

Posverdad y confinamiento: un análisis antropológico sobre las “fake-news” en tiempos de pandemia

Oros Janco, Jeanpier Alexander
Universidad Nacional Federico Villarreal
Alexander919797@gmail.com
ORCID ID: 0000-0001-9749-8869

Resumen: La pandemia de la covid-19 ha marcado un punto de inflexión en nuestra historia contemporánea. Nuestros hábitos, rituales y diversas manifestaciones culturales se ven obligadas a cambiar debido al auge de esta enfermedad y las medidas de confinamiento. Por este motivo, el uso de la tecnología facilita de gran manera las interacciones colectivas, permitiendo continuar nuestras actividades en estos espacios virtuales que ofrece la red. Ahora las redes sociales, blog's, portales informativos oficiales o independientes, son indispensables en tiempos donde la información se convierte en una necesidad primaria para saber sobre el desarrollo, consecuencias y prevención de estapandemia. Sin embargo, uno de los riesgos que presentan estos espacios, son los problemas de des-información, fraude y el sensacionalismo en la red, influyendo en la opinión pública y provocando crisis e histeria dentro del imaginario colectivo, con el fin de crear incertidumbre e inestabilidad, sobre todo en tiempos convulsionados donde somos testigos y partícipes. En el siguiente artículo se realizará un análisis antropológico sobre la posverdad como problema epistemológico y el impacto en la población mediante la difusión de Fake-News, a través de las dinámicas que ofrece la cybercultura en estos espacios. Por lo tanto, la pregunta de interés en este trabajo es: ¿Qué respuestas otorga la población ante este fenómeno contemporáneo, debido a la creciente dependencia de los medios digitales durante esta crisis? Este trabajo se cimenta usando las herramientas necesarias y contadas debido a este confinamiento, destacando el método etnográfico, análisis de contenido y la observación directa.

Palabras clave: Posverdad, espacios virtuales, confinamiento, Fake-News.

Introducción

Las medidas acatadas por los gobiernos y la población de forma individual como respuesta ante el aumento de contagiados, modificó radicalmente nuestra forma de interactuar con las personas y nuestro entorno. Cosas simples como las típicas prácticas de ir de compras al *mall*/mercado popular un domingo, las conversaciones cotidianas bajo la estación del tren/bus, ir un fin de semana a visitar a los amigos o familiares, no volvieron a ser iguales. Ahora se empieza a construir una “nueva normalidad” que durará conforme al desarrollo de esta pandemia. Este aislamiento social nos condicionó a continuar nuestras labores cotidianas en un nuevo espacio, bajo este contexto, el espacio virtual. Sonará poco ortodoxo, pero estamos ante una suerte de premisa darwiniana: la “supervivencia” de aquellos que se adaptan eficientemente a estos nuevos cambios, tales que los sentimos obligados por el bien de nuestra salud. El teletrabajo, las reuniones

grupales por aplicativos, las comunidades virtuales de videojuegos, misas religiosas, debates congresales, clases escolares o universitarias, casi todo nuestro entorno social ahora es parte de estas comunidades virtuales, espacios también llamados como la sociedad 2.0.

Sin embargo, uno de los problemas que afronta esta nueva resemantización de los espacios virtuales, es la difusión y confiabilidad de la información. Cualquier individuo detrás de una pantalla puede publicar información sobre ocio, noticias, cultura, etc. Así pues, uno de los problemas del anonimato en la internet en estas fechas, es la proliferación de noticias falsas o de dudable fuente, que influyen en el imaginario colectivo de las personas desembocando en fenómenos sociales afectando nuestro entorno. Se habla de grupos humanos que estuvieron confinados durante más de 2 meses, tiempo suficiente para que la salud mental se vea asfixiada y aumentando en gran manera la susceptibilidad ante el contenido que recibe. Más de uno ha sido testigo de las oleadas de noticias falsas por el coronavirus con gran repercusión en la sociedad como: la desmesurada adquisición de productos básicos como el papel higiénico, compras masivas por un sector; y por el otro, desabastecimiento combinado con el hambre, hacinamiento y desesperación. Lo que tienen ambos sectores en común, es el miedo producto de la desinformación generada por psicosociales (difusión de contenido falso aparentemente creíble, que genera un impacto psicológico negativo en la sociedad, provocando inquietud, temor o pánico en la población), divulgados a través del uso de los espacios virtuales por medios de las redes sociales y/o servicios de mensajería. Es necesario examinar estos espacios dentro de la red que son parte de nuestra vida diaria y que las ciencias sociales no deben ser ajenas a estos nuevos escenarios/comunidades virtuales donde las personas encuentran espacios de expresión, intercambio de información entre usuarios y/o relaciones de carácter social o de pertenencia.

