérez-García, 2004; Sanjuán et al., 2000). Sin embargo, la autoeficacia implica el sentimiento de poder resolver las tareas de una manera más efectiva que los demás (Tus, 2020). Esta sensación influye en los sentimientos, pensamiento y acciones de las personas (Sanjuán et al., 2000).

Hay tres procesos que pueden verse afectados por la autoeficacia, que son los cognitivos, los motivacionales y los afectivos (Tus, 2020). Los procesos cognitivos son el proceso mental para la adquisición de información y el razonamiento (Kiely, 2014). Los procesos motivacionales son factores internos y personales que influyen en la toma de decisiones, la dedicación, la perseverancia, el éxito y la regulación del entorno (Schunk & DiBenedetto, 2020). Los procesos afectivos se relacionan con la idea de placer o valencia, que moviliza a la persona a enfrentar eventos que pueden ser importantes para sí mismo (Dukes et al., 2021).

La autoeficacia puede ser construida y fortalecida a través de diferentes tipos de experiencias. Entre estas se encuentra las experiencias de dominio (los logros del usuario), las vicarias (referentes a la observación del desempeño de otros), de persuasión social (determinada por las personas que rodean al sujeto) y la autogestión de las

reacciones fisiológicas (las emociones generadas ante los estímulos que percibe la persona) (García et al., 2020; Jenson et al., 2011).

Situándonos bajo los parámetros de la autoeficacia, a mayor sea esta sensación, mayor podría ser la posibilidad de creer que uno es más capaz de recabar la información verídica en un mundo plagado por la posverdad. Sin embargo, como la autoeficacia puede afectar los procesos cognitivos (Tus, 2020), habría impacto en la capacidad de reconocer información falsa de la verídica. Consideramos que esto llevaría a las personas a verse como guías de la información (aspecto relacionable también al altruismo), mientras los procesos de dominio y persuasión social retroalimentan esta sensación.

Con esto en mente, el presente estudio propone conocer las motivaciones de los usuarios que participan en grupos de conspiración de Telegram. A modo de resumen, se puede determinar que, a raíz de la TPP y la NFMP, que son además reforzadas por la autoeficacia y el altruismo, las personas se consideran inmunes a la desinformación, pero creen que los demás deben informarse. Además, los usuarios buscan espacios donde la información converja con sus puntos de vista y creencias preexistentes. Conceptos como la confianza o el altruismo son vitales en la motivación para el consumo de desinformación, pero cada sociedad demuestra rasgos únicos al respecto.

En ese sentido, el objetivo general del estudio es comprender cómo operan los mecanismos de posverdad en la motivación de los usuarios de Telegram para formar parte de un grupo de conspiración. Para ello, el primer objetivo específico es conocer la perspectiva de los usuarios sobre el alcance de su conocimiento de la realidad y su consumo de información. El segundo objetivo específico es indagar en las percepciones de los usuarios acerca de los conocimientos de la población que no participa en el grupo

de Telegram. El tercero, es identificar los modelos de distribución de la información compartida en el grupo hacia los demás.



METODOLOGÍA

Tipo y enfoque de estudio

Esta investigación tiene un enfoque cualitativo y sigue una perspectiva de tipo fenomenológico (De los Reyes et al., 2019; Hernández et al., 2014).

Universo y muestra

El universo es desconocido y la muestra estuvo compuesta por trece usuarios adultos de Telegram, residentes de Lima Metropolitana, que formaban parte de algún grupo de conspiración relacionado a temas de salud en Telegram. Se trató de una muestra por conveniencia (Hernández et al., 2014) y se llegó al punto de saturación. Es decir, no se encontró más información novedosa luego de trece entrevistas (Hernández et al., 2014).

Todos los entrevistados son peruanos que habitan en Lima Metropolitana, en los distritos de Miraflores, San Isidro, Chorrillos, Surco, La Victoria y Villa María del Triunfo. Ocho de los entrevistados fueron hombres y cinco fueron mujeres. La mayoría de los participantes tenía alguna actividad económica activa. Por ejemplo, uno de los participantes trabajaba de cajero en un supermercado, otro era corredor de seguros, otra se desempeñaba como corredora de bienes raíces. Dos de los entrevistados eran jubilados. El rango de edad varió desde los 25 años hasta los 65.

Técnica e instrumentos

Se empleó la entrevista a profundidad como técnica de estudio, método que permite interacciones más largas y conocer motivaciones profundas del entrevistado sin interacciones grupales (Varguillas & Ribot, 2006). Las entrevistas se llevaron a cabo de manera presencial, salvo dos por solicitudes expresas de dos entrevistados para realizarlas

por medio de videollamada, a través de la plataforma Zoom. Para el reclutamiento, se contactó a usuarios activos en grupos de Telegram donde se compartían narrativas de conspiración. Esto se logró por medio de la estrategia ‘bola de nieve’, empleado para poblaciones de difícil acceso (Atkinson & Flint, 2001). Por cercanía geográfica, se entrevistó a usuarios de Lima Metropolitana. Se eligió este modo de estudio debido a que el problema de esta investigación es abstracto y personal, por lo que no puede ser observado ni analizado bajo otros métodos cualitativos (Hernández et al., 2014).

Las entrevistas tuvieron una duración promedio de 39 minutos y fueron grabadas en audio. Se trató de entrevistas semiestructuradas, pues si bien se contó con una guía de entrevistas y temas específicos, se profundizó en las respuestas a través del uso de preguntas formuladas en el momento. La guía (Anexo 2) está compuesta por preguntas generales, estructurales y de contraste (Hernández et al., 2014). Los ejes temáticos fueron cuatro: datos personales, perspectivas sobre la desinformación y consumo de información (Balakrishnan et al., 2019; Beauvais, 2022), la comunidad de Telegram (Buehling & Heft, 2023) y la reproducción de información (Schlette et al., 2023).

Procedimientos

Siguiendo lo dispuesto por Hernández et al. (2014), se reclutó una muestra de trece participantes. Estos participantes son usuarios peruanos que forman parte de algún grupo de conspiración en Telegram de habla hispana. Se contactó a los entrevistados por medio de WhatsApp y por Telegram para comunicar el interés de realizar la entrevista. Fueron entrevistados autoseleccionados o también denominados participantes voluntarios (Hernández et al., 2014). Se seleccionó a trece sujetos de estudio, buscando la mayor equidad posible entre usuarios hombres y mujeres, ya que estimamos una diferencia en los modelos de consumo de información y, al tener paridad, el estudio podrá revelar un

panorama más amplio respecto a la motivación de los participantes de los grupos de conspiración en Telegram. De esta forma, se establece una muestra por conveniencia (Hernández et al., 2014). En el Anexo 1 se presenta el formulario de consentimiento que llenaron los participantes.

Las entrevistas fueron luego transcritas, empleando el software de transcripción PinPoint, permitiendo un registro escrito de cada entrevista. Para el análisis de los resultados se empleó una tabla de doble entrada, dividida según cada participante y por cada eje temático. En el Anexo 3 se presenta el boceto del esquema de análisis empleado. Ante cada recuadro por bloque de preguntas, se colocaron los datos más relevantes de las respuestas.



RESULTADOS

La perspectiva de los usuarios sobre el alcance de su conocimiento de la realidad y su consumo de información

Un punto en común entre los trece entrevistados es que comenzaron a utilizar Telegram debido a la pandemia, o la pandemia incrementó aceleradamente el consumo y uso de Telegram. En algunos casos, fue por iniciativa propia en la búsqueda de nueva información. En otros, llegaron a la plataforma a través de un enlace compartido por personas cercanas o por recomendación directa de estas. En la mayoría de los casos, el punto inicial del uso de Telegram estuvo relacionado con temas de la pandemia de la Covid-19 y la vacunación. Estos temas también fueron los principales en usuarios anteriores, que empezaron a hacer un mayor uso de la plataforma durante la pandemia.

Aunque cada entrevistado presentó antecedentes únicos en cuanto a los contextos laborales, familiares y personales, una congruencia entre estos individuos es que, desde que se unieron a Telegram, han experimentado problemas de sociabilidad y/o se han sentido alienados de sus entornos, incluyendo los vínculos familiares. Es importante destacar que esta situación no se desarrolló debido a ser usuarios de Telegram, sino por la discrepancia entre la información recopilada en esta aplicación y la expresada a través de los medios informativos. En este sentido, la diferencia de opiniones y argumentos con sus pares fue lo que motivó el distanciamiento. A esto se suman las conductas, motivadas por la información obtenida a través de Telegram, que resultaron disruptivas para los entornos. Un ejemplo principal es el rechazo a la vacunación y la adopción de medidas de cuidado en plena pandemia, lo cual no fue aceptado en su momento por los círculos sociales de los entrevistados.

Un entrevistado expresó lo siguiente: “Varias de las cosas que yo les decía (a mi familia) de las vacunas, de “no te vacunes, no te vacunes”, ocasionaron que ellos se molesten conmigo y se aparten. Me empezaron a ver como un loco”. Otro participante describió que compartir la información que ve en Telegram le ha generado problemas familiares porque “se genera una percepción de mí, como de bicho raro, como que no encajo o que soy una persona delirante”. Este contexto fue expresado por todos los entrevistados.

Otro punto en común entre las respuestas obtenidas de las trece entrevistas es que Telegram se utiliza más como una fuente de información que como una aplicación de mensajería instantánea, como WhatsApp. Es decir, no emplean la aplicación para conversar entre amigos o familia, sino que es un espacio donde la interacción tiene como objetivo principal unirse a canales donde pueden encontrar información que no se comparte en otras plataformas digitales ni en los medios de comunicación. Esto incluye enlaces a páginas fuera de la plataforma, comentarios de los propios usuarios y material audiovisual. Según explican, esto se debe a que en Telegram no hay una política de 'censura' que elimine el contenido que los entrevistados consideran real e informativo.

Los entrevistados resaltaron su rechazo hacia los medios de comunicación masiva en todos sus aspectos: impresos, radiales y televisivos. Según los entrevistados, los medios de comunicación están sujetos a una agenda informativa que no responde a la verdad, siendo el principal propósito de estos desinformar a la población para responder a los intentos de control de una élite poderosa. Esta fue descrita de manera única por cada entrevistado. Una de ellas mencionaba que eran los Jesuitas quienes controlaban al mundo, mientras otros respaldaban que era un grupo de familias poderosas, como los Rockefeller, quienes formaban parte de esta élite que gobierna a la humanidad. Si bien

los actores eran diversos, la narrativa se mantenía: un grupo controla al mundo y utiliza la 'Agenda 2030' para destruir a la sociedad y ganar poder.

Estas narrativas, sobre la figura de una élite, variaron entre los participantes de mayor edad y los menores. Los entrevistados adultos hacían referencia a una élite parecida a una secta conformada por un grupo concreto de personajes identificables, mientras que los más jóvenes mencionaban un control masivo por parte de personajes famosos, fuerzas alienígenas, políticos y millonarios.

Las respuestas de los entrevistados permiten diferenciar en dos puntos los modelos de control mencionados: la temática de la información y la forma como esta se difunde. Para los entrevistados, la información que se divulga de manera "oficial", como la llamaron varios, es falsa en su inmensa mayoría y se difunde bajo la supervisión de los gobiernos o entidades controladas por la élite superior.

“El 90% de la información que dan es absolutamente subjetiva, parcializada y reflejan una agenda detrás de desinformación seria. No confío en El Comercio, ni en la República, mucho menos en el canal Cuatro. Canal Cinco y Canal Nueve son una vergüenza. Mira la calidad de los periodistas que están ahí, es patético”, dijo un entrevistado.

Ante la pregunta, ‘¿Cuáles son sus opiniones sobre la calidad de la información que emiten los medios de información?’, otro participante dijo: “Depende. Si lo ves como un tema de entretenimiento, es un 10 de 10, pero como un tema de información real es un -1. A ver, un reloj roto va a atinarle a la hora, que, ¿dos veces al día? Y yo creo que los medios pueden atinarle a algo, pero yo no creo que ninguna de esas veces que la atinan es algo intencional”.

Dicho esto, hay diferencias sobre el nivel de manipulación. Los entrevistados mayores, entre los 30 y 50 años, consideran que las noticias son creadas, incluyendo la fabricación de testimonios, imágenes y videos, con el propósito de respaldar la narrativa de la élite. Esto incluye la incredulidad de los entrevistados en relación con la existencia de la pandemia, las cifras de fallecidos por la Covid-19 o el cambio climático. Los participantes más jóvenes perciben los medios como empresas afines a la generación de dinero, con una mala calidad periodística en su contenido. Sin embargo, los trece aceptan la idea de una agenda detrás del contenido expresado por los medios. Además, sostienen que las entidades y autoridades son vistas como brazos de la élite o los grupos de poder que controlan a la humanidad, razón por la cual rechazan la información proveniente de la Organización Mundial de la Salud, la Organización de Naciones Unidas, el Banco Mundial, entre otras.

"Si revisas todas las noticias, todos dicen 'la OMS dice', como si fuera la palabra sagrada. Nadie cuestiona nada. Entonces, para mí, el simple hecho de que no cuestionen algo ya me hace pensar que esta no es información que pueda aceptar", señaló otra participante.