Debido a este evento totalmente nuevo, cabe resaltar que la breve investigación ofrecida está sujeta a posibles avances en relación a los cambios sociales consecuencia del confinamiento y desarrollo de la pandemia, puesto que aún nos encontramos en el interludio de este suceso mundial.

Breve descripción sobre la Posverdad y el fenómeno de las “*Fake-News*”

Este término se cataloga como un neologismo, proviene del término inglés “*Post-Truth*”, que se refiere al uso distorsionado de la información, con el fin de manipular o confundir la opinión apelando a la emotividad, posturas políticas e ideológicas. Dicho de otra manera, es el resultado de la opinión popular que influye de forma directa sobre los hechos objetivos. En oposición a la mentira clásica, la posverdad se estructura bajo intereses públicos manifestados en la web y cuyo fin principal es causar desestabilidad social, miedo e incertidumbre. Para Ferraris (2019), la posmodernidad llega a ser el antecedente y agente ideológico para la posverdad.

Según Oxford English Dictionary (2016), se define como “circunstancias en las que los hechos objetivos son menos influyentes en la formación de la opinión pública que las

apelaciones a las emociones y a las creencias personales”. Es decir, “se trata de una falsedad que continúa siendo aceptada aun a sabiendas de que es una falsedad, lo que no impide tomar decisiones basándose en ella” (Fernández, 2017). Asimismo, Oxford University nombra la *posverdad* como palabra internacional del año 2016, debido a su frecuente uso tras los incidentes previos del *brexit* en Europa o las elecciones norteamericanas en la cual el candidato republicano Donald Trump ganó las elecciones. Durante esta coyuntura las redes sociales como Facebook, YouTube, Twitter, Reddit y 4Chan, comunidades virtuales con gran número de usuarios activos, fueron los principales escenarios difusores de información falsa relacionada bajo intereses personales, políticos o ideológicos.

En nuestro ámbito local (Perú), el fenómeno social de la posverdad tuvo un antecedente en los inicios del nuevo milenio. Esto se evidencia en el polémico caso de los famosos “diarios chicha”, fenómeno popularizado en el gobierno de Alberto Fujimori en el año 2000, para difamar opositores políticos. La prensa “chicha” no solamente se encargaba de dañar la imagen de políticos, también estaba encargada de publicar noticias sobre farándula (los casos clichés entre jugadores y vedettes), artículos de criminalística escritos en lenguaje doble sentido con excesivo uso de jergas, noticias escatológicas de “vaticinios” e información pseudocientífica, todo lo necesario para alimentar el fenómeno del amarillismo en la prensa, un vestigio de la época fujimorista que perdura hasta el día de hoy.

A lo largo de la década, se puede atestiguar más ejemplos sobre las Fake-News desde una mirada local y global. Técnicamente, la posverdad, como se puede analizar, no es un término nuevo. Noticias falsas siempre han existido, así con fines sociopolíticos, de ocio, etc. Por esta razón, la diferencia sobre este neologismo, es el resultado de la masificación de noticias gracias al uso de las redes sociales o pequeños *feeds* informativos sumado a la libertad que cada usuario posee como creador independiente de contenido. Asimismo, cabe resaltar que la posverdad se desarrolla en un contexto agresivo de globalización donde las interacciones entre los individuos se ejecutan de manera rápida, superflua, donde cada quien busca la satisfacción personal mediante el conformismo y el consumismo, síntomas del devenir poscapitalista; las características necesarias de una sociedad líquida según Bauman (1999). La hegemonía de la posverdad sobre la red y las vidas, no vendría a ser posible sin la consumación de la posmodernidad y el auge de la globalización en esta era digital.

Espacios virtuales como objetos de estudio

El inicio del nuevo milenio marcó un antes y después de los servicios de Internet, dejando a un lado lo que fue su versión y uso en los 90’s. Los nuevos cambios permitieron el avance de nuevas tecnologías que facilitaron las relaciones de carácter social, los servicios de mensajería instantánea de tecnologías como el SMS, Beeper pasaron a segundo plano

con la aparición de los primeros blogs y redes sociales¹, volviendo más accesible la comunicación. Según Vázquez (2012), ahora su uso deja de estar concentrado en corporaciones con poder sobre la información hacia el público pasivo” (p.148). En la *internet 2.0* el contenido que se ofrece es mucho más autónomo para el usuario, ahora este actor es un creador de recursos y contenido permitiendo espacios de interacción más horizontales en torno a la libertad de expresión, deviniendo a la aparición de comunidades virtuales o redes sociales.