Asimismo, los entrevistados resaltaron un silencio por parte de los medios de comunicación respecto a las problemáticas informadas en Telegram, como el aumento en los casos de enfermedades relacionadas con las vacunas o el uso de medicinas milagrosas. Esto significa que, además de desacreditar la información, critican la ausencia de información que sí se comparte en Telegram.

A pesar de que esta percepción sobre los medios masivos abarca de manera general tanto a la prensa nacional como internacional, hay dos medios que sí son aceptados por algunos los entrevistados: Willax y Fox News. En el caso de Willax, se

destacaron los nombres de los conductores Beto Ortiz y Phillip Butters, mientras que para Fox News se mencionó a Tucker Carlson, quien fue despedido de la cadena y ahora cuenta con un canal de YouTube. Aun así, los participantes comentaron que el consumo de noticias por televisión es mínimo, incluso nulo en algunos casos.

Sin embargo, esto no se repite a lo largo de la muestra entrevistada. De hecho, uno de los entrevistados situó a Rupert Murdoch, fundador de Fox News, como parte de la élite que ejerce su poder para manipular a la población. De hecho, los participantes más jóvenes no hicieron referencia a ningún medio de televisión o de comunicación tradicional como fuente de información.

Las percepciones de los usuarios acerca de los conocimientos de la población que no utiliza Telegram

Un elemento que ha estado presente en cada entrevistado es la sensación de superioridad con respecto a aquellos que no comparten sus opiniones en el ámbito del consumo de información. Se emplearon términos como 'borregos', haciendo referencia a aquellos que siguen a un líder sin cuestionarlo, y fueron repetidos en diversas ocasiones. Una participante comentó que "los argumentos de estas personas [que consumen información de los medios tradicionales] son pobres, suelen seguir como borregos todo lo que están diciendo los medios. Repiten, como borregos, lo mismo". Un entrevistado afirmó: "a la gente, creo que les han lavado la mente para que no piensen".

Según los participantes, esta actitud se debe a una estructura mental humana que busca seguir a un superior sin cuestionar su situación. Varios mencionaron que vivir bajo la manipulación de la élite sería más fácil para la población.

"Me parece que es más fácil para ellos. No tienen una capacidad mayor de análisis y creo que el hecho de analizar o contrastar la información les aburre, les quita tiempo.

Entonces prefieren, simplemente, seguirlos. Va más por un tema de, quizás, sentirse más cómodos", comentó una entrevistada.

"Es mucho más fácil tener un amo", señaló otra.

Pero además de percibir a los demás como menos capaces, los entrevistados indicaron ser más inteligentes y capaces de razonar que la media. Sin embargo, esta autoatribución fue fundamentada de diversas maneras. En un caso, una participante mencionó que fue sometida a una "prueba de Gauss" por un docente universitario, que la situó en el extremo más alto del coeficiente intelectual. Otro entrevistado afirmó estar dentro del "15% de la población [con] capacidad de pensar por sí mismo". Otro participante mencionó haber nacido con "un don": "Yo sé que mi inteligencia está sobre el promedio. Es más, está entre lo más alto que se puede estar", sostuvo.

Otro aspecto llamativo de las respuestas es que los individuos señalaron ser lectores diarios e interesados en múltiples temas, desde la espiritualidad hasta la ciencia. En algunos casos, la lectura se centra en estudios e informes que demostrarían que la información emitida por los medios es falsa. Otros mostraron interés por la literatura, la historia y otras ramas del conocimiento. Esto también fue utilizado para menospreciar al resto de la población, argumentando que otros simplemente aceptan lo que se les dice, pero no investigan más allá, mientras que ellos sí lo hacen. "En general, soy un gran escáner de todo el mundo de las noticias. Leo todo o trato de mirar todo, porque a veces contrastando opciones te das cuenta cuál es la verdadera realidad", comentó uno de los participantes.

En cuanto a los círculos más cercanos, las respuestas variaron. Para algunos, su familia cercana se encuentra muy bien informada y no cree en lo que dice la "masa". Sin embargo, en la mayoría de los casos, la situación fue contraria, incluso llegando a motivar

que la familia nuclear se vea afectada o termine en un divorcio debido a las discrepancias sobre la realidad.

Los modelos de distribución de la información compartida en el grupo hacia los demás

Los entrevistados indicaron que las conversaciones bilaterales dentro de la misma plataforma de Telegram, con personas específicas, suelen ser para compartir de manera directa enlaces con información conseguida dentro de la aplicación. Aludieron que, al usar otras aplicaciones, la información compartida suele ser eliminada. Algunos entrevistados también señalaron que, además del tipo de contenido informativo que se divulga en Telegram, valoran que se permita compartir material explícito.

"Por ejemplo, hay uno [canal] que se llama Intel Eslava, que básicamente son videos puestos por soldados rusos o gente del lado ruso, que durante todos estos años han estado poniendo videos de lo que estaba pasando en la guerra. Videos muy duros de cómo están muriendo cientos de miles de ucranianos. Estos videos no los ves en televisión, no los ves en ningún otro lado. Telegram tiene valor porque estás mirando las cosas crudamente como son", señaló uno de los entrevistados.

Una respuesta común entre los participantes fue que, al principio, cuando recién se incorporaron a Telegram, compartían información conseguida en la plataforma a través de otros medios sociales. Esto les trajo conflictos con conocidos y personas cercanas que no aceptaban la información contraria a la emitida oficialmente por los medios. A esto se sumaron las acciones de las propias plataformas, que prohibieron la emisión de noticias falsas o desinformación. Para los entrevistados, esto fue un acto de censura. Estas dos situaciones motivaron a que ya no compartan más información de este tipo por otras plataformas.

"En Facebook, al principio, durante la pandemia, tuve algunos pequeños problemas. No fui bien recibido por las personas con las que comparto allí. Soy bastante apasionado con lo que comparto y eso me afectó mucho. Pero luego dejé de compartirla, simplemente. Y ahora lo hago con personajes muy puntuales", explicó una participante.

Pese a esto, uno de los puntos más destacados de las entrevistas es la responsabilidad que comunicaron los participantes al compartir esta información de manera masiva en un inicio, pues sentían que debían ayudar a los demás a entrar en razón. Incluso, fue descrito como una "responsabilidad" el acto de compartir la información que poseen. Otro entrevistado señaló que era su deber informar a su familia, como mínimo. Para los trece entrevistados, mantener vivos estos canales para dar a conocer la información alternativa a los medios tradicionales fue muy importante. Cabe destacar que en algunos casos esos actos fueron más presentes al inicio de la pandemia, derivando en conflictos familiares y amistosos, por lo que algunos de los participantes demostraron cierto cansancio. "Ya qué vamos a hacer, ya no puedo, hice mucho, te juro, ya me peleé, discutí, casi me voy de la casa porque todos querían vacunarse y yo no", contó una entrevistada.

DISCUSIÓN

Esta investigación tuvo el objetivo de comprender cómo operan los mecanismos de posverdad en la motivación de los usuarios de Telegram para formar parte de un grupo de conspiración. Para ello, el primer objetivo específico fue conocer la perspectiva de los usuarios sobre el alcance de su conocimiento de la realidad y su consumo de información. El segundo objetivo específico fue indagar en las percepciones de los usuarios acerca de los conocimientos de la población que no participa en el grupo de Telegram. El tercero fue identificar los modelos de distribución de la información compartida en el grupo hacia los demás.

En primer lugar, los resultados demuestran una relación entre la llegada de la pandemia con el inicio del uso de Telegram o el mayor uso de la plataforma, herramienta utilizada por los entrevistados como medio de información y no de mensajería. Principalmente, es empleada para unirse a canales varios relacionados a la salud donde proliferan narrativas conspirativas, noticias falsas y la desinformación (Balakrishnan et al., 2022). Incluso, Muhammed y Mathew (2022) describen que las temáticas más vulnerables a promover la desinformación son la salud, la política y los desastres. Estas son las temáticas más presentes en los grupos donde participan los entrevistados de este estudio. Por su parte, Schulze et al. (2022) señalan un incremento en los niveles de radicalización de Telegram entre el 2020 y el 2021, plazo en el cual los participantes señalaron haberse unido a la red social. Jost y Dogruel (2023), Zehring y Domahidi (2023) y Hoseini et al. (2023) reiteran que se trata de una plataforma utilizada por grupos de ideologías extremistas.

Esto permite dar pie a una futura pregunta de investigación, ¿la radicalización de Telegram fue el factor principal para la proliferación del uso de Telegram?, ¿la pandemia motivó la radicalización o fueron los espacios virtuales los que motivaron la radicalización durante el contexto de la pandemia?

Es importante resaltar que no todos los entrevistados fueron guiados hacia Telegram por familiares o amigos, quienes los convencieron de unirse a la plataforma con el fin de acceder a información sobre la pandemia que no se compartía en medios tradicionales. De acuerdo con Zúñiga y Cheng (2021), un elemento principal de la *News Finds Me Perception* (NFMP) es la confianza de los usuarios hacia los pares y conexiones sociales, a quienes perciben como los nuevos *gatekeepers*. Ante la desconfianza hacia los medios tradicionales y las fuentes oficiales, existe también un elemento de curiosidad propia que guía el consumo de esta información. Por otro lado, los entrevistados también mencionaron haber sido bloqueados en otras redes sociales o haber recibido respuestas negativas a las publicaciones que realizaban, experiencias que coinciden con los estudios de Jost y Dogruel (2023) y Zehring y Domahidi (2023).

Ahora bien, la teoría del NFMP está ligada al modelo de consumo de información de personas que buscan informarse con el menor esfuerzo (González-González et al., 2022). Incluso, Segado-Boj et al. (2020) establecen que las personas con mayor necesidad de informarse utilizan un mejor criterio para evaluar la información. Sin embargo, esto no se aplicaría a la muestra analizada. Estas son personas que buscan y analizan información constantemente. Estos usuarios no esperan que las noticias lleguen a ellos. Son personas con un alto consumo de información, solo que no la consumen por medios tradicionales. Con esto en mente, se destaca que los usuarios de Telegram no solo consumen información con criterios opuestos a los que se expresan en los medios masivos, sino información que también contiene temáticas que no son transmitidas por

los medios. Esto plantea la pregunta si es que los usuarios se ven atraídos a los espacios de conspiración por la información contraria a la oficial, o a raíz de las narrativas que no responden a su concepto de la realidad, expresada por los medios. Asimismo, queda abierta la cuestión sobre la actitud de protesta y antisistema, planteada por Schulze et al. (2022) y su efecto en las motivaciones de los participantes de Telegram.

Otro elemento que resaltar es el distanciamiento que han tenido estos usuarios con aquellos que no piensan igual que ellos. Robertson et al. (2022) advertían que los usuarios que consumen teorías de conspiración y participan en grupos de conspiración demuestran problemas de personalidad. Estas acciones también respaldan los alcances de Dow et al. (2021) y Muhammed y Mathew (2022), quienes mencionan que un elemento importante para que un sujeto permanezca dentro de su cámara de eco es la separación del usuario con personas que no opinen igual que uno. En este caso, se trata de una cámara de eco y no un filtro burbuja porque son las propias personas quienes toman la decisión de unirse a los grupos de Telegram (Arguedas et al., 2022). Cabe indicar que la motivación de separación no es hegemónica en la muestra, puesto que algunos optaron por distanciarse mientras otros fueron tratados de manera hostil por sus grupos cercanos.

Asimismo, otro concepto clave para la construcción de la cámara de eco recae en el sesgo de confirmación (Muhammed & Matthew, 2022). Peters (2022) atribuye la sensación de sobreconfianza como resultado del sesgo de confirmación. Los entrevistados reflejan esta característica, así como una evidente sensación de superioridad respecto al resto. En base a lo expresado por Yang y Tian (2021) y de Zúñiga y Cheng (2021), es prudente destacar que los participantes demuestran que se encuentran bajo la *Third Person Perception*, percepción que está ligada al consumo de desinformación (Cichocka et al., 2022). Esto porque consideran que ellos son poseedores de la verdad y el resto es incapaz de razonar por sí mismos. Esto también es advertido por Nera et al.

(2022), quienes mencionan que las teorías de conspiración implican la percepción de superioridad sobre el otro.

Esta sensación de superioridad se hace notoria al analizar los modelos de distribución de la información. Los resultados detallan que la transmisión de la información de Telegram sí suele darse por medio de otras redes sociales y de manera abierta. Sin embargo, una vez que estas acciones generan conflictos con otras personas del entorno, los usuarios deciden reducir al mínimo la transmisión de dicha información. Esta se suele enviar solo a personas específicas que opinan igual que los usuarios. Esto no solo refuerza el concepto de la cámara de eco (Arguedas et al., 2022; Muhammed & Mathew, 2022b), sino que revela la sensación altruista que los propios entrevistados revelaron. Consideran como su labor dar a conocer esta información para salvaguardar a la sociedad. Los autores indican que el altruismo es un concepto importante en la emisión de la desinformación (Alsaad et al., 2018; Cichocka et al., 2022; Del Vicario et al., 2017; Dibbets & Meesters, 2022; Jenson et al., 2011; Kartali & Kelemen-Erdos, 2020; Michel & Peters, 2021; Peng, 2022; Peters, 2022; Tus, 2020).