Con respecto a estos espacios “virtuales”, considero a criterio personal que estos objetos de estudio, no deben ser ajenos a nuestro marco de investigación en tiempos donde técnicamente dependemos de estos medios diariamente, sería absurdo negar este hecho, con obvia razón en este periodo de cuarentena. Las clases virtuales, misas, asambleas, defunciones, conciertos, juegos de red en comunidad, videollamadas entre familiares: el confinamiento hizo posible que el uso de la red se triplicara, logrando un congestionamiento a nivel global, único en su historia. Convirtiendo para muchos, estos espacios virtuales en un cálido refugio para “sobrevivir” ante este confinamiento. Para el antropólogo Vázquez (2012), la comunidad virtual o espacio virtual, queda definida por dos aspectos distintos. Primeramente, la comunidad virtual como un lugar en el que los individuos pueden mantener relaciones de carácter social o económico. Y por último, la comunidad virtual como un símbolo, ya que la comunidad virtual posee una dimensión simbólica, creándose una sensación de pertenencia.

Aislamiento social y el problema de la desinformación

Ahora la pandemia se ha vuelto un tema común en nuestra vida diaria, uno es bombardeado diariamente por noticias sobre la COVID-19 y esto se evidencia en nuestras conversaciones diarias de temas clínicos, informativos, policiales, o superfluos temas de ocio. Técnicamente, esto genera un estrés constante debido al incremento de contenidos relacionados a este suceso. La hegemonía de esta pandemia sobre nuestra realidad ha hecho que la información se transforme en una necesidad básica. Dependemos ahora de las noticias para saber qué medidas tomar y cuales evitar para no exponer nuestras vidas al contagio. Debido a esto, nuestras relaciones sociales, ritos pasajeros, actividades diarias, ahora son condicionadas por las recomendaciones de especialistas médicos o científicos sociales, falibles debido a que estamos ante una situación nueva y las recomendaciones son el resultado del ensayo y error dentro de las investigaciones científicas. Entramos en un tiempo distópico donde lo que parecía extraño o distante, se vuelve una realidad. Ahora la información, el libre tránsito o el oxígeno, se han vuelto un derecho en este periodo de pandemia.

Frente a esto, el miedo y la angustia como forma de reacción ante el peligro, se agudiza dentro de la población, más aún en los sectores vulnerables de la capital que ya lidiaban con diversos problemas antes del confinamiento. Según el registro de la ONU-UNICEF,

¹ Este último término puede resultar ambiguo debido a su uso dentro de las ciencias sociales. Para diferenciar, utilizaremos el concepto relacionado a *social media* y no a *social network*.

700 mil personas no tienen acceso al agua potable en el país, 43.8% no cuentan con neveras básicas para los alimentos (INEI, 2018), a esto se añade el 70% de informalidad (CIE, 2019) y por último, el fracaso del “bono familiar”² en la población peruana, por las irregularidades de. Bajo esta “nueva normalidad”, las reacciones colectivas, sumadas a los problemas sociales que afrontan las poblaciones vulnerables, son un caldo de cultivo para un mayor incremento en la aceptación y advenimiento de información o propuestas populistas no oficiales, como reacción de rechazo hacia las fuentes concretas de un gobierno que no alcanzó a sostenerlos. Por lo tanto, disponemos de tres factores: miedo, angustia y desigualdad social. Para una población golpeada en lo económico y social, es probable que resulten más susceptibles para retener y reproducir información falsa, alternativas “sensacionalistas” elaboradas malintencionadamente por individuos que buscan el desorden y pánico social.