De acuerdo con lo expresado, este estudio concluye que diversos mecanismos de la posverdad operan de manera simultánea desde la introducción del sujeto a un grupo de conspiración de Telegram y continúan operando durante la permanencia en este, identificados de manera similar entre mujeres y hombres, grupos etarios diferentes y niveles socioeconómicos distintos, esto último validado también por Céspedes (2021). A modo de resumen, los usuarios son alejados de las personas que los rodean, desacreditan las fuentes que no emitan información correspondiente a la expresada por el grupo y consumen narrativas que se alejan de la realidad mostrada en los medios tradicionales y oficiales. Estos usuarios se consideran superiores a aquellos que no comparten sus ideas, a quienes consideran incapaces de razonar. Tienen un alto consumo de información,

principalmente por medio de la misma plataforma, pero no consumen información de medios tradicionales ni oficiales. Consideran que su labor es informar a las personas de lo que se ve en Telegram, acción que es activa al inicio, pero no perdura en el tiempo ante la negativa que reciben por parte de amigos y familiares.

Cabe destacar que este estudio tiene limitaciones. La primera es que cuenta con una muestra pequeña en comparación con la cantidad de grupos de Telegram que existen, y el modelo de selección de la muestra puede haber afectado en los resultados. Esto se dio por la constante negativa por parte de sujetos seleccionados en participar en el estudio, principalmente por temor a ser identificados, su rechazo a la Academia y el rechazo a ser grabados en audio. Sin embargo, esta investigación da nuevas luces sobre el comportamiento de los usuarios en grupos de conspiración de Telegram, las cuales deben ser consideradas en nuevas investigaciones que permitan conocer mejor este fenómeno, así como los efectos que pueden generar en la población.

Como se mencionó líneas arriba, sería prudente realizar un análisis de contenido que permita conocer cómo se transmite la información dentro de un grupo de conspiración de Telegram. Esto incluye analizar las emociones a las que se apela en los mensajes y la forma como se emite la información; o si se trata de material audiovisual, gráfico o texto. Asimismo, otro estudio buscaría conocer la relación que tienen los usuarios con aquellos que transmiten la información en los grupos de Telegram y la forma como se construye la confianza en ellos. Otra pregunta de investigación vital para conocer más sobre las personas que participan en estos grupos de conspiración en Telegram es su capacidad sociocognitiva. En este caso, los usuarios declararon ser ávidos lectores y consumidores de información, además de considerarse más inteligentes que los demás. ¿Existe una relación entre las capacidades cognitivas y los procesos conductuales en el

consumo de información? Esta es otra pregunta de investigación que resulta coherente en relación con los resultados de esta investigación.

Finalmente, en base a las conclusiones de este estudio, es importante que las autoridades gubernamentales y sociales reconozcan el impacto que tiene en la sociedad el uso de herramientas virtuales como Telegram, que puede generar distanciamiento en las familias y crear conflictos sociales. Los entes reguladores deberían evaluar esto al examinar opciones de mejora para la plataforma.



REFERENCIAS

- Alsaad, A., Taamneh, A. y Al-Jedaiah, M. N. (2018). Does social media increase racist behavior? An examination of confirmation bias theory. *Technology in Society*, 55, 41-46. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2018.06.002>
- Arguedas, A. R. y Robertson, C. T., Fletcher, R. y Nielsen, R. K. (2022). *Echo Chambers, Filter Bubbles, and Polarisation: a Literature Review*. <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/echo-chambers-filter-bubbles-and-polarisation-literature-review>
- Atkinson, R. y Flint, J. (2001). Accessing Hidden and Hard-to-Reach Populations: Snowball Research Strategies. *Sociology at Surrey*, (33). <https://sru.soc.surrey.ac.uk/SRU33.html>
- Balakrishnan, V., Ng, K. S., y Rahim, H. A. (2021). To share or not to share – The underlying motives of sharing fake news amidst the Covid-19 pandemic in Malaysia. *Technology in Society*, 66. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101676>
- Balakrishnan, V., Ng, W. Z., Soo, M. C., Han, G. J., y Lee, C. J. (2022). Infodemic and fake news – A comprehensive overview of its global magnitude during the Covid-19 pandemic in 2021: A scoping review. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 78. <https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2022.103144>
- Beauvais, C. (2022). Fake news: Why do we believe it?. *Joint Bone Spine*, 89(4). <https://doi.org/10.1016/j.jbspin.2022.105371>
- Buehling, K., y Heft, A. (2023). Pandemic Protesters on Telegram: How Platform Affordances and Information Ecosystems Shape Digital Counterpublics. *Social Media + Society*, 9(3). <https://doi.org/10.1177/20563051231199430>
- Céspedes, A. (2021). *El perfil de los consumidores de fake news en el Perú y su impacto en el comportamiento político peruano* [Tesis para optar el grado académico de Bachiller en Ciencias Sociales, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Digital de Tesis y Trabajos de Investigación PUCP. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/18503>
- Chigne, F.J. (2020). *Análisis del uso de las redes sociales como herramienta política durante las protestas en Lambayeque en noviembre del 2020*. [Tesis para optar el grado académico de Bachiller en Comunicación Audiovisual y Medios Interactivos, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC.
- Cichocka, A., Marchlewska, M., y Biddlestone, M. (2022). Why do narcissists find conspiracy theories so appealing?. *Current Opinion in Psychology*, 47. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101386>
- De los Reyes, H., Rojano, Á., y Araújo, L. (2019). La fenomenología: un método multidisciplinario en el estudio de las ciencias sociales. *Pensamiento & Gestión*, 47, 203-223. <https://doi.org/10.14482/pege.47.7008>
- de Zúñiga, H. G., y Cheng, Z. (2021). Origin and evolution of the news finds me perception: Review of theory and effects. *Profesional de la Información*, 30(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2021.may.21>
- Del Vicario, M., Scala, A., Caldarelli, G., Stanley, H. E., y Quattrociocchi, W. (2017). Modeling confirmation bias and polarization. *Scientific Reports*, 7. <https://doi.org/10.1038/srep40391>