A lo largo de la cuarentena global, hemos sido testigos de información difundida entre la población sobre supuestos desabastecimientos de papel sanitario a inicios de marzo. Noticias o bulos como: “antenas de comunicaciones que expanden el coronavirus”³, la noticia de la quema de 200 murciélagos en Cajamarca, Perú⁴, o el lamentable fallecimiento de una mujer en el departamento de Arequipa por asfixia causada al elaborar un sauna casero con eucalipto⁵. Las personas comparten a través de estos espacios virtuales, su opinión e información basada en bulos o conjeturas sobre determinados fenómenos, usando la capacidad de acción y respuesta de las redes sociales, obteniendo como reacción la aparición de noticias virales. No es novedad que la leyenda de que “las tecnología 5G expanden el coronavirus” se haya exportado desde Birmingham, Inglaterra, hasta los grupos de Facebook de compra-venta en Arequipa, Perú. Según Maurizio Ferraris (2019) la posverdad reside en la forma específica con que la debilidad humana se manifiesta hoy día: gente que ha dejado de creer en el Más Allá o en la brujería pero que está convencida de que las vacunas provocan autismo, y lo difunde no a través de un boca a boca limitado por definición, sino empleando medios de comunicación de una potencia infinita. Según una encuesta del Pew Research Center, un 55% de la población adulta recibe primeramente las noticias a través de las redes sociales. Según Ipsos Global Advisor, el 46% usa Facebook y el 33% WhatsApp. Además, el 57% de peruanos encuestados admiten haber creído alguna Fake-News como verdadera (Ipsos, 2018). Así pues, esta reacción colectiva puede entenderse como una forma de oposición hacia la

² La viceministra de Prestaciones Sociales del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, Patricia Balbuena, reconoció a un medio local que uno de los problemas identificados es que no se les permite a algunas familias registrarse en el portal dado que la información de planillas laborales se encuentra desactualizada.

³ Huancayo: Queman antena de telefonía al creer que es "5G" y "propaga" la COVID-19. Disponible en: <https://rpp.pe/peru/junin/huancayo-pobladores-queman-una-antena-de-telefonía-al-creer-es-5g-y-que-propaga-la-covid-19-noticia-1277031>

⁴ Queman murciélagos por temor a contagios de coronavirus, en Perú. Consultado en: <https://www.eltiempo.com/mundo/latinoamerica/murcielagos-fueron-quemados-por-miedo-a-contagios-de-coronavirus-476992>

⁵ Los peritos de Medicina Legal determinaron que había fallecido asfixiada por aspirar monóxido de carbono, producto de la combustión del gas.

desconfianza en los medios de prensa hegemónicos, por sectores vulnerables sumidos en el miedo, desigualdad e histeria colectiva.

El uso de los medios digitales en poblaciones urbano-rurales: un ejemplo local.

Una noticia difundida mediante estados de WhatsApp en Villa María del Triunfo, en uno de los sectores antiguos y transitables, la avenida 26 de Noviembre, fue una acusación de un supuesto “infectado” proveniente del paradero 4 de dicha avenida. Se publicaron los nombres y apellidos, edad y dirección de domicilio, aun cuando esto es catalogado como delito. Un caso similar se dio en la zona del 12 de Junio, sobre un contagiado conocido por tener una panadería y así en distintas partes de la ciudad. Por este motivo, la página principal del gobierno Peruano publicó una nota de prensa: “Divulgar datos personales de pacientes con coronavirus puede ser multado hasta con 215 mil soles”⁶, en la cual el Ministerio de Justicia declara la aplicación de sanciones contra quienes violen la Ley N°29733, Ley de Protección de Datos Personales, atentando contra la información personal. Frente a estas oleadas de noticias falsas, el diario El Peruano publica “Coronavirus: cárcel hasta por 6 años para quien difunda noticias falsas” (vía web: 08/04/2020). A pesar de estas leyes, las acusaciones de enfermos con Covid-19 por estados de Whatsapp se replicaron por sectores de José Gálvez, San Gabriel de Villa María y también muy probable en otras partes del país.

Por otra parte, las zonas populares de la capital, entre ellos los asentamientos humanos, cooperativas, asociaciones de vivienda, etc; no son ajenos a este fenómeno social. Bajo este escenario local, observé un total de 5 asociaciones de vivienda de Villa María: Asoc. 8 de Octubre, Nueva Unión, Rafael Chacón, AA.HH 12 de Junio y Virgen de Lourdes, durante los dos primeros meses de aislamiento social. A comienzos del estado de emergencia, como es típico, se desacataban las órdenes de inmovilización social y era común observar la falta de responsabilidad social: deportes al aire libre, reuniones mayores de cinco personas y tránsito de personas sin el uso de cubrebocas. Son lugares donde la presencia policial y militar era mínima. Por lo general, aparecían por las llamadas o quejas de algún vecino.

Ante esta preocupación, una forma de respuesta de los pobladores de la Asoc. Nueva Unión, fue la publicación de un “supuesto” video de un vecino infectado por Covid-19, material difundido mediante la aplicación WhatsApp, que empezó a circular en el grupo de la comunidad vecinal, alertando que el virus ya llegó a la comunidad. Se mostraba llevándolo entre 2 vecinos y 3 personales médicos con traje de protección frente a una ambulancia y alarmando a los vecinos que acaten las normas. Dicho vídeo, no resultó ser de algún vecino, ni mucho menos el lugar era el mismo, aunque existía cierta semejanza del ambiente rocoso y árido, en realidad dicha noticia pertenecía a una localidad

⁶ Compartir información sobre la salud de una persona, identificándola sin su consentimiento, es una infracción a la Ley N°29733, Ley de Protección de Datos Personales, que puede ser sancionada con una multa de entre 21,500 y 215,000 soles. Consultado online en: <https://www.gob.pe/institucion/minjus/noticias/108768-divulgar-datos-personales-de-pacientes-con-coronavirus-puede-ser-multado-hasta-con-215-mil-soles>

totalmente ajena. Tarde fue el descubrimiento, que fue debido a esta información falsa compartida para que los pobladores de Nueva Unión empiecen a tomar cartas en el asunto, y que fue replicado en los demás grupos de la región.

Es un hecho que las comunidades vecinales no se quedan atrás en el uso de la tecnología útiles para enviar comunicados, apoyo, faenas o reuniones comunales. Los sucesos posteriores de la noticia falsa difundida por este medio de mensajería y la falta de presencia policial, fueron necesarias para la creación de un cuerpo de vecinos voluntarios equipados con altavoz, silbatos, cuadernos de apuntes y mascarilla, listos para rondar por los sectores ayudando a cumplir la inmovilidad social y colocando multas a los infractores. Esta acción también fue replicada por las asociaciones y asentamientos humanos colindantes, así que era común escuchar el sonido del silbato a partir de las seis de la noche, que daba inicio al toque de queda y patrullaje de estos “ronderos” urbanos, imitando la figura de este actor social de las comunidades campesinas del país, que reemplazaron el látigo o la *sikwana* como castigo, por la multa en dinero. Ya con el miedo de contagio dentro de la comunidad, se tomaron medidas colectivas como la creación de comedores, seguridad y lo posible para evitar las aglomeraciones, que nuevamente devinieron tiempo después, hasta la llegada del primer caso confirmado en la localidad.

Conversando con un poblador villamariano sobre el tema de la aparición de noticias falsas, y escuchar su opinión, me comentó que: “En parte era necesario el hecho de compartir noticias de tinte sensacionalista porque solo así las personas harían caso de una vez y se queden en sus casas, porque ahora la gente hace lo que quiere y en estas circunstancias solo de esta forma acatarían la cuarentena”. (A. Gonzáles, comunicación personal, 13 de mayo del 2020)⁷. Los resultados en la población generaron pánico en el imaginario colectivo e individualismo: cada quien se preocupa por su bienestar personal y familiar. Como apunta una nota del diario Gestión (2020), titulada: “Coronavirus: ¿Por qué la gente compra papel higiénico? Opinan cuatro expertos”⁸, el problema de la divulgación de *fake-news*, como una medida “alternativa”, es que precisamente no combatiría el desacato del confinamiento; por el contrario, esto agudiza el temor hacia lo “desconocido” ante la crisis sanitaria, económica y social.

Conclusiones

Esta pandemia obligó a muchos movilizar sus actividades cotidianas a los espacios que ofrece la red. La comunicación e información se han vuelto prioridad para contactarnos con nuestros seres queridos, saber sobre lo que acontece a nuestro alrededor y el desarrollo del covid-19 en nuestra localidad o el resto del mundo. Esta respuesta social ante las normas negativas que ofrece el confinamiento, trae consigo luchas por el poder que ofrecen estos espacios virtuales sobre hegemonía de la información. Ya no es

⁷ Se aclara que es una comunicación personal no recuperable.

⁸ A medida que el coronavirus continúa propagándose por todo el mundo, la ansiedad aumenta. Los compradores temerosos de las medidas de cuarentena han estado almacenando suministros para aguantar una o dos semanas de aislamiento. Disponible online en: <https://gestion.pe/tendencias/coronavirus-por-que-la-gente-compra-papel-higienico-opinan-cuatro-expertos-noticia/>

solamente un problema que aparece y se termina dentro de estos espacios que ofrece la amplia *telaraña mundial*. La cualidad de una sociedad 2.0 —término usado en las ciencias sociales— es el fuerte vínculo de la red, como medio de poder y autonomía sobre los ciudadanos. Tras lo explicado párrafos arriba, las consecuencias sociales pueden resultar muy críticas, con más razón en tiempos convulsionados como esta pandemia.