- Denic, S., y Agarwal, M. M. (2022). Altruism as an Explanation for Human Consanguinity. *Public Health Genomics*, 25(1-2), 1-11. <https://doi.org/10.1159/000518441>
- Diaz-Diaz, F., San Miguel, M., y Meloni, S. (2022). Echo chambers and information transmission biases in homophilic and heterophilic networks. *Scientific Reports*, 12. <https://doi.org/10.1038/s41598-022-13343-6>
- Dibbets, P., y Meesters, C. (2022). Disconfirmation of confirmation bias: the influence of counter-attitudinal information. *Current Psychology*, 41, 2327-2333. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-00744-x>
- Dogrueel, L., Kruschinski, S., Jost, P., y Jürgens, P. (2023). Distribution and Reception of Conspiracy Theories and Mobilization Calls on Telegram. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 71(3-4), 230-247. <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2023-3-4-230>
- Dow, B. J., Johnson, A. L., Wang, C. S., Whitson, J., y Menon, T. (2021). The Covid-19 pandemic and the search for structure: Social media and conspiracy theories. *Social and Personality Psychology Compass*, 15(9). <https://doi.org/10.1111/spc3.12636>
- Dukes, D., Abrams, K., Adolphs, R., Ahmed, M. E., Beatty, A., Berridge, K. C., Broomhall, S., Brosch, T., Campos, J. J., Clay, Z., Clément, F., Cunningham, W. A., Damasio, A., Damasio, H., D'Arms, J., Davidson, J. W., de Gelder, B., Deonna, J., de Sousa, R., ... Sander, D. (2021). The rise of affectivism. *Nature Human Behaviour*, 5, 816-820. <https://doi.org/10.1038/s41562-021-01130-8>
- Estrada-Cuzcano, A., Alfaro-Mendives, K., y Saavedra-Vásquez, V. (2020). Disinformation and misinformation, post-truth and fake news: Conceptual precisions, differences, similarities and juxtapositions. *Información, Cultura y Sociedad*, (42), 93-106. <https://doi.org/10.34096/ics.i42.7427>
- Gkinopoulos, T., Truelsen Elbæk, C., y Mitkidis, P. (2022). Morality in the echo chamber: The relationship between belief in Covid-19 conspiracy theories and public health support and the mediating role of moral identity and morality-as-cooperation across 67 countries. *Plos One*, 17(9). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0273172>
- González-González, P., Marcos-Marné, H., Llamazares, I., y de Zúñiga, H. G. (2022). The Informational Consequences of Populism: Social Media News Use and “News Finds Me” Perception. *Politics and Governance*, 10(1), 197-209. <https://doi.org/10.17645/pag.v10i1.4772>
- Gruzd, A., Mai, P., y Soares, F. B. (2022). How coordinated link sharing behavior and partisans’ narrative framing fan the spread of Covid-19 misinformation and conspiracy theories. *Social Network Analysis and Mining*, 12(1). <https://doi.org/10.1007/s13278-022-00948-y>
- Gursky, J., Riedl, M. J., Joseff, K., y Woolley, S. (2022). Chat Apps and Cascade Logic: A Multi-Platform Perspective on India, Mexico, and the United States. *Social Media and Society*, 8(2). <https://doi.org/10.1177/20563051221094773>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. del P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6.ª ed.). McGraw Hil Education.
- Herasimenka, A., Bright, J., Knuutila, A., y Howard, P. N. (2022). Misinformation and professional news on largely unmoderated platforms: the case of telegram. *Journal of Information Technology & Politics*, 20(2), 198-212. <https://doi.org/10.1080/19331681.2022.2076272>

- Hoseini, M., Melo, P., Benevenuto, F., Feldmann, A., y Zannettou, S. (2023). On the Globalization of the QAnon Conspiracy Theory Through Telegram. *WebSci*. <https://doi.org/10.1145/3578503.3583603>
- Huamán, A. (2020). *Uso ético de la información: implicancias en las fake news* [Tesis para optar el grado académico de Bachiller en Bibliotecología y Ciencias de la Información, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio Institucional de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. <https://hdl.handle.net/20.500.12672/18891>
- Hutchinson, J., Iqbal, M., Peucker, M., y Smith, D. (2022). Online and Offline Coordination in Australia's Far-Right: A Study of True Blue Crew. *Social Sciences*, 11(9). <https://doi.org/10.3390/socsci11090421>
- Jenson, R. J., Petri, A. N., Day, A. D., Truman, K. Z., y Duffy, K. (2011). Perceptions of Self-Efficacy Among STEM Students with Disabilities. *Journal of Postsecondary Education and Disability*, 23(4), 269-283. <https://eric.ed.gov/?id=EJ966129>
- Jost, P., y Dogruel, L. (2023). Radical Mobilization in Times of Crisis: Use and Effects of Appeals and Populist Communication Features in Telegram Channels. *Social Media + Society*, 9(3). <https://doi.org/10.1177/20563051231186372>
- Kartali, G., y Kelemen-Erdos, A. (2020). Motivate or Reward Altruistic Behavior? A Literature Review of Altruism Theories. *The Macrotheme Review*, 9(1), 117-129.
- Kiely, K. (2014). Cognitive Function. En A. Michalos (Ed.) *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research*. Springer Reference.
- Martínez, J. (2023). *Infodemia y desinformación en la pandemia por la Covid-19: percepciones e impacto de las fake news en adultos jóvenes de Lima Metropolitana* [Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Comunicación, Universidad de Lima]. Repositorio Institucional de la Universidad de Lima. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/18393>
- Michel, M., y Peters, M. A. K. (2021). Confirmation bias without rhyme or reason. *Synthese*, 199, 2757-2772. <https://doi.org/10.1007/s11229-020-02910-x>
- Moya, G., y Yáñez, D. (2016). *Jóvenes que cumplen condenas no privativas de libertad: percepciones de cambio desde los profesionales* [Tesis para optar el título profesional de Psicóloga, Universidad de Chile]. Repositorio Académico de la Universidad de Chile.
- Muhammed T, S., y Mathew, S. K. (2022). The disaster of misinformation: a review of research in social media. *International Journal of Data Science and Analytics*, 13(4), 271-285. <https://doi.org/10.1007/s41060-022-00311-6>
- Nera, K., Bertin, P., y Klein, O. (2022). Conspiracy theories as opportunistic attributions of power. *Current Opinion in Psychology*, 47. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101381>
- Paulus, D., de Vries, G., Janssen, M., y Van de Walle, B. (2022). The influence of cognitive bias on crisis decision-making: Experimental evidence on the comparison of bias effects between crisis decision-maker groups. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 82. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2022.103379>
- Peng, M. (2022). The Sources and Influencing Factors of Egoism and Altruism. *Atlantis Press*, 664, 2200-2203. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220504.399>
- Peters, U. (2022). What Is the Function of Confirmation Bias? *Erkenntnis*, 87, 1351-1376. <https://doi.org/10.1007/s10670-020-00252-1>
- Robertson, C. E., Pretus, C., Rathje, S., Harris, E. A., y Van Bavel, J. (2022). How social identity shapes conspiratorial belief. *Current Opinion in Psychology*, 47. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101423>

- Pérez-García, A. M. y Rueda, M. B. (2004). Personalidad y percepción de autoeficacia: influencia sobre el bienestar y el afrontamiento de los problemas de salud. *Revista de Psicopatología y Psicología Clínica*, 9(3), 205-219.
- Ruiz, J. C. (2023). *Representaciones sociales en torno a la participación en reuniones sociales restringidas durante la pandemia de Covid-19 en adultos jóvenes de Lima Metropolitana* [Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Psicología, Universidad de Lima]. Repositorio Institucional de la Universidad de Lima. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/18999>
- Sanjuán, P., Pérez, A., y Bermúdez, J. (2000). *Escala de autoeficacia general*. Psicothema.
- Schlette, A., Prooijen, J.-W. V., Blokland, A., y Thijs, F. (2023). Information, identity, and action: The messages of the Dutch anti-vaccination community on Telegram. *New Media & Society*, 12(2), 509-513. <https://doi.org/10.1177/14614448231215735>
- Schulze, H., Hohner, J., Greipl, S., Girgnhuber, M., Desta, I., y Rieger, D. (2022). Far-right conspiracy groups on fringe platforms: a longitudinal analysis of radicalization dynamics on Telegram. *Convergence*, 28(4), 1103-1126. <https://doi.org/10.1177/13548565221104977>
- Schunk, D., y DiBenedetto, M. (2020). Motivation and social cognitive theory. *Contemporary Educational Psychology*, 60. <https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2019.101832>
- Segado-Boj, F., Diaz-Campo, J., Navarro-Asensio, E., & Remacha-Gonzalez, L. (2020). Influence of News-Finds-Me Perception on accuracy, factuality and relevance assessment: Case study of news item on climate change. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 11(2), 85-103. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.2.12>
- Soler Roca Tutora, C., & Navalón Mira, A. (2022). Teorías de la conspiración, negacionismo del Covid-19 y movimientos en contra de las medidas para la contención de la pandemia. *Debats*, 136(1), 118-130.
- Tus, J. (2020). Self-Concept, Self-Esteem, Self-Efficacy and Academic Performance of the Senior High School Students. *International Journal of Research Culture Society*, 4(10), 45-59. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.13174991.v1>
- Varguillas Carmona, C. S., y Ribot de Flores, S. (2007). Implicaciones conceptuales y metodológicas en la aplicación de la entrevista en profundidad. *Laurus*, 13(23), 249-262.
- Velichety, S., y Shrivastava, U. (2022). Quantifying the impacts of online fake news on the equity value of social media platforms – Evidence from Twitter. *International Journal of Information Management*, 64. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102474>
- Walther, S., y McCoy, A. (2021). US Extremism on Telegram: Fueling Disinformation, Conspiracy Theories, and Accelerationism. *Perspective on Terrorism*, 15(2), 100-124.
- Yang, J., y Tian, Y. (2021). “Others are more vulnerable to fake news than I Am”: Third-person effect of Covid-19 fake news on social media users. *Computers in Human Behavior*, 125. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106950>
- Yuniawan, A., Udin, U., Abdurrahman, A., y Suci, R. P. (2018). A Systematic Literature Review of Altruism: Challenges, Outcomes and Future Research Directions. *European Research Studies Journal*, 21(4), 493-501. <https://doi.org/10.35808/ersj/1137>

- Zarzalejos, J. A. (2017). Comunicación, periodismo y fact-checking. *Revista Uno*.
<https://www.revista-uno.com/numero-27/comunicacion-periodismo-fact-checking/>
- Zihiri, S., Lima, G., Han, J., Cha, M., y Lee, W. (2022). QAnon shifts into the mainstream, remains a far-right ally. *Heliyon*, 8(2).
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e08764>
- Zehring, M., y Domahidi, E. (2023). German Corona Protest Mobilizers on Telegram and Their Relations to the Far Right: A Network and Topic Analysis. *Social Media + Society*, 9(1), . <https://doi.org/10.1177/20563051231155106>



ANEXO 1

FORMULARIO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo _____, identificado con DNI, _____ declaro que se me ha explicado que mi participación en el estudio sobre **“Motivación de los participantes de grupos de Telegram”**, consistirá en responder una entrevista que pretende aportar al conocimiento, comprendiendo que mi participación aportará a un estudio que será presentado para obtener el título de Licenciatura.

Acepto la solicitud de que la entrevista sea grabada en formato de audio para su posterior transcripción y análisis, a la cual podrá tener acceso parte del equipo docente de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima, que guía la investigación.

En el texto no se publicará los datos consignados en el presente formulario y su participación será registrada bajo un código para resguardar su identidad. Dicho esto, este formulario será guardado como evidencia de la participación de los entrevistados y será presentado sólo para fines de validación ética y académica.

Durante la entrevista podrá profundizar en sus respuestas y sustentar sus opiniones sin prejuicio alguno. El audio registrado será procesado a través de un software de edición a elección del Investigador Responsable. No se entregará ningún beneficio económico ni similar a los entrevistados.

Declaro que se me ha informado sobre el proceso de mi participación en el estudio, y que se me ha asegurado que la información que entregue estará protegida por el anonimato y la confidencialidad.

El Investigador Responsable del estudio, Mathías Panizo Arana, identificado con DNI 73631999, se ha comprometido a responder cualquier pregunta y aclarar cualquier duda que les plantee acerca de los procedimientos que se llevarán a cabo, riesgos, beneficios o cualquier otro asunto relacionado con la investigación.

Asimismo, el entrevistador me ha dado seguridad de que no se me identificará en ninguna oportunidad en el estudio y que los datos relacionados con mi privacidad serán manejados en forma confidencial.

He leído este formulario y acepto participar en este estudio según las condiciones establecidas.

Fecha: _____

Firma Participante

Firma Investigador

*Este formulario ha sido trabajado sobre un modelo referencial de la Universidad de Chile (Moya & Yáñez, 2016)

ANEXO 2

Buenas tardes, _____. Queremos agradecerle el tiempo que nos ha brindado para poder realizar esta entrevista, la cual será incluida dentro de un trabajo de investigación universitario que podrá ser presentado para obtener el título de Licenciatura. Los comentarios e información que nos proporcione serán muy valiosos para el proyecto a realizar.

La siguiente entrevista tendrá una duración de unos 40 minutos aproximadamente y estará compuesta de cuatro partes. Para las siguientes preguntas no hay respuestas correctas. Le pido que profundice lo mayor posible en sus respuestas. Recuerde que la información personal no será consignada en el estudio.