Para concluir, a criterio personal, considero que es necesario deshacer analítica y socialmente la posverdad, entender los problemas que afronta la convivencia de estos espacios dentro de la red en el imaginario colectivo y otorgarle una nueva estructura a estas dificultades para una óptima convivencia en estos espacios físicos y virtuales. La hegemonía o dominio de la verdad y pos-verdad no solamente es un problema de cuestiones filosóficas o políticas, debido a que el mundo es cada vez más dinámico y globalizado, más aún donde la red es parte de nuestra vida diaria e indispensable en esta época de crisis que estamos viviendo.

Agradecimientos

Este artículo va dedicado especialmente a los miembros y compañeros de la asociación ATIQ-UNFV, por apoyarme facilitándome el acceso a la información académica brindada sobre este tema coyuntural y las herramientas metodológicas necesarias empleadas en la redacción de este trabajo. Del mismo modo a Israel Ortiz, colega mío de esta especialidad por tomarse el tiempo en la revisión crítica del proyecto. Asimismo, agradezco a Gustavo Álvarez, Antonio Ramírez y Kevin Chávez, por brindarme los ánimos suficientes para continuar esta sugestiva propuesta ante la incertidumbre de la cuarentena.

Referencias bibliográficas

- Centro de Investigación Empresarial (CIE). (2019). Información ampliada del Reporte Regional. Edición N° 384. Informalidad laboral, III trimestre 2019. Lima: PERUCAMARAS.
- Bauman, Z. (1999). *Modernidad Líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Fernández García, Nuria. (2017). Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática. *Revista Nueva Sociedad*, 63-72.
- Ferraris, Maurizio. (2019). *Posverdad y otros enigmas*. España. Alianza Editorial.
- Ipsos Public Affairs. (2018). *Fake news, filter bubbles, post-truth and trust*.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática Perú. (2018). *Encuesta Demográfica de salud familiar: Características de las viviendas, hogares y población*. Recuperado de

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1656/index1.html

Vázquez, Alfonso. (2012). *Ciberantropología: comprendiendo el ciberespacio desde una perspectiva humanística*. Revista Monográfico. Extremadura, España. Editorial UOC.

Gestión. (12 de marzo del 2020). *Coronavirus: ¿Por qué la gente compra papel higiénico? Opinan cuatro expertos*. <https://gestion.pe/tendencias/coronavirus-por-que-la-gente-compra-papel-higienico-opinan-cuatro-expertos-noticia/>

Chávez, Lucero. (28 de mayo del 2020). *Bono Familiar Universal: ¿Cuáles son los problemas de fondo de identificar a los beneficiarios del subsidio?* Instituto de Estudios Peruanos, IEP. <https://iep.org.pe/noticias/analisis-bono-familiar-universal-cuales-son-los-problemas-de-fondo-de-identificar-a-los-beneficiarios-del-subsidio/>

RPP Noticias. (01 de julio del 2020). *Huancayo: Queman antena de telefonía al creer que es "5G" y "propaga" la COVID-19*. <https://rpp.pe/peru/junin/huancayo-pobladores-queman-una-antena-de-telefonía-al-creer-es-5g-y-que-propaga-la-covid-19-noticia-1277031>

El Peruano. (08 de Marzo del 2020). *Coronavirus: cárcel hasta por 6 años para quien difunda noticias falsas*. <https://elperuano.pe/noticia-coronavirus-carcel-hasta-6-anos-para-quien-difunda-noticias-falsas-94132.aspx>

El Comercio. (02 de abril del 2020). *Arequipa: comerciante murió asfixiada en sauna casero que instaló en su vivienda*. <https://elcomercio.pe/peru/arequipa/arequipa-comerciante-muere-asfixiada-en-sauna-casero-que-instalo-en-su-vivienda-npp-noticia/>

Gob.pe. (12 de marzo del 2020). *Divulgar datos personales de pacientes con coronavirus puede ser multado hasta con 215 mil soles*. <https://www.gob.pe/institucion/minjus/noticias/108768-divulgar-datos-personales-de-pacientes-con-coronavirus-puede-ser-multado-hasta-con-215-mil-soles>

El Tiempo. (25 de marzo del 2020). *Queman murciélagos por temor a contagios de coronavirus, en Perú*. <https://www.eltiempo.com/mundo/latinoamerica/murcielagos-fueron-quemados-por-miedo-a-contagios-de-coronavirus-476992>