Antes de iniciar, ¿alguna duda respecto a las entrevistas?

En primer lugar, me gustaría comenzar conociéndolo un poco mejor:

- ¿Cuál es su nombre completo?
- ¿Cuál es su fecha de nacimiento?
- ¿A qué se dedica?
- ¿Qué le gusta hacer en su tiempo libre?
- ¿Desde cuándo es usuario de Telegram?
- ¿Por qué se unió a Telegram?
- ¿En qué canales de Telegram participa?
- Actualmente, ¿hay algo específico que le cause preocupación sobre temas médicos?

Ahora le realizaré preguntas sobre los medios de información que usted consume y sus perspectivas sobre la desinformación.

- ¿A través de qué medios de comunicación se informa usted?
- ¿Por qué selecciona este medio por encima de otros?
- Cuando sucede un evento que le genera intriga, ¿cómo se informa al respecto?
- ¿Usted considera que su familia o amigos están informados o desinformados? ¿Por qué?
- ¿Cómo reconoce la desinformación cuando se está informando sobre un evento relacionado con la medicina y/o la salud?
- ¿Cuáles son sus opiniones sobre la calidad de información que emiten los medios de información? ¿Duda sobre la veracidad de los medios tradicionales? ¿Por qué?
- ¿Usted considera que la información que usted posee sobre la medicina es real? ¿Por qué?
- ¿Cuáles son las características más importantes que usted considera para evaluar si una fuente de información es confiable?
- ¿Quiénes considera son las personas más desinformadas en su entorno?
- ¿Por qué decidió participar en el grupo de Telegram?

Para la tercera etapa, le preguntaré sobre la comunidad a la que pertenece en Telegram.

- ¿Considera que Telegram es una buena fuente de información o no? ¿Por qué?
- Los demás participantes en el grupo, ¿son sus amigos? ¿Los conoce? Cuénteme un poco de su relación con ellos. ¿Los conoce fuera del ámbito digital?
- ¿Cómo reconoce usted cuando una persona está siendo influenciada por su entorno a la hora de informarse?
- ¿Por qué cree que las personas les creen a los medios tradicionales?
- ¿Quiénes considera que son las personas que definen la información que se muestra al público?

Ya llegamos a la última parte de la entrevista. En este espacio le realizaré preguntas sobre la forma como usted comparte información.

- ¿Comparte información médica al grupo de Telegram? ¿Por qué?
- ¿Traslada la información del grupo a su familia, amigos o conocidos? ¿Por qué?
- ¿Qué lo motiva a revelar la información del grupo al público?
- ¿Cree que es su deber contar esta información?
- ¿Qué ocurriría con el resto de las personas si no se enteraran de la información que usted posee?

Antes de finalizar, ¿hay algo más que le gustaría agregar sobre lo conversado o algo adicional?

Nuevamente, muchas gracias por su participación en este trabajo de investigación. Sus respuestas serán de gran aporte para este estudio.


ANEXO 3

	Bloque 1 (información personal y Telegram)	Bloque 2 (consumo de información)	Bloque 3 (participación en Telegram)	Bloque 4 (manejo de la información)
Entrevistados				
Sujeto 1	•	•	•	•
Sujeto 2				
...				
...				
...				
...				



Mathias Panizo Arana

Informe Turnitin

 Quick Submit

 Quick Submit

 Universidad de Lima

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::1:3272611113

Fecha de entrega

9 jun 2025, 4:23 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

12 jun 2025, 6:00 p.m. GMT-5

Nombre de archivo

Trabajo_de_investigaci_n_Final_2.docx

Tamaño de archivo

369.3 KB

46 Páginas

11.490 Palabras

63.881 Caracteres

14% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...




Filtrado desde el informe

- Coincidencias menores (menos de 25 palabras)

Exclusiones


- N.º de fuente excluida

Fuentes principales

- 14%  Fuentes de Internet
- 10%  Publicaciones
- 14%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alerta de integridad para revisión

-  **Texto oculto**
11 caracteres sospechosos en N.º de páginas
El texto es alterado para mezclarse con el fondo blanco del documento.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Fuentes principales

- 14% Fuentes de Internet
- 10% Publicaciones
- 14% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Internet	sciendo.com	<1%
2	Internet	alicia.concytec.gob.pe	<1%
3	Internet	repositoriobibliotecas.uv.cl	<1%
4	Trabajos del estudiante	Nottingham Trent University	<1%
5	Internet	pure.uva.nl	<1%
6	Internet	ricerca.unich.it	<1%
7	Trabajos del estudiante	ITESM: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	<1%
8	Trabajos del estudiante	University of Portsmouth	<1%
9	Internet	koreascience.or.kr	<1%
10	Internet	ora.uniurb.it	<1%
11	Internet	digitalcommons.andrews.edu	<1%

12	Trabajos del estudiante	University of Derby	<1%
13	Internet	gupea.ub.gu.se	<1%
14	Internet	ir.canterbury.ac.nz	<1%
15	Internet	repositorio.usil.edu.pe	<1%
16	Internet	www.comunicacionunap.com	<1%
17	Internet	revistadigitos.com	<1%
18	Internet	link.springer.com	<1%
19	Trabajos del estudiante	University College Dublin (UCD)	<1%
20	Internet	journalofcommunication.ro	<1%
21	Internet	repositorio.ucv.edu.pe	<1%
22	Trabajos del estudiante	Macquarie University	<1%
23	Publicación	Thilo von Pape, Veronika Karnowski. "The Mobile Media Debate - Challenging Vie...	<1%
24	Internet	repositorio.unab.cl	<1%
25	Internet	dspace.cuni.cz	<1%

26	Trabajos del estudiante	Universidad Cesar Vallejo	<1%
27	Internet	repositorio.ucss.edu.pe	<1%
28	Internet	www.nomos-elibrary.de	<1%
29	Internet	www.motra.info	<1%
30	Trabajos del estudiante	PFH - Private Hochschule Goettingen	<1%
31	Internet	revistes.ub.edu	<1%
32	Trabajos del estudiante	Edith Cowan University	<1%
33	Internet	burjcdigital.urjc.es	<1%
34	Internet	research.vu.nl	<1%
35	Trabajos del estudiante	Associatie K.U.Leuven	<1%
36	Internet	clabes.uct.cl	<1%
37	Trabajos del estudiante	Athlone Institute of Technology	<1%
38	Publicación	Felipe Rodolfo Debasa Navalpotro, José Manuel Azcona Pastor. "chapter 11 The D...	<1%
39	Internet	core-cms.prod.aop.cambridge.org	<1%

40

Internet

digitalcommons.lesley.edu

<1%